



SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU (STIKIM)

Alamat : Gedung HZ Jl. Harapan No. 50 Lenteng Agung Jakarta 12610
Telp. (021) 78894043 - 46 Fax. (021) 78894045, website: www.stikim.ac.id Email: stikim@stikim.ac.id

SURAT KEPUTUSAN
KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU
NOMOR 254/SK/K/Ka/STIKIM/IV/2020
TENTANG
PENETAPAN PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN BAGI DOSEN
DI LINGKUNGAN SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU

- Menimbang** : bahwa untuk terselenggaranya pelaksanaan penelitian yang bermutu di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) maka perlu penetapan peneliti dan judul penelitian yang diperlukan sebagai penguatan berdasarkan Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM).
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
 3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi Dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 61 Tahun 2016 Tentang Pangkalan Data Pendidikan Tinggi;
 6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
 7. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2018 Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran, Perguruan Tinggi Negeri dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin Perguruan Tinggi Swasta;
 8. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2018 Tentang Prosedur Pendirian Perguruan Tinggi Swasta, Pembukaan Program Studi, dan Kerja Sama Joint Program pada Perguruan Tinggi Swasta;
 9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
 10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi Dan Perguruan Tinggi;
 11. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran Perguruan Tinggi Negeri, Dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin Perguruan Tinggi Swasta;
 12. Keputusan Mendiknas Republik Indonesia Nomor 115/D/0/2000 tentang izin pendirian Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju dengan Pemberian Status Terdaftar Kepada tiga (3) Program Studi yaitu Program Studi Sarjana Kesehatan Masyarakat, Program Studi Diploma III Manajemen Pelayanan Rumah Sakit dan Program Studi Diploma III Asuransi Kesehatan;
 13. Surat Keputusan Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan Nomor 0494/LAM-PTKes/Akr/Sar/IV/2016 tanggal 16 April 2016 Tentang Akreditasi Program Studi Ilmu Keperawatan (Jenjang S1) STIKIM dengan peringkat B;
 14. Surat Keputusan Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan Nomor 0495/LAM-PTKes/Akr/Pro/IV/2016 tanggal 16 April 2016 Tentang Akreditasi Program Studi Profesi Ners STIKIM dengan peringkat B;
 15. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor 0115/SK/BAN-PT/Ak-SURV/Dpl-IV/III/2016 Tanggal 7 Agustus 2016



SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU (STIKIM)

Alamat : Gedung HZ Jl. Harapan No. 50 Lenteng Agung Jakarta 12610
Telp. (021) 78894043 - 46 Fax. (021) 78894045, website: www.stikim.ac.id Email: stikim@stikim.ac.id

- Tentang Akreditasi Program Studi Kebidanan Pendidik (jenjang DIV) STIKIM dengan peringkat B;
16. Surat Keputusan Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan Nomor 0666/LAM-PTKes/Akr/Mag/X/2017 tanggal 27 Oktober 2017 Tentang Akreditasi Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat (Jenjang S2) STIKIM dengan peringkat B;
 17. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor 2698/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IX/2018 tanggal 25 September 2018 Tentang Akreditasi Program Studi Asuransi Kesehatan (Jenjang DIII) STIKIM dengan peringkat B;
 18. Surat Keputusan Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan Nomor 0691/LAM-PTKes/Akr/Dip/IX/2018 tanggal 28 September 2018 Tentang Akreditasi Program Studi Administrasi Rumah Sakit (Jenjang DIII) STIKIM dengan peringkat B;
 19. Surat Keputusan Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan Nomor 0153/LAM-PTKes/Akr/Sar/III/2019 tanggal 22 Maret 2019 Tentang Akreditasi Program Studi Kesehatan Masyarakat (Jenjang S1) STIKIM dengan peringkat B;
 20. Peraturan Ketua Yayasan Indonesia Maju Nomor 120/P/K/Ka/YIMA/IX/2018 Tentang Statuta Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : KEPUTUSAN KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU TENTANG PENETAPAN PENELITI DAN JUDUL PENELITIAN BAGI DOSEN DI LINGKUNGAN SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU

Pertama : Nama peneliti berikut ini ditetapkan sebagai ketua/anggota peneliti bagi dosen di lingkungan STIKIM.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian
1	Catur Septiawan G., SKM, M.Kes	<i>Pengembangan Model Sistem Penjaminan Mutu Internal Di Perguruan Tinggi Kesehatan Swasta Studi Kasus Di Stikes Indonesia Maju</i>

Kedua : Segala biaya akibat dikeluarkannya Keputusan ini disesuaikan pada peraturan yang berlaku di STIKIM

Ketiga : Tugas peneliti dianggap selesai setelah menyampaikan laporan pertanggung jawaban tertulis kepada PPPM

Keempat : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bilamana dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 14 April 2020

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan
Indonesia Maju

Plt Ketua,



Dr. Sobar, S.Psi, MKM

Salinan disampaikan kepada Yth:

1. Ketua YIMA
2. BAU STIKIM
3. Kepala Dept Kesmas STIKIM



Fakultas Ekonomika dan Bisnis

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

Gedung FEB Jl. Diponegoro 52 - 60, Salatiga 50711, Jawa Tengah - Indonesia

Telp. (0298) 321212, 311881, 324828

Website : feb.uksw.edu | E-mail: feb@uksw.edu

LETTER of ACCEPTANCE (LoA)

No: 010/CFP.FEB/XII/2020

Kami mengucapkan terima kasih karena Anda telah mengirimkan abstrak pada kegiatan Seminar Nasional & Call for Paper yang diadakan oleh Fakultas Ekonomika & Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana - Salatiga, dalam rangka Dies Natalis ke 61. Berdasarkan abstrak yang dikirimkan, kami informasikan bahwa Bapak/ Ibu berhasil diterima dengan detail sebagai berikut:

No Artikel : CFP010
Judul : PENGEMBANGAN MODEL SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL DI PERGURUAN TINGGI KESEHATAN SWASTA STUDI KASUS DI STIKES INDONESIA MAJU
Penulis 1 : CATUR SEPTIAWAN G
Instansi : SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU
Penulis 2 : ERWIN SUJANA
Instansi : SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU

Sebagai pengingat, peserta harus melakukan registrasi melalui link Google Form <https://bit.ly/33UvBed> guna pembayaran seminar dan presentasi sejumlah Rp. 150.000,- untuk Biaya per Paper Early Bird; Rp. 250.000,- untuk Biaya per Paper_Umum, Normal; ke Rekening BCA 0130807089 a/n Natasia Alinsari (Informasi terlampir). Apabila fullpaper sudah siap, dapat ikut diupload bersama dengan konfirmasi bukti pembayaran di link yang sama (template terlampir).

Full paper yang belum disubmit bersama bukti pembayaran, dapat dikirimkan kepada panitia sampai dengan tanggal 6 Januari 2021 melalui email cfp.feb@uksw.edu dengan format sebagai berikut:

Subject Email : No Artikel_Rumpun (FULLPAPER CFP FEB UKSW)
Contoh: **CFP001_MANAJEMEN (FULLPAPER CFP FEB UKSW)**
Nama File : No Artikel_Rumpun
Contoh: **CFP001_MANAJEMEN**

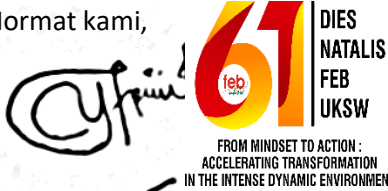
Fullpaper akan dipresentasikan pada

Hari/Tanggal : Rabu, 20 Januari 2021
Pukul : 08.00 - selesai WIB
Platform : Online Webinar dengan Zoom Platform

Link Zoom : Akan diinformasikan segera

Apabila Bapak/Ibu memerlukan informasi lebih lanjut, dapat menghubungi Contact Person kami: Sdr Dhian Adhitya (085700600075), atau melalui email ke panitia: cfp.feb@uksw.edu.

Hormat kami,



Yeterina Widi Nugrahanti, SE., M.Acc.

Ketua CFP Dies FEB ke 61

CALL PAPER DAN SEMINAR NASIONAL

ONLINE CONFERENCE

Perubahan lingkungan global yang sangat cepat dan dinamis, menuntut transformasi dan adaptasi yang cepat untuk membangun keberlanjutan dalam setiap aspek kehidupan. Untuk menjawab tantangan perubahan tersebut, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana menyelenggarakan Seminar Nasional dan Call for Paper dalam rangka DIES Natalis ke-61 dengan tema:

“Building Sustainability through Adaptation in the Global and Intense Dynamic Environment”.

TANGGAL PENTING:

Batas akhir pengumpulan Abstrak	: 2 Desember 2020	11 Desember 2020
Pengumuman diterima/ tidak	: 9 Desember 2020	16 Desember 2020
Batas akhir Registrasi Early Bird	: 16 Desember 2020	
Batas akhir Registrasi	: 30 Desember 2020	
Pengumpulan full paper	: 6 Januari 2021	
Penyelenggaraan	: 20 Januari 2021	

Luaran: Prosiding ber-ISBN

BIAYA

Biaya per Paper, <i>Early Bird</i>	: Rp.150.000,-
Biaya per Paper_ umum, normal	: Rp. 250.000,-
Biaya per Paper mahasiswa* (*Kartu Tanda Mahasiswa)	: Rp. 100.000,-
Seminar	: Rp. 50.000,-
Tambahan Paper	: Rp. 100.000,-

Rekening BCA 0130807089
a/n. Natasia Alinsari



feb
UKSW

61
DIES
NATALIS
FEB
UKSW



Prof. Devanto Shasta Pratomo
(Sekretaris dewan pertimbangan Presiden,
Guru Besar FEB Universitas Brawijaya)



Bp. Djohan Pinnarwan
(Partner PricewaterhouseCoopers
Indonesia)



Ir. Lieli Suharti, MM., Ph.D.
(Ketua Progam Studi
Doktor Manajemen FEB UKSW)



Apriani Dorkas R. Atahau., Ph.D.
(Dosen FEB UKSW)

Moderator

Kerjasama CO-HOST Kegiatan
terbuka bagi Universitas
dengan 5 pendaftar kolektif

Link Pendaftaran: <http://bit.ly/CFP-FEBUKSW2020>

CP: Dhian Adhitya - 085700600075



SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN INDONESIA MAJU (STIKIM)

Alamat : Gedung HZ Jl. Harapan No. 50 Lenteng Agung Jakarta 12610
Telp. (021) 78894043 - 46 Fax. (021) 78894045, website: www.stikim.ac.id Email: stikim@stikim.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor 245/ST/K/PPPM/STIKIM/IV/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini :

nama : Irma Jayatmi, S.ST, M.Kes
jabatan : Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM)

Dengan ini menugaskan kepada :

No.	Nama	Jabatan	Unit Kerja
1	Catur Septiawan G, SKM, M.Kes	Dosen Tetap	Program Studi Kesehatan Masyarakat

untuk melakukan penelitian dengan judul *Pengembangan Model Sistem Penjaminan Mutu Internal Di Perguruan Tinggi Kesehatan Swasta Studi Kasus Di Stikes Indonesia Maju* pada Semester Ganjil Tahun 2020-2021.

Demikianlah surat tugas penelitian ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya. Untuk kegiatan tersebut sdr mendapat dana sesuai peraturan yang berlaku di STIKIM serta tugas peneliti dianggap selesai setelah menyampaikan laporan pertanggung jawaban tertulis kepada PPPM.

Jakarta, 15 April 2020
Pusat Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat
STIKIM

Ketua,



Irma Jayatmi, S.ST, M.Kes

Tembusan:

1. Plt Ketua STIKIM
2. BAU STIKIM
3. Kepala Dept KESMAS STIKIM

PENGEMBANGAN MODEL SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL DI PERGURUAN TINGGI KESEHATAN SWASTA STUDI KASUS DI STIKES INDONESIA MAJU

Catur Septiawan G¹
STIKes Indonesia Maju

Erwin Sujana²
STIKes Indonesia Maju

Abstract

Higher education has a very important role in producing quality graduates. This quality will be achieved if the Internal Quality Assurance System (SPMI) is implemented in the university. Indonesia Maju School of Health Sciences (STIKIM) as one of the private health universities in Indonesia also implements SPMI. The purpose of this study was to determine the SPMI model in STIKIM. The research method used is qualitative research with a case study design. The data analysis method is based on the Miles and Huberman model. This research lasted for six months with 6 (six) informants. The results of this study found that STIKIM uses the SPMI organizational model through a special unit, namely by the Internal Education Development and Quality Assurance Unit (SP3MI) working unit that runs the SPMI. Suggestions from the results of this study are that human resources in the SP3MI unit are added because based on the organizational structure, there are multiple positions in the SP3MI work unit so that the work results are not optimal.

Keywords: Model Development, SPMI, Higher Education Health

Abstrak

Perguruan Tinggi memiliki peran yang sangat penting dalam menghasilkan lulusan yang berkualitas. Kualitas tersebut akan tercapai jika diimplementasikannya Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di perguruan tinggi tersebut. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) sebagai salah satu perguruan tinggi kesehatan swasta di Indonesia juga mengimplementasikan SPMI. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model SPMI di STIKIM. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Metode analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman. Penelitian ini berlangsung selama enam bulan dengan informan sebanyak 6 (enam) orang. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa STIKIM menggunakan model pengorganisasian SPMI melalui unit khusus yaitu oleh unit kerja Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI) yang menjalankan SPMI. Saran dari hasil penelitian ini yaitu agar sumber daya manusia di unit SP3MI ditambah karena berdasarkan struktur organisasi terlihat adanya rangkap jabatan di unit kerja SP3MI sehingga hasil kerjanya tidak maksimal.

Kata kunci: Pengembangan Model, SPMI, Perguruan Tinggi Kesehatan

¹Uma.penjaminmutu@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era dunia tanpa batas yang penuh dengan persaingan, pendidikan tinggi di Indonesia menghadapi banyak tantangan agar terus kompetitif baik di tingkat daerah, nasional, maupun internasional. Oleh sebab itu perguruan tinggi harus berbasis pada mutu agar mempunyai daya saing. Mutu di perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, mempunyai arti bahwa misi, tujuan, serta sasaran yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi telah sesuai dengan persyaratan, harapan, dan kepuasan pemangku kepentingan/stakeholder. Hal ini perlu menjadi perhatian karena penilaian pemangku kepentingan senantiasa berkembang. Oleh sebab itu, pelaksanaan penjaminan mutu di perguruan tinggi juga harus selalu disesuaikan pada perkembangan tersebut secara berkelanjutan sebagai sebuah sistem.

Sistem penjaminan mutu merupakan suatu proses sistematis dan berkelanjutan yang bertujuan menghasilkan, mempertahankan, dan meningkatkan mutu suatu institusi sehingga mutunya terjamin dan diakui masyarakat. Sistem penjaminan mutu di perguruan tinggi dilakukan untuk mengukur seberapa efektif kebijakan akademik yang diterapkan, selain untuk meningkatkan daya saing di antara Perguruan Tinggi. Menurut Kementerian Riset dan Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti, 2017) sistem penjaminan mutu perguruan tinggi adalah proses perencanaan, pemenuhan, pengendalian, dan pengembangan standar pendidikan tinggi secara konsisten agar semua pemangku kepentingan baik internal dan eksternal perguruan tinggi dapat memperoleh kepuasan atas kinerja dan keluaran perguruan tinggi.

Perguruan tinggi melakukan upaya peningkatan mutu pendidikan tinggi diantaranya melalui implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal. Menurut Pasal 53 dan Pasal 52 ayat (4) UU Dikti, SPM Dikti terdiri atas Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) dan Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) (Kemenristekdikti, 2017). Kegiatan penjaminan mutu perguruan tinggi dilaksanakan dalam sebuah sistem yang disebut Sistem Penjaminan Mutu Internal Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk menjamin mutu Pendidikan Tinggi yang diselenggarakan oleh setiap Perguruan Tinggi melalui penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi, dalam rangka mewujudkan visi serta memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan internal dan eksternal perguruan tinggi. SPMI adalah kegiatan sistemik penjaminan mutu pendidikan tinggi oleh setiap perguruan

tinggi secara mandiri untuk mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan (Kemenristekdikti, 2017).

Untuk pencapaian kualitas/mutu perguruan tinggi yang berkelanjutan (*continuous quality improvement*), pelaksanaan sistem penjaminan mutu adalah sebuah kewajiban, karena perguruan tinggi yang menjamin mutunya akan senantiasa memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Pelanggan (*costumer*) yang puas akan meningkat menjadi pelanggan yang loyal dan hal ini berarti akan memberikan manfaat bagi organisasi yang bersangkutan. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi wilayah III DKI Jakarta juga perlu untuk terus melakukan evaluasi sistem penjaminan mutu agar STIKIM senantiasa memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Salah satu ukuran untuk mengetahui bahwa pelaksanaan penjaminan mutu di STIKIM sudah berjalan baik adalah perolehan peringkat nilai akreditasinya terutama berkaitan dengan adanya peraturan BAN-PT Nomor 1 Tahun 2020 yang didalamnya mensyaratkan agar terakreditasi baik sekali maupun unggul telah berjalannya sistem penjaminan mutu internal dengan baik.

Apabila STIKIM memperoleh akreditasi baik sekali bahkan sampai mendapatkan predikat unggul tentunya menjadi salah satu daya tarik/daya saing bagi calon mahasiswa untuk bersedia kuliah di STIKIM. Berdasarkan studi pendahuluan di peroleh bahwa di dalam rencana strategis 2019- 2024 ada program kerja berkaitan dengan kelembagaan yang menjadi target capaian adalah meningkatkan nilai akreditasi institusi dari peringkat baik sekali (berdasarkan Surat Keputusan BAN PT Nomor 1 Tahun 2020) menuju ke peringkat unggul. Oleh sebab itu perlu adanya peninjauan dan pengembangan SPMI agar menunjang perolehan nilai akreditasi institusi kearah predikat unggul. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk diketahuinya model SPMI yang berjalan di STIKIM dan pengembangannya untuk mendukung perbaikan peringkat akreditasi institusi STIKIM tahun 2024.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

A. Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI)

Undang Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (UU Dikti) dalam Pasal 53, menyatakan bahwa Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi (SMPT) terdiri atas Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) dan Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) atau akreditasi. SPMI adalah kegiatan sistemik penjaminan mutu pendidikan

tinggi oleh setiap perguruan tinggi secara otonom atau mandiri untuk mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan. Dengan demikian, setiap perguruan tinggi dapat mengembangkan sendiri SPMI antara lain sesuai dengan latar belakang sejarah, nilai dasar yang menjiwai pendirian perguruan tinggi itu, jumlah program studi dan sumber daya perguruan tinggi tersebut tanpa campur tangan pihak lain (Kemenristekdikti, 2017).

Walaupun setiap perguruan tinggi dapat mengembangkan SPMI secara otonom atau mandiri, namun terdapat hal mendasar yang harus ada di dalam SPMI setiap perguruan tinggi. Di dalam Pasal 52 ayat (2) UU Dikti disebutkan bahwa penjaminan mutu dilakukan melalui 5 (lima) langkah utama yang disingkat PPEPP, yaitu Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi (pelaksanaan), Pengendalian (pelaksanaan), dan Peningkatan Standar Dikti. Hal ini berarti bahwa kelima langkah utama tersebut harus ada dalam melaksanakan SPMI, bahkan merupakan inti dari SPMI di setiap perguruan tinggi. Sesuai dengan istilah 'internal' di dalam SPMI, kelima langkah tersebut harus dilaksanakan secara internal oleh perguruan tinggi (Kemenristekdikti, 2017).

Lima langkah utama, yaitu PPEPP di dalam SPMI suatu perguruan tinggi merupakan proses implementasi Standar Dikti dalam SPMI. Menurut Pasal 54 UU Dikti, standar yang harus digunakan di dalam SPMI setiap perguruan tinggi adalah Standar Dikti yang terdiri atas Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN Dikti) yang ditetapkan oleh Menteri, dan Standar Dikti yang ditetapkan oleh setiap perguruan tinggi dengan mengacu pada SN Dikti. SN Dikti merupakan satuan standar yang meliputi Standar Nasional Pendidikan ditambah dengan Standar Nasional Penelitian, dan Standar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat. Sementara itu, Standar Dikti yang ditetapkan oleh setiap perguruan tinggi terdiri atas sejumlah standar dalam bidang akademik dan bidang non akademik yang melampaui SN Dikti. SN Dikti sebagai standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, telah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) No. 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional (SN) Pendidikan Tinggi (Dikti). Sebagaimana diuraikan di atas, SPMPPT yang terdiri atas SPMI dan SPME harus didasarkan pada Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PD Dikti). Dengan demikian, setiap perguruan tinggi harus membentuk PD Dikti yang menyimpan data dan informasi yang akurat, valid, dan mutakhir yang dapat digunakan untuk mengukur ketercapaian atau pemenuhan Standar Dikti di dalam SPMI perguruan tinggi tersebut. Sekaligus dapat pula digunakan oleh LAM atau BAN-PT untuk melakukan akreditasi (Kemenristekdikti, 2017).

Hal lain tentang SPMI adalah tentang keberadaan unit kerja SPMI untuk mengelola SPMI, menurut Permenristekdikti No. 62 Tahun 2016 Tentang SPMPPT, keberadaan unit kerja SPMI bukan merupakan keharusan, melainkan yang menjadi keharusan adalah keberadaan SPMI di setiap perguruan tinggi (Kemenristekdikti, 2017). Implementasi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) terdiri atas sebuah siklus yang mencakup Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi pelaksanaan, Pengendalian pelaksanaan, dan Peningkatan (PPEPP) Standar dalam SPMI (Standar Dikti) (Kemenristekdikti, 2017).

1. Penetapan Standar Dikti Standar adalah pernyataan dalam bentuk kalimat yang berisi sesuatu yang dicitakan atau diinginkan untuk dicapai, suatu tolok ukur atau kriterium atau spesifikasi tertentu, atau dapat berupa perintah untuk melakukan sesuatu. Di dalam SPMI, standar yang dimaksud adalah Standar dalam SPMI (Standar Dikti), yang terdiri atas standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, yaitu Standar Nasional Dikti (SN Dikti), dan standar yang harus ditetapkan sendiri oleh setiap perguruan tinggi yang disebut Standar Dikti yang ditetapkan oleh perguruan tinggi. Standar Dikti yang ditetapkan perguruan tinggi wajib melampaui SN Dikti atau standar lain yang sama sekali tidak tercakup dalam SN Dikti, sehingga merupakan kekhasan dari perguruan tinggi yang bersangkutan. Artinya, perguruan tinggi wajib menetapkan sendiri berbagai Standar Dikti (yang ditetapkan perguruan tinggi sendiri), yang secara kuantitatif lebih banyak dan/atau secara kualitatif lebih tinggi dari pada SN Dikti.
2. Pelaksanaan Standar Dikti Setelah Standar dalam SPMI (Standar Dikti), yaitu baik SN Dikti maupun Standar Dikti yang ditetapkan perguruan tinggi sendiri, ditetapkan dan diberlakukan pada seluruh tingkat di suatu perguruan tinggi, oleh para pihak yang menjadi subyek atau *audience* (A) dari standar tersebut harus mulai melaksanakan isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) itu. Subyek ini dapat berbeda tergantung dari isi masing-masing Standar Dikti.
3. Evaluasi Pelaksanaan Standar Dikti. Evaluasi Pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) adalah tindakan pejabat struktural pada setiap tingkat perguruan tinggi, termasuk lembaga/kantor penjaminan mutu jika ada, untuk menilai apakah isi berbagai Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah dilaksanakan atau dipenuhi. Dengan kata lain, mereka menilai kesesuaian antara pelaksanaan standar dengan standar yang telah ditetapkan. Tindakan mengevaluasi pelaksanaan standar lazim dikaitkan dengan tindakan memantau (monitoring), sehingga dapat disingkat menjadi 'monev'. Evaluasi adalah penilaian terhadap suatu proses atau kegiatan yang telah

selesai dilakukan, yang disebut juga sebagai *summative evaluation*. Evaluasi seperti ini bersifat komprehensif dan utuh, sehingga bukan hanya hasil (*output*) yang dinilai melainkan juga dampak atau (*outcomes*) dari sebuah proses atau kegiatan. Monitoring adalah penilaian pula, tetapi dilakukan ketika kegiatan yang dinilai itu masih berjalan, atau disebut sebagai *formative evaluation*. Baik *summative* maupun *formative evaluation* bertujuan:

- a. memastikan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah dilaksanakan sebagaimana telah ditetapkan;
- b. mengantisipasi dan/atau mengoreksi kekeliruan atau kekurangan yang terjadi dalam pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) yang berpotensi menggagalkan pencapaian isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) tersebut; dan
- c. jika tidak ditemukan kekeliruan atau kekurangan, maka tujuan evaluasi atau monitoring adalah mempertahankan pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) yang telah berlangsung.

Selain *formative* dan *summative evaluation*, dikenal juga *diagnostic evaluation*, yaitu evaluasi yang bertujuan mengetahui kelemahan atau kendala yang dapat menghalangi pelaksanaan suatu kegiatan dan mengambil langkah yang diperlukan untuk mengatasi kelemahan atau kendala tersebut.

Formative evaluation dan *summative evaluation* adalah kegiatan audit (*auditing*), yang jika dilakukan oleh pihak internal dalam suatu perguruan tinggi disebut Audit Mutu Internal (AMI). Sedangkan *summative evaluation* yang dilakukan oleh pihak eksternal disebut akreditasi (*accreditation*). Dalam pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti), evaluasi dilakukan pertama-tama oleh pejabat struktural pada setiap unit kerja dalam suatu perguruan tinggi. Kemudian, untuk menjamin obyektivitas, evaluasi internal dilanjutkan dengan Audit Mutu Internal yang lazim dilakukan oleh para auditor internal yang dapat berada di bawah koordinasi Lembaga atau Kantor Penjaminan Mutu yang terdapat pada perguruan tinggi bersangkutan. Jika hasil dari audit internal ini buruk, maka diperlukan langkah atau tindakan koreksi, sebaliknya jika baik maka praktik baik tersebut dapat dipertahankan dan ditingkatkan mutunya. Pada akhirnya, berdasarkan hasil audit internal ini perguruan tinggi tersebut dapat meminta pihak eksternal untuk melakukan akreditasi atau SPME. Obyek yang dievaluasi dapat berupa:

- a. proses atau kegiatan pelaksanaan isi suatu standar;

- b. prosedur atau mekanisme pelaksanaan isi standar;
- c. hasil atau output dari pelaksanaan isi standar; dan
- d. dampak atau outcome dari pelaksanaan isi standar.

Keempat aspek ini dinilai dengan tolok ukur isi dari masing-masing Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Oleh karena cakupan isi Standar Dikti berbagai macam sesuai dengan luas lingkup penyelenggaraan pendidikan tinggi setiap perguruan tinggi, maka waktu dan frekuensi Evaluasi Pelaksanaan Standar Dikti mungkin tidak akan selalu sama.

4. Pengendalian Pelaksanaan Standar Dikti. Pengendalian pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) merupakan tindak lanjut atas berbagai temuan (*findings*) yang diperoleh dari Tahap Evaluasi Pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Jika temuan (*findings*) menunjukkan bahwa pelaksanaan isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah sesuai dengan apa yang telah dicantumkan di dalam Standar dalam SPMI (Standar Dikti), maka langkah pengendaliannya berupa upaya agar pencapaian tersebut tetap dapat dipertahankan. Namun, jika temuan (*findings*) menunjukkan sebaliknya, maka harus dilakukan tindakan koreksi atau perbaikan untuk memastikan agar isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) yang telah ditetapkan dapat terpenuhi. Terdapat beberapa jenis tindakan koreksi sebagai langkah Pengendalian Pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti), yaitu mulai dari penyelenggaraan rapat pimpinan yang khusus membahas hasil evaluasi hingga penjatuhan tindakan koreksi tertentu, antara lain instruksi, teguran, peringatan, penghentian perbuatan/kegiatan, investigasi atau pemeriksaan mendalam, dan penjatuhan sanksi ringan, sedang, hingga berat. Setiap bentuk tindakan koreksi yang diambil atas temuan (*findings*), perlu dicatat di dalam formulir yang dilengkapi dengan informasi seperti tanggal, pihak yang harus melakukan tindakan koreksi, alasan penjatuhan tindakan koreksi, pihak yang menjatuhkan tindakan koreksi, durasi waktu tindakan koreksi harus dilakukan, serta keterangan tentang apakah tindakan koreksi tersebut telah dilaksanakan atau tidak dilaksanakan. Pencatatan langkah tindakan koreksi atas temuan (*findings*) merupakan salah satu luaran SPMI yang akan diperiksa oleh BAN-PT atau LAM dalam menetapkan status akreditasi dan peringkat terakreditasi.
5. Peningkatan Standar Dikti Peningkatan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) adalah kegiatan perguruan tinggi untuk menaikkan atau meninggikan isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Kegiatan ini sering disebut *kaizen* atau *continuous quality improvement (CQI)*, dan hanya dapat dilakukan apabila Standar dalam SPMI (Standar

Dikti) telah melalui keempat tahap siklus SPMI di atas, yaitu Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi pelaksanaan, dan pengendalian pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Peningkatan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi sesuai perkembangan kebutuhan masyarakat, kemajuan.

B. Model Organisasi dan Kelembagaan Sistem Penjaminan Mutu Internal

Implementasi SPMI di suatu perguruan tinggi dilakukan baik pada tingkat perguruan tinggi (Universitas, Institut, Sekolah Tinggi, Politeknik, Akademi, Akademi Komunitas), maupun di tingkat unit pengelola program studi (Jurusan, Departemen, Bagian).

Setiap perguruan tinggi bebas menentukan model organisasi atau kelembagaan dalam mengimplementasikan SPMI. Selain karena tidak terdapat peraturan yang mewajibkan mereka untuk memilih model tertentu, juga karena setiap perguruan tinggi memiliki perbedaan dalam hal latar belakang sejarah, tata nilai atau nilai dasar organisasi, kemampuan sumber daya, jumlah program studi, jumlah mahasiswa dsb, sehingga tidak tepat jika sebuah perguruan tinggi meniru model organisasi dan kelembagaan SPMI dari perguruan tinggi lain. Pada prinsipnya, terdapat 3 (tiga) model pengorganisasian yang dapat dipilih oleh perguruan tinggi dalam mengimplementasi SPMI, yakni (Kemenristekdikti, 2017):

- a. Membentuk unit khusus SPMI;
- b. Mengintegrasikan implementasi SPMI ke dalam manajemen perguruan tinggi; atau
- c. Mengombinasikan model a dan b
 - a) Membentuk unit khusus SPMI unit SPMI dibentuk pada aras perguruan tinggi dengan tugas dan fungsi memfasilitasi implementasi SPMI di perguruan tinggi yang bersangkutan. Unit ini memiliki struktur organisasi, mekanisme kerja, personalia dan anggaran. Pada aras yang lebih rendah, dapat dibentuk juga unit SPMI yang lebih kecil yang secara hirarkhis bertanggung jawab kepada unit SPMI pada aras perguruan tinggi. Pengelola unit SPMI tidak boleh dirangkap jabatan struktural lain. Pada aras perguruan tinggi unit SPMI dapat diposisikan di bawah wakil Rektor/Wakil Ketua/Wakil Direktur atau langsung di bawah koordinasi Rektor/Ketua/Direktur.

Kekuatan

- Pertama, model ini dipandang sebagai cara pengorganisasian implementasi SPMI yang tepat, karena unit SPMI yang terpisah dari berbagai jabatan struktural secara teoritik maupun praktik dipandang lebih independen. Independensi yang melekat pada unit SPMI tersebut akan mendukung pelaksanaan monitoring & *evaluation* (termasuk audit internal) secara objektif.
- Kedua, keberadaan unit SPMI dapat dipandang sebagai cara perguruan tinggi tersebut melaksanakan salah satu prinsip dari *good university governance*, yaitu akuntabilitas.
- Ketiga, unit SPMI yang dibentuk secara independen dan akuntabel akan membuatnya menjadi kuat dan disegani oleh berbagai pihak yang kinerjanya akan dimonitor, dievaluasi, dan diaudit oleh unit SPMI tersebut. Dengan kata lain, keberadaan unit SPMI diyakini dapat menimbulkan efek psikologis berupa sikap respek dari unit lain di dalam perguruan tinggi.

Kelemahan

- Pertama, model ini membutuhkan biaya serta sumber daya manusia yang relatif besar yang dapat memberatkan perguruan tinggi yang tidak memiliki cukup banyak SDM, memiliki *student body* yang kecil, jumlah prodi yang sedikit, dan sumber dana yang terbatas. Akibatnya, model ini dapat menjadi tantangan atau bahkan menghambat implementasi SPMI pada perguruan tinggi kecil.
- Kedua, keberadaan unit SPMI dinilai memperbesar struktur organisasi perguruan tinggi dan memperpanjang mata rantai birokrasi, sehingga potensial membebani perguruan tinggi tersebut. Penambahan sebuah unit pada organisasi perguruan tinggi dapat menimbulkan dampak psikologis, seperti munculnya keresahan karena merasa ada pihak tertentu yang akan berperan seperti 'polisi, pengawas' atau *watchdog* yang akan mengawasi mereka dalam bekerja.
- Ketiga, apabila unit SPMI tersebut secara struktural berkedudukan tidak lebih tinggi dari fakultas atau unit pengelola program studi, efektivitasnya dalam melaksanakan fungsi implementasi SPMI diragukan. Hal ini disebabkan fakultas atau unit pengelola program studi yang merasa berada pada posisi lebih tinggi

atau sederajat dengan unit SPMI akan cenderung mengabaikan saran dan/atau rekomendasi dari unit SPMI.

- b) Mengintegrasikan Implementasi SPMI ke dalam Manajemen Perguruan Tinggi
Pada model ini, SPMI diimplementasikan oleh setiap pejabat struktural, misalnya Dekan, Ketua Jurusan, Wakil Rektor/Ketua/Direktur, Kepala Biro, Kepala Laboratorium, hingga Rektor/Ketua/Direktur. Dalam model ini, tidak ditemukan koordinasi terpusat pelaksanaan SPMI oleh unit SPMI pada aras perguruan tinggi, tetapi kendali implementasi SPMI berada pada masing-masing pejabat itu.

Kelebihan

- Pertama, model ini cocok untuk perguruan tinggi kecil atau yang baru didirikan dengan jumlah SDM yang masih terbatas, jumlah program studi dan mahasiswa yang relatif sedikit. Dengan melekatkan tugas mengimplementasikan SPMI pada jabatan struktural mulai dari aras yang tertinggi, yaitu pemimpin perguruan tinggi hingga aras fakultas atau unit pengelola program studi di dalam perguruan tinggi, membuat implementasi SPMI relatif menjadi lebih hemat dan fleksibel. Dengan model ini, struktur organisasi perguruan tinggi juga akan tetap ramping dan tidak memperpanjang mata rantai birokrasi.
- Kedua, melalui cara ini, setiap dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, bahkan juga para pejabat struktural relatif akan merasa lebih nyaman dalam bekerja mewujudkan budaya mutu sebab tidak ada perasaan dipaksa dan diawasi oleh semacam *watchdog*.

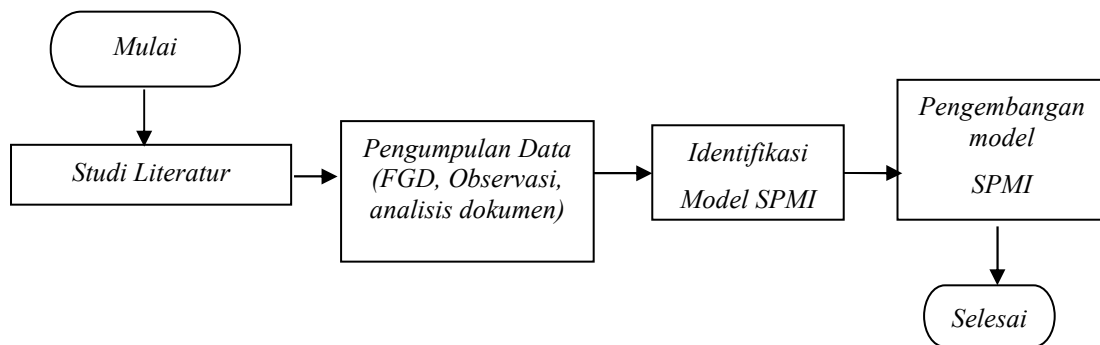
Kekurangan

- Pertama, model ini diragukan dari aspek efektivitas, objektivitas, dan akuntabilitas. Menyerahkan implementasi SPMI pada para pejabat struktural yang kinerjanya justru akan diuji dengan SPMI dapat dinilai kurang layak dan etis. Implementasi SPMI dengan model ini diragukan efektivitasnya karena model ini amat tergantung pada inisiatif dan ketegasan pejabat struktural.
- Kedua, model ini dapat mengakibatkan implementasi SPMI berlangsung tidak serentak, berbeda-beda, dan dengan kecepatan tidak sama karena tidak ada koordinasi dari aras tertinggi perguruan tinggi. Beberapa unit kerja mungkin ada yang mampu dan tidak mampu mengimplementasikan SPMI secara optimal tergantung pada pejabat struktural masing-masing.

- c) Mengombinasikan model a dan b. Perguruan tinggi dapat mengombinasikan kedua model di atas dengan alasan dan tujuan tertentu sebagai berikut:
- Pertama, sebagai pemula sebuah perguruan tinggi membentuk sebuah *task force* atau tim *ad hoc* dengan tugas pokok menyusun Dokumen SPMI, setelah itu dibentuk unit SPMI untuk melanjutkan langkah sesuai mekanisme SPMI. Model ini dapat diadopsi jika jumlah SDM pada perguruan tinggi itu masih terbatas, sehingga pembentukan unit SPMI terkendala, padahal penetapan standar SPMI sudah mendesak. Namun, ketika perguruan tinggi harus melaksanakan isi berbagai standar lalu mengevaluasi dan mengendalikan pelaksanaannya, misalnya dengan melakukan monitoring dan audit maka model *task force* ini dapat menjadi kurang efektif. Di sini kemudian perlu dibentuk unit SPMI dan membubarkan *task force* atau mengubah personalia *task force* menjadi pengelola unit SPMI.
 - Kedua, perguruan tinggi membentuk unit SPMI di aras perguruan tinggi dengan tugas pokok mengimplementasi SPMI. Tugas ini berjalan secara sistematis, efektif, dan menimbulkan dampak psikologis bagi seluruh pemangku kepentingan internal sehingga mereka mulai sadar mutu, dan secara perlahan namun pasti tercipta budaya mutu pada perguruan tinggi tersebut. Kemudian, setelah proses pelebagaan SPMI dinilai telah cukup matang dan budaya mutu telah mulai terinternalisasi, secara bertahap tugas pokok dan fungsi dari unit khusus tersebut mulai dialihkan ke para pejabat struktural pada semua aras dan unit tersebut dapat ditiadakan. Peniadaan unit SPMI ini tidak berarti implementasi SPMI menjadi terhenti karena setiap pejabat struktural sesuai dengan tugas, wewenang, dan tanggung jawabnya masing-masing yang akan melanjutkan implementasi SPMI.
 - Ketiga, perguruan tinggi mengorganisasikan implementasi SPMI dengan membentuk unit SPMI di aras perguruan tinggi yang membawahi semua unit kerja di perguruan tinggi tersebut. Namun, pada aras unit kerja seperti fakultas tidak dibentuk unit SPMI yang lebih kecil, tetapi implementasi SPMI diserahkan pada jabatan struktural seperti Dekan, Wakil Dekan, Ketua Jurusan, Sekretaris Jurusan, Kepala Laboratorium, dsb. Kemudian, unit SPMI di aras perguruan tinggi akan menjalankan tugas memonitor, mengevaluasi, dan mengaudit pelaksanaan SPMI di semua unit kerja.

METODA

Metode penelitian yang di gunakan dalam peneltian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, *Focus Group Discussions (FGD)*, dan analisis dokumen. *FGD* yang di lakukan dengan melibatkan 6 (enam) informan yaitu Ketua yayasan Indonesia Maju, Ketua STIKIM, Wakil Ketua 1 Bidang Akademik, Ketua Senat STIKIM, Ketua SP3MI, dan Kepala Departemen. *FGD* di laksanakan pada tanggal 20 Mei 2020 sedangkan waktu penelitian dilakukan selama bulan Juni hingga bulan November 2020. Adapun secara umum, alur penelitian ini adalah sebagai berikut:



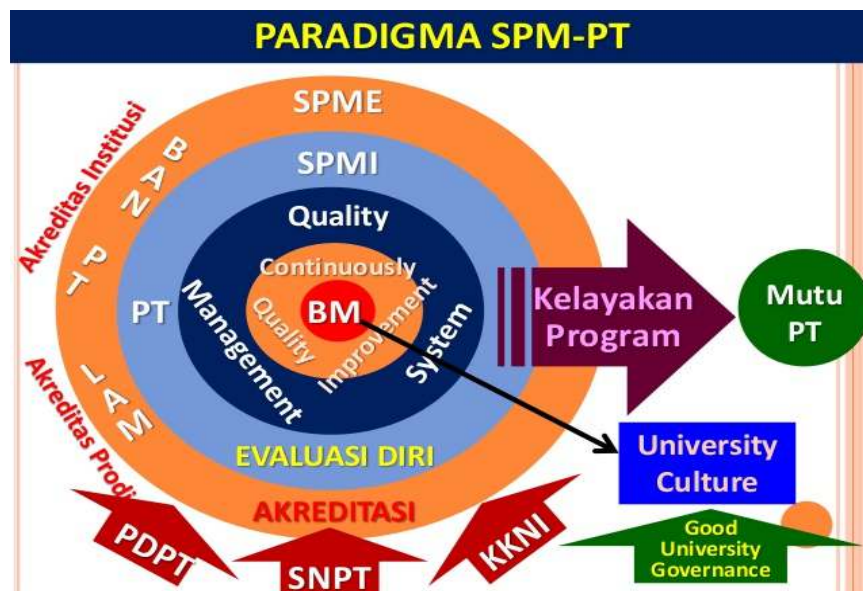
Gambar. 1 Alur Penelitian

Tahapan alur penelitian di tunjukan pada gambar 01 tersebut dapat di jelaskan langkah-langkah penelitian ini yaitu dimulai dari studi literatur mengenai Sistem Penjaminan Mutu Internal dengan mempelajari baik dari buku maupun penelitian-penelitian sebelumnya dan peraturan perundangan yang berlaku di seputar Pendidikan Tinggi khususnya Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi yang akan menjadi dasar untuk menelaah model pengorganisasian dan siklus SPMI di STIKIM. Selanjutnya melakukan pengumpulan data dengan melakukan observasi, *FGD*, dan analisis dokumen yang ada di STIKIM. Dari hasil pengumpulan data kemudian dilakukan analisis data menggunakan model *Miles* dan *Huberman* yang bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan berkaitan dengan gambaran model pengorganisasian dan siklus SPMI di STIKIM. Setelah itu kemudian di lakukan pengembangan model pengorganisasian dan siklus SPMI di STIKIM agar dapat menunjang peningkatan peringkat akreditasi sesuai harapan dari Yayasan Indonesia Maju sebagai badan penyelenggara STIKIM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Model Organisasi dan Kelembagaan Sistem Penjaminan Mutu Internal di STIKIM

Penerapan Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) merupakan keputusan strategis yang diambil oleh Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) dalam melakukan upaya perbaikan terhadap sistem, proses, pengelolaan sumber daya serta transformasi kebijakan pengelolaan institusi, dimana harapan lebih jauh dari pengembangan dan penerapan Penerapan Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) yang terintegrasi dengan Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi (SPMPT) ini adalah terciptanya efektifitas pengelolaan institusi terhadap seluruh aspek yang ada di dalamnya.

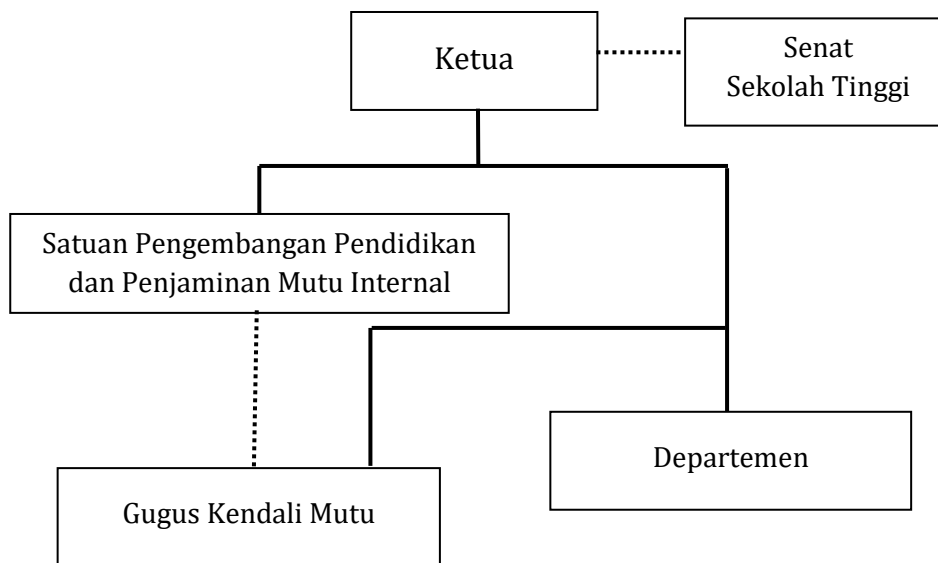


Gambar 2. Keterkaitan SPMI STIKIM dengan Sistem Lain

Dari gambar tersebut di atas tampak bahwa Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*) di lingkungan Perguruan Tinggi khususnya STIKIM sudah menjadi suatu keharusan, dimana secara internal (*internally driven*) STIKIM akan selalu dituntut untuk selalu melakukan Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*) secara terinstitusi (kelembagaan) dengan tujuan untuk menghasilkan lulusan berkualitas serta sebagai pemenuhan persyaratan pelanggan/stakeholder.

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) mengimplementasikan SPMI di dasari oleh adanya UU No 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, Permenristekdikti No. 62 tahun 2016 tentang sistem penjaminan mutu pendidikan tinggi, Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3

Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan, serta Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi yang bermuara kepada satu kepentingan yaitu keharusan suatu perguruan tinggi dalam hal ini STIKIM untuk wajib mengimplementasikan SPMI yang di tandai oleh adanya unit yang mengelola SPMI baik di tingkat STIKIM maupun departemen seperti yang terlihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3. Hirarki Hubungan SP3MI pada Tingkat Sekolah Tinggi dengan GKM

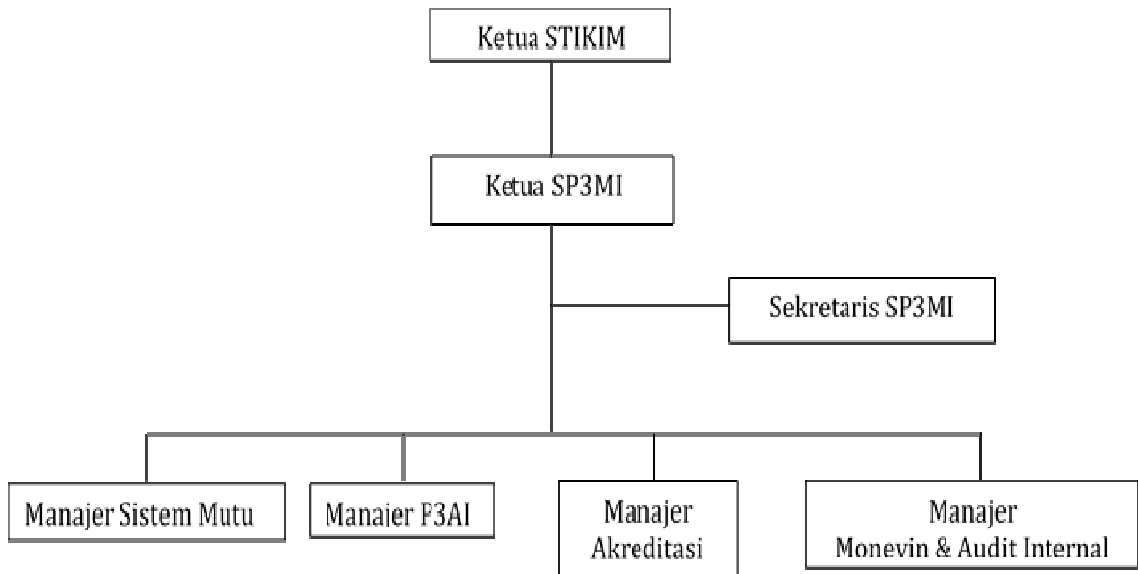
Unit atau Pejabat Khusus Penanggung Jawab SPMI di STIKIM adalah Ketua Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI). STIKIM menganut organisasi SPMI *non embedded* (berdiri sendiri). Hal ini terlihat dari struktur organisasi STIKIM ada unit SP3MI yang tugas pokok dan fungsinya adalah sebagai unit yang melaksanakan kebijakan dan pelaksanaan sistem penjaminan mutu internal di STIKIM. Adanya SP3MI diharapkan dalam menjalankan tupoksinya agar lebih independen. Di tingkat Departemen juga ada Gugus Kendali Mutu (GKM)

B. Sejarah SP3MI

Sejarah organisasi pelaksana Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) di mulai dengan terbentuknya Tim Penjaminan Mutu dan Audit Internal (TPMAI) pada tahun 2010. Tim ini masih berupa Tim *Ad Hoc* dengan personil 3 (tiga) orang yaitu Catur Septiawan G, Rahmat Supriatna dan Fajar Saputra. TPMAI dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Ketua STIKIM No. 186/SK/K/STIKIM/XII/2010 yang bertujuan agar berperan penting dalam meningkatkan

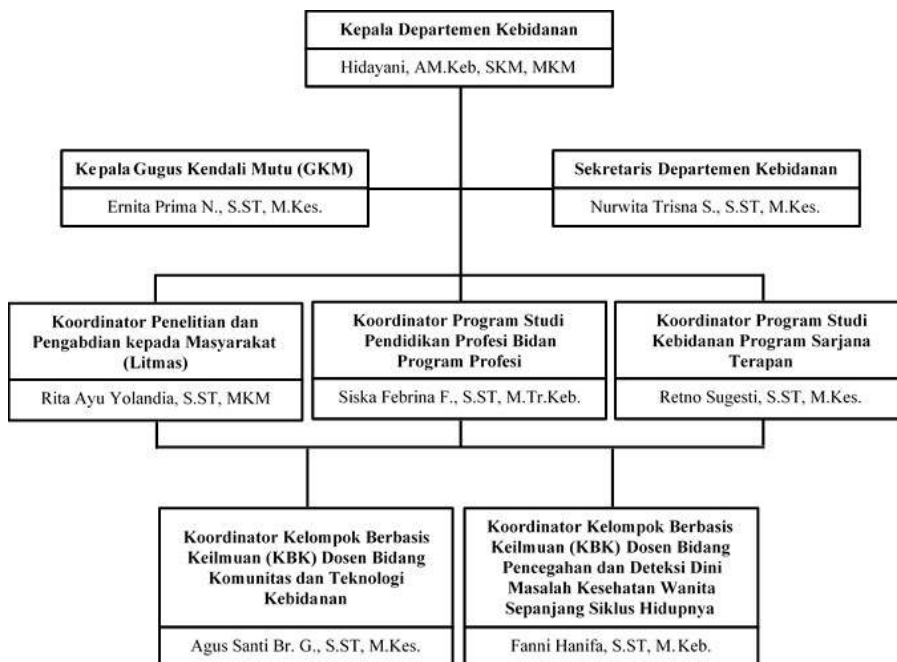
akreditasi program studi dan mengawal proses peningkatan mutu melalui berbagai kegiatan penguatan manajemen mutu dan audit internal mutu akademik.

Berdasarkan Evaluasi yang dilakukan oleh Ketua STIKIM pada tahun 2012 yang menyatakan bahwa TPMAI keberadaannya sangat membantu organisasi STIKIM dan perlu ditingkatkan keberadaannya, maka Selanjutnya pada tahun 2012 keberadaan TPMAI di permanenkan keberadaannya dalam Struktur Organisasi STIKIM dengan menggunakan nomenklatur Badan Penjaminan Mutu dan Audit Internal (BPMAI) dengan Surat Keputusan Yayasan Indonesia Maju No.185/SK/YIMA/XII/2012, sebagai pengganti TPMAI. Keberadaan BPMAI berlangsung sampai tahun November 2016. Pada bulan Desember 2016 sampai tahun November 2017 menggunakan nomenklatur Badan Penjaminan dan Pengawasan Mutu Internal (BPPMI) dengan dikeluarkannya SK Yayasan Indonesia Maju No.073/SK/K/Ka/YIMA/XII/2017. Perubahan nomenklatur tersebut di karenakan di samping BPPMI menjalankan peran sebagai penjaminan mutu internal di bidang akademik, juga mendapat tugas tambahan untuk menjalankan tugas sebagai penjaminan mutu internal di bidang non akademik (Berperan sebagai Satuan Pengawas Internal/SPI). Selanjutnya pada bulan Desember 2017 – Februari 2019 menggunakan nomenklatur SPMI berdasarkan SK Ketua Yayasan Indonesia Maju (YIMA) No. 3865/SK/K/Ka/YIMA/XII/2017 karena ada pemisahan tugas SPI yang di jadikan organisasi tersendiri. Selanjutnya pada bulan Maret 2019 sampai sekarang (2020) menggunakan nama SP3MI berdasarkan SK Ketua Yayasan Indonesia Maju (YIMA) No. 3865/SK/K/Ka/YIMA/III/2019 karena ada tugas tambahan yaitu menjalankan tugas dan fungsi untuk menjalankan Pusat Pengembangan Pendidikan dan Aktifitas Instruksional (P3AI). Berikut adalah posisi struktur organisasi SP3MI dalam Struktur Organisasi STIKIM.



Gambar 4. Struktur Organisasi SP3MI STIKIM

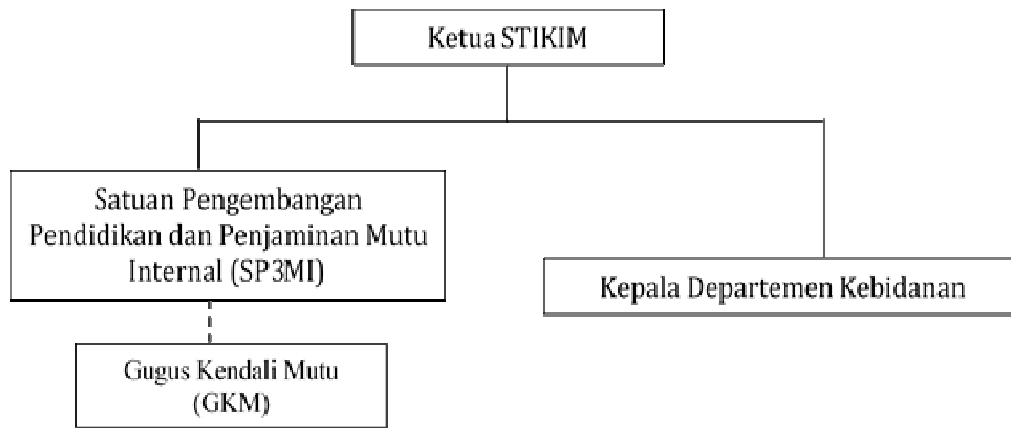
Di tingkat departemen juga ada Gugus Kendali Mutu (GKM) yang posisinya tergambar sebagai berikut:



Gambar 5. Struktur Organisasi departemen Kebidanan STIKIM

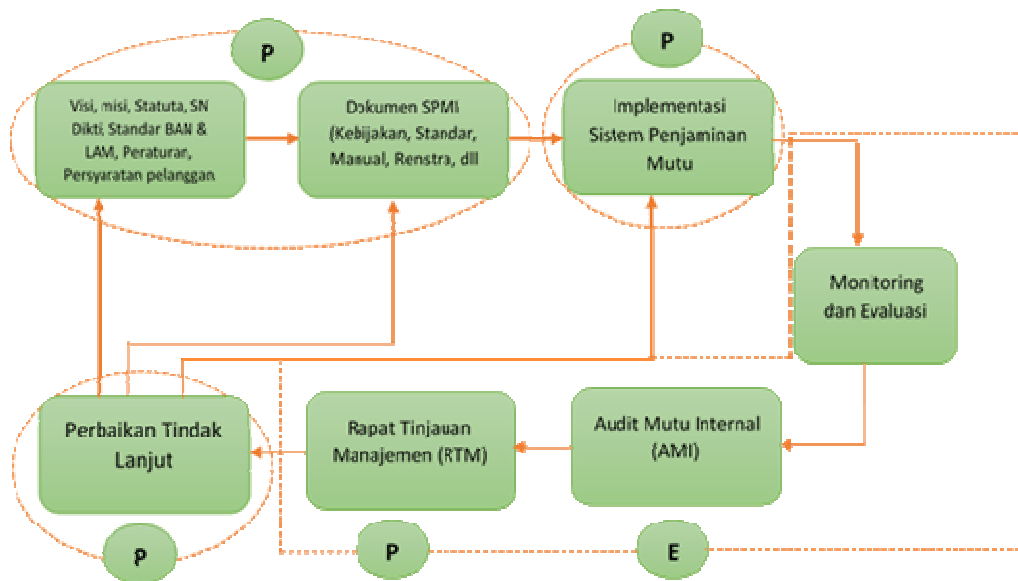
GKM dalam menjalankan tugasnya tentunya dapat berkoordinasi dengan Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI), karena secara

kelembagaan sebagai pelaksana penjaminan mutu di tingkat institusi STIKIM. Adapun pola hubungannya dapat tergambar sebagai berikut:



Gambar 6. Pola hubungan SP3MI dan GKM

C. Model Siklus Sistem Penjaminan Mutu Internal di STIKIM



Gambar 7. Siklus PPEPP SPMI STIKIM

Pada dasarnya SPMI STIKIM berkaitan dengan pentahapan tentang penetapan, pelaksanaan/pemenuhan, pengendalian dan pengembangan/peningkatan Standar SPMI diimplementasikan di STIKIM.

1. Tahap Penetapan Standar SPMI

Tahap penetapan standar SPMI merupakan tahapan ketika seluruh Standar SPMI bidang akademik dan nonakademik di tingkat STIKIM dirancang, disusun, dan dirumuskan oleh Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI), serta masukan Gugus Kendali Mutu (GKM) atau unit kerja lainnya, hingga Standar SPMI ditetapkan dan disahkan oleh Ketua STIKIM.

2. Tahap Pelaksanaan/Pemenuhan Standar SPMI

Tahap pelaksanaan/pemenuhan standar merupakan tahapan ketika isi seluruh standar diimplementasikan dalam kegiatan penyelenggaraan pendidikan di tingkat STIKIM, Program Pascasarjana, Departemen/Prodi, UPT dan Biro termasuk di dalamnya seluruh pejabat struktural, tenaga pendidik (dosen) dan tenaga kependidikan, mahasiswa dan alumni dalam melaksanakan tugas, wewenang dan tanggungjawabnya masing-masing.

Pelaksanaan standar SPMI mengacu pada siklus manajemen SPMI STIKIM yang diawali dengan satu siklus kegiatan SPMI sesuai dengan tahun kalender akademik dan diikuti oleh siklus yang sama pada tahun-tahun berikutnya.

3. Evaluasi

Tahap Pengendalian standar merupakan tahapan ketika seluruh isi standar yang dilaksanakan di seluruh tingkat STIKIM, Program Pascasarjana, Departemen/Prodi, UPT, dan Biro termasuk di dalamnya seluruh pejabat struktural, tenaga pendidik (dosen) dan tenaga kependidikan, mahasiswa dan alumni dalam melaksanakan tugas, wewenang dan tanggungjawabnya memerlukan pemantauan atau pengawasan, pengecekan atau pemeriksaan dan evaluasi secara rutin dan terus-menerus.

Pengawasan dan pemantauan terhadap pelaksanaan/pemenuhan SPMI dilakukan oleh Gugus Kendali Mutu (GKM), serta Tim Audit Internal, dengan tujuan agar pelaksanaan SPMI tidak menyimpang dengan Standar SPMI yang telah ditetapkan. Pengawasan atau pemantauan dilakukan secara paralel atau bersamaan dengan pelaksanaan/pemenuhan Standar SPMI.

Evaluasi atau penilaian hasil implementasi SPMI yang dilaksanakan oleh masing-masing GKM bersama-sama SP3MI untuk mengukur ketercapaian dan kesesuaian hasil pelaksanaan dengan Standar SPMI yang telah ditetapkan, selanjutnya dilaporkan kepada manajemen puncak (Ketua STIKIM, Direktur Pascasarjana, Kepala Departemen, Koordinator Program Studi).

4. Tahap Pengembangan/Peningkatan Standar

Tahap pengembangan/peningkatan Standar SPMI merupakan tahapan ketika pelaksanaan Standar SPMI dalam siklus kalender akademik telah dikaji ulang untuk ditingkatkan mutunya, dan ditetapkan Standar SPMI baru untuk dilaksanakan pada siklus dan tahun akademik berikutnya.

Penentuan pengembangan/peningkatan Standar SPMI di tahun berikutnya didasarkan pada hasil Audit Internal yang dilaksanakan oleh Tim Auditor Internal dari SP3MI STIKIM. Selanjutnya SP3MI memberikan rekomendasi kepada unit yang bersangkutan dan melaporkan kepada Ketua STIKIM untuk ditindaklanjuti guna peningkatan mutu dan penetapan standar mutu baru.

Implementasi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) di STIKIM sudah sesuai dengan pedoman Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi (SPMPT) yang di keluarkan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang terdiri atas sebuah siklus yang mencakup Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi pelaksanaan, Pengendalian pelaksanaan, dan Peningkatan (PPEPP) Standar dalam SPMI (Standar Dikti) (Kemenristekdikti, 2017).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa STIKIM menggunakan model pengorganisasian SPMI *non embedded* dengan adanya unit kerja Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI) yang menjalankan SPMI di tingkat STIKIM dan Gugus Kendali mutu (GKM) di tingkat Departemen. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah perlunya penambahan Sumber Daya Manusia di SP3MI agar tidak terjadi rangkap jabatan. Keterbatasan penelitian ini adalah penyediaan sumber daya manusia di perguruan tinggi swasta yang tentunya bergantung pada persetujuan dari Yayasan untuk mengimplementasikan SPMI di STIKIM menjadi lebih baik. Saran dari hasil penelitian ini yaitu agar sumber daya manusia di unit SP3MI ditambah karena

berdasarkan struktur organisasi terlihat adanya rangkap jabatan di unit kerja SP3MI sehingga hasil kerjanya tidak maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
 Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi.
 Pedoman Sistem Penjaminan Mutu Internal Pendidikan Akademik, Pendidikan Vokasi, Pendidikan Profesi, Pendidikan Jarak Jauh. Direktorat Penjaminan Mutu, Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Tahun 2018.
 Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
 Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi dan Akreditasi Perguruan Tinggi.
 Peraturan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Mekanisme Akreditasi Untuk Akreditasi yang Dilakukan Oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi.
 Statuta Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 120/P/K/Ka/YIMA/IX/2018 Tahun 2018.
 Organisasi dan Tata Kelola Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 121/SK/K/Ka/YIMA/IX/2019 Tahun 2019.
 Pedoman Sistem Penjaminan Mutu Internal Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 582/SK/K/Ka/STIKIM/IV/2019 Tahun 2019.
 Kebijakan SPMI Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 567/P/K/Ka/YIMA/IV/2019 Tahun 2019.
 I Made Legawa., Ida Bagus dan Bagus, B. 2019. Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Seminar Nasional Sejarah ke 4 Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Padang*: 118-132.
 Opan Arifudin., 2019. Manajemen Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi. *STIE Al-Amar Subang. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3 (1) 161-169 (online) <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea>
 Ahmad Sulaiman., Udik Budi W., 2016. Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan di Universitas Gadjah Mada. *Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* Volume 4, No 1, April 2016 (17-32) online: [Http://journal.uny.ac.id/index.php/jamp](http://journal.uny.ac.id/index.php/jamp)

PROCEEDING

Building Sustainability
through Adaptation
in the Global and
Intense Dynamic Environment



January 20th, 2021

61 | DIES
NATALIS
FEB
UKSW

ISBN: 978-979-3775-81-4

CFP *Dies Natalis* FEB UKSW Ke-61
*Building Sustainability through Adaptation in
the Global and Intense Dynamic Environment*
20 Januari 2021

PROCEEDING SEMINAR & CALL FOR PAPERS

Building Sustainability through Adaptation in the Global and Intense Dynamic Environment ***Salatiga, 20 Januari 2021***

Editor : Tim Seminar & Call for Papers
Layout : Tim Seminar & Call for Papers
Desain Sampul : Tim Seminar & Call for Papers
Tebal buku : 1385 Halaman
Ukuran buku : 21 cm x 29,7 cm
Edisi : I, Cetakan Pertama
ISBN : 978-979-3775-81-4
Penerbit : Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW
Jl. Diponegoro No. 52-60 Salatiga 50711
Telp: 0298 – 311881

ISBN 978-979-3775-81-4



Hak Cipta © 2021 pada penulis

Hak Terbit pada Penerbit Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW

HAK CIPTA DILINDUNGI UNDANG-UNDANG

TIM REVIEWER

INTERNAL

Prof. Supramono, SE, MBA, DBA; Universitas Kristen Satya Wacana

Prof. Dr. Intiyas Utami, SE, MSi, Ak, CA, CMA, QIA, CFrA; Universitas Kristen Satya Wacana

Dr. Gatot sasongko, SE, MS; Universitas Kristen Satya Wacana

Dr. Yeterina W Nugrahanti, SE., M.Acc., Ak; Universitas Kristen Satya Wacana

Ari Budi Kristanto, SE, MM; Universitas Kristen Satya Wacana

Annie Susanto, SPd, MM; Universitas Kristen Satya Wacana

Eristia Lidia Paramita, SE, MM, SPd; Universitas Kristen Satya Wacana

Rosalyn Franksiska, SE, MBA; Universitas Kristen Satya Wacana

Yusepaldo Pasharibu, ST, MM; Universitas Kristen Satya Wacana

Immanuel Madea Sakti, SE, MSc; Universitas Kristen Satya Wacana

Dhian Adhitya, SPd, ME; Universitas Kristen Satya Wacana

EKSTERNAL

Dr. Eka Ardhani Sisdyani, S. E., M.Com., Ak., C.A; Universitas Udayana

Dr. Fibriyani Nur Khairin, SE.,Ak.,MSA.,CSP; Universitas Mulawarman

Dr. Riskin Hidayat, M.Sc; STIE YPPI Rembang

SUSUNAN PANITIA PELAKSANA

Penanggung Jawab	: Roos Kities Andadari, SE.,M.B.A.,Ph.D.
	:
Streering Committee	: Apriani Dorkas Rambu Atahau, S.E.,M.Com.,Ph.D.
Streering Committee	: Ir. Lieli Suharti, M.M.,Ph.D.
Streering Committee	: Dr. Theresia Woro Damayanti, S.E.,M.Si.,Akt.
Streering Committee	: Eranus Yoga Kundhani, S.E.,M.Si.
Koordinator 1	: Dr. Yeterina Widi Nugrahanti, S.E.,M.Acc.,Ak.
Koordinator 2	: Dhian Adhitya, S.Pd.,M.E.
Sekretaris	: Annie Susanto, S.Pd.,M.M.
Bendahara	: Natasia Alinsari, S.E.,M.Ak.
Seksi Acara	: Ari Budi Kristanto, S.E.,M.M. Rosaly Franksiska, S.E.,M.B.A.
Seksi Artikel	: Dinda Widi Yusanti, S.Pd. Eristia Lidia Paramita, S.E.,M.M.,S.Pd. Limpat Akbar Yudanto, S.E.
Seksi Pubdok	: Yusepaldo Pasharibu, S.T.,M.M. Tim STDF
Support teknis	: Imanuel Madea Sakti, S.E.,M.Sc. Priyo Hari Adi, S.E.,M.Si.,Akt.,Ph.D. Suharyono Sunarko Dewan Editor JEB
Penasehat	: Prof. Dr. Intiyas Utami, S.E.,M.Si.,Ak.,C.A.,C.M.A.,Q.I.A.

KATA PENGANTAR

Seperti kita ketahui, lingkungan sekitar dimana kita hidup sekarang sangat dinamis. Orang sering mengistilahkan dengan sebutan VUCA, singkatan dari Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity. Intinya, lingkungan sekitar mengalami perubahan yang sangat cepat, tidak terduga, dipengaruhi oleh banyak factor yang sulit dikontrol, dan kebenaran serta realitas menjadi sangat subyektif. Lingkungan sekitar bisnis tersebut digambarkan makin bergejolak, kompleks dan ketidakpastiannya meningkat, sehingga penuh dengan tantangan. Saking cepat dan derasnya arus perubahan, maka para pengelola organisasi atau pebisnis kesulitan mengantisipasi apa yang akan terjadi selanjutnya.

Untuk dapat survive atau berkelanjutan, organisasi maupun individu dalam organisasi harus mampu menyesuaikan diri bahkan bertransformasi. Namun selain adaptif, organisasi harus menjadi agile. Adaptif yaitu selalu menyesuaikan diri terhadap berbagai perubahan. Dibutuhkan kemampuan untuk beradaptasi secara cepat dan efisien. Setiap orang di dalam organisasi dituntut untuk lincah, cepat dan cekatan. Organisasi yang agile, artinya organisasi harus berubah menjadi organisasi yang cekatan, cepat bergerak dan perubahan ini terjadi di semua tingkatan, dari tingkatan paling atas hingga tingkatan paling bawah. Untuk menjadi adaptif dan agile, tentu tidak mudah. Leksana TH menekankan di Era VUCA, dalam mengelola organisasi dan unit bisnis, dibutuhkan ketrampilan khusus yang berbeda dengan ketrampilan sebelumnya.

Seminar dan CFP ini, mengambil tema "*Building Sustainability through Adaptation in The Global and Intense Dynamic Environment*", merupakan kesempatan untuk mempercakapkan bagaimana memahami lingkungan sekitar organisasi di era VUCA. Diharapkan diskusi akan mengarah pada bagaimana respon atau transformasi yang seharusnya terjadi, ketrampilan seperti apa yang diperlukan untuk dapat membangun organisasi yang mampu bertahan, kemampuan seperti apa yang harus dimiliki oleh pemimpin organisasi dan individu yang tergabung dalam organisasi. Dan seterusnya.

Seminar dan CFP ini merupakan salah satu acara dalam rangkaian kegiatan untuk merayakan DIES Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (FEB UKSW) yang ke 61. Acara ini ditempatkan di bulan Januari 2021 menyesuaikan dengan kepadatan kegiatan para akademisi pada umumnya. Kiranya ibu/bpk/sdr dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana membangun kemampuan adaptasi yang diperlukan.

Kepada para peserta CFP, Selamat Berseminar. Tuhan Memberkati!

Salatiga, 7 Januari 2021.

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana
Roos Kities Andadari, Ph.D
Dekan

DAFTAR ISI

TIM REVIEWER.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi

RUMPUN MANAJEMEN

ADOPSI LAYANAN PINJAMAN ONLINE DALAM PERSPEKTIF TECHNOLOGY of ACCEPTANCE MODEL.....	3
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERSPEKTIF SUKSESOR UNTUK MELANJUTKAN PERUSAHAAN KELUARGA PADA PERUSAHAAN KELUARGA <i>FAMILY</i> <i>BUSINESS COMMUNITY</i> UNIVERSITAS CIPUTRA	22
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK <i>TURNOVER INTENTION</i> KARYAWAN PERUSAHAAN <i>LAUNDRY</i> DI SURABAYA.....	42
ANALISIS KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN OTOMOTIF SEBAGAI DAMPAK PANDEMI COVID-19 : PENERAPAN MODEL ALTMAN Z-SCORE.....	60
ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN E-WALLET GO PAY MENGGUNAKAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIDA (Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)	75
ANALISIS KINERJA EXCHANGE TRADED FUND (ETF) DI <i>INDONESIA</i>	92
ANALISIS LEVERAGE, DIVIDEND YIELD, ROA DAN EPS TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN LQ45	109
ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA REKSA DANA SYARIAH DAN KONVENSIONAL SELAMA PANDEMI <i>COVID-19</i>	129
ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU <i>IMPULSE BUYING</i> BERDASARKAN GENDER PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA	144

ANALISIS POTENSI KEBANGKRUTAN PADA MASA PANDEMIK COVID-19 DENGAN METODE SPRINGATE PADA SEKTOR PERUSAHAAN JASA (SUBSEKTOR HOTEL,RESTORAN DAN PARIWISATA) YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA	161
ANALISIS <i>RISK AVERSION</i> , <i>EXCESSIVE OPTIMISM</i> , DAN <i>OVERCONFIDENCE</i> PADA KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM DAN <i>FOREIGN EXCHANGE (FOREX)</i> DENGAN EFEK MODERASI BUDAYA DAN IKLIM BISNIS.....	179
ANALISIS WORK LIFE BALANCE PADA KARYAWAN DI KOTA KUDUS	200
BIAS <i>FAMILIARITY</i> PADA PERKEMBANGAN UKM SRABI NGAMPIN AMBARAWA.....	220
CUSTOMER SATISFACTION MODEL IN FORMING CUSTOMER LOYALTY BASED ON QUALITY SERVICE AND CUSTOMER VALUE OF MAYBANK DEPOSIT CUSTOMERS IN TANGERANG.....	234
DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA SEKTOR PROPERTI DI INDONESIA (Studi Kasus pada PT Alam Sutera Realty TBK).....	258
DAMPAK WORK-LIFE BALANCE, KARAKTERISTIK INDIVIDU, KARAKTERISTIK PEKERJAAN DAN KARATERISTIK ORGANISASI TERHADAP KEPUASAAN KERJA KARYAWAN/PEKERJA WANITA	269
EFEK MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG), CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.....	283
EFEK MEKANISME <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> DAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	317
EMPLOYEE GREEN BEHAVIOR: PERANAN CORPORATE ENVIRONMENTAL COMMITMENT DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS DENGAN GREEN TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI	333
ENVIRONMENTAL DYNAMICS, INNOVATION ORIENTATION IN IMPROVING CUSTOMER ORIENTATION AND MARKETING PERFORMANCE.....	348
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RISIKO IDIOSINKRATIK.....	363

MANAGERIAL OVERCONFIDENCE, KEPUTUSAN HUTANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP SUSTAINABLE GROWTH.....	380
MARKETING PERFORMANCE BASED ON CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT.....	393
MENGAJAI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GAYA HIDUP HEDONIS DI KALANGAN MAHASISWA	411
MODEL BISNIS INTEGRASI DALAM RANGKA EMPOWERING Hypermarket “AH” PABELAN SUKOHARJO	430
PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN PADA JURNALIS LEMBAGA PERS MAHASISWA SCIENTIARUM: SUATU REFLEKSI	446
PEMANFAATAN TEKNOLOGI <i>CLOUD COMPUTING</i> UNTUK EFEKTIVITAS KEBIJAKAN WORK FROM HOME.....	488
PENDETEKSIAN PERILAKU <i>HERDING</i> DI PASAR MODAL INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19	507
PENERAPAN <i>FAMILY-FRIENDLY POLICIES</i> DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KERJA KARYAWAN.....	522
PENGARUH BIAS INVESTASI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MODERASI GENDER	543
PENGARUH BRAND IMAGE DAN FREE TRIAL PROMOTIONS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI ZOOM DI JAWA TENGAH	555
PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RESIKO DAN DIFFUSI INOVASI DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP ADOPSI/PENGGUNAAN INTERNET BANKING DI INDONESIA	569
PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIER TERHADAP JOB HOPPING DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI PEMEDIASI	585

PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, TESTIMONI DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MARKETPLACE SHOPEE).....	604
PENGARUH TECHNOSTRESS TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19	617
PENGARUH INFLASI, SUKU BUNGA, DAN KURS TERHADAP VOLATILITAS HARGA SAHAM SEKTOR KEUANGAN.....	631
PENGARUH VARIABEL MAKROEKONOMI TERHADAP <i>RETURN</i> DAN VOLATILITAS IHSG.....	648
PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT	664
PENGEMBANGAN MODEL SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL DI PERGURUAN TINGGI KESEHATAN SWASTA STUDI KASUS DI STIKES INDONESIA MAJU	683
PENGGUNAAN <i>FINTECH</i> DANAKU UNTUK PEMBAYARAN UANG KULIAH MAHASISWA	703
PERBANDINGAN PERILAKU BELANJA ONLINE MELALUI SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI COVID-19	720
PILIHAN PRAKTIK MANAJEMEN LABA <i>FAMILY BUSINESS</i> DAN <i>NON-FAMILY BUSINESS</i>	738
POTRET MANAJEMEN USAHA PADA USAHA KULINER TRADISIONAL (STUDI TERHADAP USAHA WEDANG RONDE DI KOTA SALATIGA)	757
PREFERENSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP SALES PROMOTION PADA MARKETPLACE DI INDONESIA.....	778
STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI MANAJEMEN LABA.....	790

STRATEGI PARTNERSHIP ANTAR DISTRIBUTOR DALAM PEMASARAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI KASUS PADA CV TIGA DEWI UNGERAN).....	809
STRATEGI PENGELOLAAN TECHNOSTRESS GURU PADA MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU	826
<i>TECHNOSTRESS: EKSPLORASI PENYEBAB DAN DAMPAKNYA (STUDI PADA GURU SMK SARASWATI SALATIGA)</i>	838
TRANSISI PEKERJAAN KANTOR PADA MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU	849
UKM MENUJU ERA NEW NORMAL.....	866
RUMPUN ILMU EKONOMI	
ANALISIS FAKTOR PENGARUH PEMBERIAN MODAL SOSIAL KELOMPOK SPP UEP PADA UPK DAPM.....	882
DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENGELUARAN KONSUMSI DAN PERILAKU BERBELANJA MASYARAKAT DI INDONESIA	939
MARKET STUDI DAN PENGARUH KEBIJAKAN IMPORTASI GULA TERHADAP STABILITAS HARGA PANGAN DI INDONESIA	957
MEMBANGUN DAYA TAHAN DESA DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: STUDI KASUS DAMPAK NEGATIF BENCANA ALAM DAN WABAH	972
PEMENUHAN HAK EKONOMI BAGI PENYANDANG DISABILITAS DALAM MENDUKUNG PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN YANG INKLUSIF.....	990
PENGARUH INFLASI DAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP INDEKS LQ45 DI BEI..	1009
TANTANGAN KAWASAN PRASEJARAH SITUS GUNUNG PADANG SEBAGAI DESTINASI WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL	1022
RUMPUN AKUNTANSI	
ANALISIS PENERAPAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN UNTUK KEEFEKTIFAN KEUANGAN SPBU DALAM AKUNTANSI PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS (Studi Kasus pada SPBU 44.50218 di Semarang).....	1042

ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, PERGANTIAN AUDITOR DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP LAMANYA WAKTU PEMERIKSAAN.....	1062
ANALISIS PERBEDAAN PENDAPATAN ASLI DESA, ALOKASI DANA DESA, DAN DANA DESA TERHADAP BELANJA DESA SEBELUM DAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19	1082
DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI <i>TAX SAVING</i> PADA KLASIFIKASI INDUSTRI <i>CONSUMER GOODS</i> DI INDONESIA	1097
<i>FRAUD</i> DI PEMERINTAHAN ANALISIS META: STUDI DI INDONESIA	1110
KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN.....	1129
MEMBANGUN CORPORATE SUSTAINABILITY FRAMEWORK BERDASARKAN PHILOSOPHI SWASTIKA (Perspektif Akuntansi Manajemen).....	1144
PENDETEKSIAN KECURANGAN PELAPORAN KEUANGAN MELALUI FRAUD PENTAGON FRAMEWORK.....	1167
PENERAPAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI PADA PUSAT KULINER KRIDANGGO SALATIGA)	1190
PENERAPAN <i>E-SYSTEM</i> PAJAK DAN SOSIALISASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WPOP PADA MASA COVID 19.....	1198
PENGARUH ARUS KAS OPERASI TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018)	1210
PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT PADA PERUSAHAAN LQ45 YANG TERDAFTAR DI DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2019	1229
PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN INFORMASI DALAM PENDIDIKAN AKUNTANSI.....	1240

PENGARUH PAJAK DAERAH, RETRIBUSI DAERAH, LAIN-LAIN PAD YANG SAH, DAN DAK TERHADAP BELANJA MODAL	1259
PENGARUH REPUTASI KAP, KOMITE AUDIT TERHADAP INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN DIMODERASI KOMISARIS INDEPENDEN DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL (Studi Kasus Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018).....	1273
PENGARUH UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK (KAP), OPINI AUDITOR, <i>FINANCIAL DISTRESS</i> , DAN PERGANTIAN MANAJER TERHADAP <i>AUDITOR SWITCHING</i> (Studi Empiris pada Perusahaan <i>Real Estate dan Property</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019).....	1288
POTRET BIAYA PRODUKSI DAN PENENTUAN HARGA JUAL CELURIT BERPAMOR PANDAI BESI JOKOTOLE.....	1308
RESILIENSI BUMDES DALAM MENDETEKSI FRAUD DI ERA PANDEMI	1320

RUMPUN MANAJEMEN



ADOPSI LAYANAN PINJAMAN ONLINE DALAM PERSPEKTIF TECHNOLOGY of ACCEPTANCE MODEL

Harto Listijo1

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

Information Technology has been a significant area of research for some time, but its nature has changed considerably since the Internet gained prominence more than a decade ago. Many researchers have studied and proposed technology acceptance theories and models to predict and explain user behavior with technology to account for rapid changes in both technology and its environment. It is questionable whether there may be determinants that also play an important role in this particular environment. To determine consumer behavior intentions in using online loan services, this research was conducted based on the Technology of Acceptance Model, integrating trust and service to understand the effect on behavioral intention. The sampling method used in this study is convenience sampling and a total of 110 online loan users were collected who completed the distributed questionnaires. The results showed: service trust and perceived usefulness were not proven to have a positive and significant effect on attitudes towards using online loan applications. Meanwhile, perceived ease of use has a significant positive effect on attitudes toward use. Attitudes towards usage have a significant positive effect on behavioral intention to use online loan applications.

Keywords: online lending, Structural Equation Modeling, Technology Acceptance Model

Abstrak

Teknologi Informasi telah menjadi bidang penelitian yang signifikan selama beberapa waktu, tetapi sifatnya telah banyak berubah sejak Internet menjadi terkenal lebih dari satu dekade yang lalu. Banyak peneliti telah mempelajari dan mengusulkan teori dan model penerimaan teknologi untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku pengguna dengan teknologi untuk memperhitungkan perubahan cepat baik dalam teknologi maupun lingkungannya. Dipertanyakan apakah mungkin ada faktor penentu yang juga memainkan peran penting dalam lingkungan khusus ini. Untuk mengetahui niat perilaku konsumen dalam menggunakan layanan pinjaman online, penelitian ini dilakukan berdasarkan Technology of Acceptance Model, mengintegrasikan kepercayaan dan layanan untuk memahami pengaruhnya terhadap niat perilaku. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling dan dikumpulkan sebanyak 110 pengguna pinjaman online yang mengisi kuesioner yang disebar. Hasil penelitian menunjukkan: kepercayaan layanan dan persepsi kegunaan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan. Sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan aplikasi pinjaman online.

Kata Kunci: pinjaman online, Structural Equation Modeling, Technology Acceptance Model

PENDAHULUAN

Keberadaan *financial technology* (fintech) bukanlah hal yang baru. Jumlah fintech bertambah setiap tahunnya, meningkat hingga 2011, berfluktuasi selama 2 tahun, dan kemudian menurun secara bertahap dengan memiliki berbagai fasilitas seperti asuransi, manajemen risiko dan pelayanan teknologi (Haddad & Hornuf, 2018; Pejkovska, 2018). Di Eropa, fintech sebagai salah satu penyedia layanan keuangan menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat, pengembangan inovasi usaha dan mudah diterima karena biaya investasi yang rendah (Ivashchenko et al., 2018; Saksonova et al., 2017; Winnefeld & Permantier, 2017). Penelitian lain di Asia menunjukkan bahwa fintech berkembang pesat dan semakin bertambah serta mudah diterima kemudahan penggunaannya dan pembiayaannya ("ASEAN FinTech Census 2018," 2018; Kim et al., 2015; Leong et al., 2017; Shim & Shin, 2016).

Berdasarkan data peringkat perkembangan fintech (*ASEAN FinTech Census 2018*, 2018), Singapura menduduki posisi pertama dengan jumlah fintech 490 yang hampir dua kali lipat dari fintech di Indonesia sebesar 262 yang menduduki peringkat kedua. Meskipun menduduki peringkat kedua, Indonesia memiliki investasi 26 M dan rata-rata investasi terendah sebesar 99 juta dibandingkan negara Singapura dengan 141 M dan Malaysia 75M. Berdasarkan salah satu indikator perbedaan negara maju dan negara berkembang yaitu tingkat *financial freedom*, Singapura berada pada indeks 88,8% sedangkan Indonesia berada pada indeks 61,1% dan untuk rata-rata seluruh negara pada indeks 64,2%. Perbedaan tersebut dapat memicu adanya kesenjangan dan kesiapan Indonesia sebagai negara berkembang menghadapi fintech. Rendahnya investasi fintech di negara berkembang, salah satunya Indonesia, dapat disebabkan karena kurang percayanya masyarakat untuk berinvestasi di Fintech (Buckley & Webster, 2016). Tingkat perekonomian Singapura saat ini sangat mendukung untuk pertumbuhan fintech yang cepat dengan didukung kegiatan riset yang telah dan akan dilakukan di Singapura (Menon, 2017). Industri keuangan berbasis teknologi mulai bermunculan di Indonesia. Terdapat 64 perusahaan fintech yang sudah terdaftar di OJK sejak 2017 hingga Juli 2018 (OJK, 2018). Inovasi teknologi sudah diterapkan di berbagai industri keuangan. Fintech yang merupakan industri keuangan berbasis teknologi memberikan kemudahan masyarakat dalam pelayanannya, tetapi tidak semua konsumennya terpuaskan oleh layanan fintech (Kim et al., 2015). Berdasarkan data di Otoritas Jasa Keuangan, total penyaluran pinjaman industri fintech *lending* di Indonesia sudah melebihi Rp 3 triliun sampai dengan akhir 2017.

Peningkatan yang cukup pesat apabila dibandingkan dengan realisasi pada akhir 2016 yang sebesar Rp 300 miliar, sementara perkembangan industri fintech baru berjalan hampir dua tahun (OJK, 2018). Perkembangan fintech dari pembiayaan fintech yang sudah meningkat 10 kali lipat, terdapat rasio kredit bermasalah (*non performing loan/NPL*) yang juga meningkat menjadi 1,2% pada September 2018. Data rasio NPL tersebut memang masih kecil, karena masih berada di bawah *threshold* atau ambang batas maksimal 5% yang ditetapkan OJK. Meskipun tingkat pinjaman bermasalahnya masih dibawah ambang batas, masyarakat perlu berhati-hati dalam menyeleksi layanan fintech (Tae-heon & Hee-Woong, 2015). Pembiayaan melalui fintech diberikan kepada peminjam dengan skema *peer to peer lending*. Pada website *peer to peer lending*, peminjam potensial mengajukan kredit, menerima peringkat kredit, dan mendapatkan daftar investor, sedangkan investor dapat memilih proyek yang akan didanai dan mendapatkan pembayaran sampai pinjaman tersebut lunas (Segal, 2015). Namun, bagaimanapun juga masyarakat Indonesia khususnya wirausaha membutuhkan pinjaman online sebagai salah satu sumber pembiayaan untuk mengembangkan usaha (Adriana, 2018; Paulus, 2018)

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) awalnya diusulkan oleh Davis (1985), dengan tujuan mempelajari penerimaan teknologi baru oleh seorang individu. Model teoritis mendalilkan bahwa penerimaan pengguna atau adopsi teknologi baru didasarkan pada "kegunaan yang dirasakan" dan "persepsi kemudahan penggunaan" dari teknologi. TAM telah dipelajari dan dievaluasi secara luas, Lee et al., (2003) mengklasifikasikan fase evolusi TAM sebagai berikut: (1) pengantar, (2) validasi, (3) ekstensi dan (4) elaborasi. Untuk mulai dengan, fase pertama (yaitu, pengantar) fokus pada proses elaborasi TAM dengan menerapkannya pada aplikasi yang berbeda. Penelitian selama fase ini juga menjalankan beberapa studi perbandingan dengan teori sebelumnya seperti TRA (Taylor dan Todds, 1995a). Fase kedua (yaitu, validasi) termasuk studi yang tertarik untuk meneliti konsep TAM dalam konteks yang berbeda (Wu et al., 2012). Fase ketiga (yaitu, ekstensi) terdiri dari studi yang berfokus pada perluasan TAM dengan konstruksi baru untuk meningkatkan kinerjanya (Venkatesh et al., 2003). Akhirnya, fase elaborasi berfokus pada memperkenalkan versi TAM yang lebih baru seperti yang memasukkan variabel eksternal (Venkatesh et al., 2003).

Perceived Usefulness

Perceived usefulness digambarkan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan efektivitas kinerja pekerjaan mereka (Davis, 1985). Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa adopsi mobile banking berkorelasi positif dengan kegunaan yang dirasakan (Siddik et al, 2014, Jeong dan Yoon, 2012). Kegunaan yang dirasakan berkaitan dengan keyakinan tentang bagaimana mobile banking dapat bermanfaat bagi pengguna. Manfaat mungkin berkaitan dengan menghemat waktu serta membawa transaksi perbankan secara efektif. Dalam studi lain, adopsi mobile banking diperantarai oleh kecepatan transaksi perbankan dan biaya keuangan yang rendah (Yang, 2009 dikutip dalam Govender dan Sihlali, 2014).

Perceived Ease of Use

Sebaliknya, elemen lain yang memainkan peran dalam adopsi fintech adalah kemudahan penggunaan. Ini mengacu pada sejauh mana seorang individu berpendapat bahwa teknologi tidak memerlukan banyak upaya fisik atau mental (Davis, 1985). Model ini telah diadaptasi oleh banyak peneliti untuk memahami dimensi yang terlibat dalam perilaku adopsi pengguna. Dengan demikian, penerapan TAM dalam konteks negara-negara maju dan berkembang menemukan bahwa penggerak utama dari niat untuk mengadopsi mobile banking adalah “kegunaan yang dirasakan”, “sikap” dan “kompatibilitas” perangkat baru-baru ini dengan gaya hidup individu (Shaikh). dan Karjaluo, 2015). Studi lain yang dilakukan oleh Aboelmaged dan Gebba (2013) juga mengungkapkan bahwa kegunaan yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi adopsi mobile banking di Dubai. Chitungo dan Munongo (2013) menerapkan versi tambahan TAM untuk menyelidiki adopsi mobile banking.

Beberapa penelitian menguji tentang lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pemanfaatan fintech oleh wirausaha dalam pembiayaan usaha. Penelitian yang meneliti dari perspektif internal diantaranya menggunakan karakter perusahaan, karakter pemilik, dan sikap pemilik dalam mengidentifikasi alasan wirausaha memilih pinjaman online sebagai media pembiayaan (Cassar, 2004; Kuruppu & Azeez, 2016; Tat Huei et al., 2018), sedangkan penelitian dengan perspektif eksternal yaitu menggunakan akses, alternatif pembiayaan, budaya meminjam, dan agama (Chen et al., 2016; Cochrane & Thornton, 2017; Fenwick et al., 2017; Gunartin, 2017; Segal, 2015). Beberapa peneliti menemukan hasil yang menyatakan bahwa pembiayaan fintech menarik bagi pelaku usaha (Bunea et al., 2016; Fenwick et al., 2017; Haddad & Hornuf, 2018; Mills, 2016). Peneliti yang

lain mendukung pembiayaan melalui fintech tersebut karena dapat meningkatkan kualitas dan perkembangan usaha mikro kecil menengah (Cassar, 2004; Gunartin, 2017; Paulus, 2018; Rosavina & Rahadi, 2018; Segal, 2015). Sedangkan penelitian yang menggunakan Technology of Acceptance Model diantaranya :

Tabel 1. Penelitian terdahulu dengan TAM

Penulis	Tahun	Tema Penelitian	Hasil Penelitian
Ahmad	2018	Internet banking & mobile banking	Menggunakan model penerimaan teknologi untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan internet banking & mobile banking Berdasarkan hasil penelitian, determinan model penerimaan teknologi adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan, norma subjektif, dan persepsi
Yeo & Fisher	2017	Mobile Financial Service	kegunaan penting dalam menjelaskan adopsi layanan keuangan seluler. Lebih sering menggunakan ponsel jasa keuangan dikaitkan dengan tingkat kemampuan keuangan yang lebih tinggi. Hasil tersirat bahwa kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, pengaruh sosial, dan citra merek memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam menerima
Jin et al.,	2020	Mobile wallet	dompet seluler, dan juga perilaku konsumen memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat untuk terima dompet seluler
Hatmawan	2019	Mobile payment	Temuan dalam penelitian ini adalah bahwa niat menggunakan M paymetn di pengaruhi oleh

Penulis	Tahun	Tema Penelitian	Hasil Penelitian
Pertiwi et al.,	2020	E Wallet	persepsi kemudahan dan referensi kelompok. Hasil penelitian ini juga mengidentifikasi dua model yang berbeda dalam penggunaan M payment. Yang mana pria lebih didominasi oleh kemudahan didalam penggunaan layanan dibandingkan wanita, sedangkan pada wanita didominasi oleh referensi kelompok dalam penggunaan M payment Hasilnya menunjukkan bahwa dipersepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat berperilaku menggunakan. Niat perilaku untuk menggunakan membawa dampak positif yang signifikan pada penggunaan yang dirasakan. Namun, hasil langsung dari kegunaan yang dirasakan untuk penggunaan yang dirasakan menunjukkan negatif dan tidak dampak signifikan, sedangkan konsekuensi yang tidak diinginkan dari kegunaan yang dirasakan menjadi yang dirasakan penggunaan melalui niat perilaku untuk menggunakan menunjukkan dampak positif yang signifikan. Terakhir, langsung efek dari kemudahan penggunaan yang dirasakan untuk penggunaan yang dirasakan menunjukkan nilai t- statistik yang lebih rendah daripada tidak langsung efek dari kemudahan penggunaan yang dirasakan untuk penggunaan yang dirasakan melalui niat perilaku. Penelitian ini menemukan bahwa baik manfaat yang dirasakan maupun risiko yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi kelanjutan penggunaan pembayaran seluler FinTech di
Putritama	2019	Mobile Payment Fintech	

Penulis	Tahun	Tema Penelitian	Hasil Penelitian
Al-Banna	2019	Halal Food Online Purchasing	<p>Indonesia tetapi manfaat yang dirasakan memiliki dampak yang lebih kuat daripada risiko yang dirasakan.</p> <p>Kenyamanan memiliki dampak positif yang paling kuat pada manfaat yang dirasakan, yang kemudian meningkatkan niat kelanjutan penggunaan pembayaran seluler FinTech. Risiko keuangan memiliki pengaruh paling kuat pada risiko yang dirasakan, yang kemudian mengurangi niat kelanjutan penggunaan pembayaran seluler FinTech.</p> <p>Hasilnya menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan memiliki signifikansi positif terhadap niat beli. Akibatnya, religius pengetahuan memiliki signifikansi positif terhadap kebiasaan. Apalagi memiliki ilmu agama berpengaruh signifikan positif terhadap label halal, tetapi berpengaruh signifikan negatif terhadap niat pembelian. Kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sebagai tambahan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat beli. Sebaliknya, halal label memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap kebiasaan. Selanjutnya, kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan memiliki efek tidak signifikan negatif terhadap kebiasaan.</p> <p>Hasilnya menunjukkan bahwa niat perilaku untuk menggunakan Bitcoin dipengaruhi terutama oleh kegunaan yang dirasakan dan keamanan yang dirasakan. Namun, kemudahan penggunaan yang</p>
Lee	2018	Bitcoin	<p>Indonesia tetapi manfaat yang dirasakan memiliki dampak yang lebih kuat daripada risiko yang dirasakan.</p> <p>Kenyamanan memiliki dampak positif yang paling kuat pada manfaat yang dirasakan, yang kemudian meningkatkan niat kelanjutan penggunaan pembayaran seluler FinTech. Risiko keuangan memiliki pengaruh paling kuat pada risiko yang dirasakan, yang kemudian mengurangi niat kelanjutan penggunaan pembayaran seluler FinTech.</p> <p>Hasilnya menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan memiliki signifikansi positif terhadap niat beli. Akibatnya, religius pengetahuan memiliki signifikansi positif terhadap kebiasaan. Apalagi memiliki ilmu agama berpengaruh signifikan positif terhadap label halal, tetapi berpengaruh signifikan negatif terhadap niat pembelian. Kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sebagai tambahan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat beli. Sebaliknya, halal label memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap kebiasaan. Selanjutnya, kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan memiliki efek tidak signifikan negatif terhadap kebiasaan.</p> <p>Hasilnya menunjukkan bahwa niat perilaku untuk menggunakan Bitcoin dipengaruhi terutama oleh kegunaan yang dirasakan dan keamanan yang dirasakan. Namun, kemudahan penggunaan yang</p>

Penulis	Tahun	Tema Penelitian	Hasil Penelitian
			dirasakan tidak signifikan dan hanya secara tidak langsung mempengaruhi niat

Pengaruh Kepercayaan Layanan terhadap Sikap dalam Menggunakan Layanan Pinjaman Online

Lee dan Turban (2001) berasumsi bahwa kepercayaan adalah keyakinan, harapan, atau perasaan tentang barang tertentu, anteseden tertentu akan meningkatkan atau mempertahankan derajat kepercayaan yang akan mempengaruhi kepercayaan kedua belah pihak atas transaksi. Seseorang tidak akan mengambil tindakan tak terduga yang akan mengakibatkan hasil atau risiko negatif bagi mitra dagang (Anderson dan Narus, 1990). Karena layanan pinjaman online masih belum populer; terkadang para pengguna perlu mencari layanan melalui website. Heijden, Verhagen, dan Creemers (2003) mengemukakan bahwa kognisi kepercayaan dan pengalaman ketika menggunakan teknologi baru akan secara langsung mempengaruhi sikap pembelian konsumen. Semakin tinggi kepercayaan layanan konsumen maka sikap terhadap pembelian semakin positif. Jika konsumen yakin bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan adalah jujur, konsumen akan mengambil sikap positif terhadap perusahaan ini. Oleh karena itu yang dimaksud dengan “kepercayaan layanan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh keamanan sistem terhadap niat perilaku konsumen untuk menggunakan Layanan Pinjaman Online”.

H1 : Kepercayaan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap dalam menggunakan layanan pinjaman online

Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Sikap dalam Menggunakan Layanan Pinjaman Online

Sikap ditentukan oleh manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Untuk mempromosikan kesediaan pengguna menggunakan teknologi baru, calon pengguna perlu yakin bahwa teknologi baru itu mudah digunakan dan mereka bisa mendapatkan keuntungan dari penggunaannya (Chau & Hu, 2002; Davis, 1986, 1989). Persepsi kegunaan mengacu pada calon pengguna yang menganggap teknologi baru berguna pada kinerja pekerjaan dan mereka bisa mendapatkan keuntungan di masa depan. (Moon & Kim, 2001; Venkatesh & Davis, 2000). Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada tingkat pengguna potensial yang menganggap teknologi baru mudah

digunakan (Moon & Kim, 2001; Venkatesh & Davis, 2000). Meskipun Lee (2018) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak signifikan dan hanya secara tidak langsung mempengaruhi niat, namun beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa faktor kegunaan dan kemudahan penggunaan dari penerimaan teknologi keduanya memiliki efek positif pada sikap. (Jin et al., 2020; Hatmawan, 2019, Al-Banna, 2019)

H2 : Kegunaan yang dirasakan akan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap penggunaan layanan pinjaman online.

H3 : Kemudahan penggunaan yang dirasakan akan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap penggunaan layanan pinjaman online.

Pengaruh Attitude terhadap Behavioral Intention Menggunakan Layanan Pinjaman Online

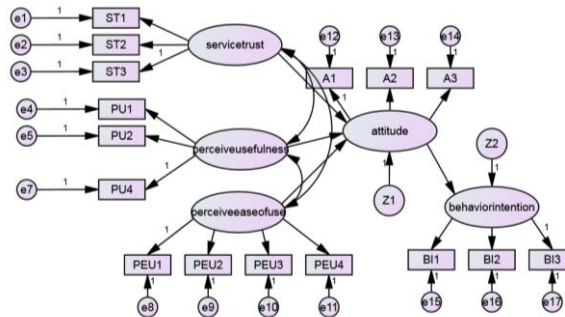
Sebagian besar penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berperilaku individu (Venkatesh & Davis, 2000). Niat perilaku pengguna potensial ditentukan oleh norma subjektif; dan niat perilaku pengguna yang ada tergantung pada perilaku dan sikap mereka. Sikap konsumen dalam menggunakan dan kesediaan untuk menggunakan layanan pinjaman online harus memiliki hubungan positif yang signifikan. Ketika konsumen merasakan evaluasi yang positif, mereka akan percaya bahwa menggunakan pinjaman online menjadi pengalaman yang baik dan meningkatkan keinginan untuk menggunakan. Selain itu, ketika konsumen yakin bahwa menggunakan pinjaman online mudah dan praktis untuk mendapatkan pembiayaan, mereka akan merekomendasikan penggunaannya, maka sikap konsumen lain terhadap pinjaman online akan terpengaruh dan meningkat. Oleh karena itu, sikap memiliki hubungan pengaruh positif dengan niat berperilaku untuk menggunakan.

H4 : Sikap konsumen terhadap penggunaan pinjaman online berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention yang menggunakan pinjaman online

METODA

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu convenience sampling dan telah terkumpul sebanyak 110 pengguna pinjaman online yang melengkapi kuesioner yang dibagikan. Kuesioner termasuk bagian yang terdiri dari pertanyaan tentang kepercayaan layanan, manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, sikap, niat

perilaku, dan akhirnya karakteristik demografis. Respon terhadap item diukur pada skala tipe Likert empat poin yang berlabuh dengan "sangat tidak setuju" (1) dan "sangat setuju" (5).



Gambar 1. Model Adopsi Layanan Pinjaman Online dalam Perspektif Technology Acceptance Model

Model yang diusulkan diuji dengan prosedur AMOS 24 dari pemodelan persamaan struktural (SEM), dan metode estimasi kemungkinan maksimum serta proses pengujian dua tahap diadopsi. Sebelum dilakukan pengujian model dan analisis kesesuaian model, dilakukan uji validitas dan reliabilitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's alpha	N of items
0,967	16

Menurut aturan praktis untuk menafsirkan alpha Cronbach, itu Nilai Cronbach's Alpha dari 16 item adalah 0,967 yang menunjukkan bahwa datanya bersifat internal konsistensi. Karena itu, memang demikian dianggap keandalan yang baik Nilai Cronbach's Alpha dari 16 item adalah 0,967. Berdasarkan uji validitas didapatkan hasil bahwa korelasi antar variabel menunjukkan validitas signifikan pada level 0.01 (2-tailed). Untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data menggunakan angka pembanding Z dimana pada tingkat signifikansi 1%, dan angka Z adalah +-2,58. Berdasarkan hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa secara univariate. Jika dilihat dari tabel dibawah ini, maka secara keseluruhan (multivariate) distribusi data tidak normal, karena angka 12 multivariate 11,941 > 2,58. Akan tetapi secara univariate data menunjukkan terdistribusi normal dilihat dari c.r skewness dan c.r kurtosis yang berada diantara -2,58 dan +2,58.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
BI1	1,000	5,000	-,144	-,469	,318	,519
BI2	1,000	5,000	-,320	-1,045	,507	,828
BI3	1,000	5,000	-,004	-,013	,183	,298
A3	1,000	5,000	-,264	-,863	,280	,458
A2	1,000	5,000	-,368	-1,202	,497	,811
A1	1,000	5,000	-,369	-1,205	,372	,607
PEU4	2,000	5,000	,006	,021	-,420	-,686
PEU3	2,000	5,000	,337	1,100	-,334	-,546
PEU2	2,000	5,000	-,384	-1,253	-,240	-,392
PEU1	2,000	5,000	-,230	-,753	-,403	-,658
PU1	1,000	5,000	-,337	-1,100	,519	,847
PU2	1,000	5,000	-,496	-1,620	,781	1,275
PU4	1,000	5,000	-,102	-,335	,679	1,108
ST1	1,000	5,000	-,443	-1,446	,375	,612
ST2	1,000	5,000	-,681	-2,223	,398	,650
ST3	1,000	5,000	-,275	-,899	,176	,287
Multivariate					71,648	11,941

Sumber : data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan pengolahan data, maka didapatkan hasil penelitian sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis

Factors	Mean	S.D.	Factor loading	α	Item label -Item description
Service Trust (ST)	3.34	1.01	0.93	0.92	Saya percaya dengan aplikasi pinjaman online (ST1)
	3.35	1.02	0.96		Saya percaya prosedur pinjaman online akurat (ST2)
	3.32	1.00	0.88		Saya percaya transaksi pada aplikasi pinjaman online aman (ST3)
Perceived usefulness (PU)	3.66	1.28	0.95	0.88	Menurut saya menggunakan aplikasi pinjaman online membuat waktu saya lebih efisien prosedur mengajukan pinjaman (PU1)
	3.70	1.22	0.92		Menurut saya, menggunakan aplikasi pinjaman online membantu saya karena tidak dibatasi waktu dan lokasi (PU 2)

Factors	Mean	S.D.	Factor loading	α	Item label -Item description
Perceived ease of use (PEU)	3.50	1.00	0.79	0.80	Menurut saya, aplikasi pinjaman online memberikan informasi update pinjaman dengan cepat (PU4)
	3.81	1.00	0.80		Menurut saya, begitu mudah untuk mengunduh dan menginstall aplikasi pinjaman online pada handphone (PEU 1)
	3.55	0.91	0.76		Menurut saya, sangat mudah dalam pengajuan proses kredit pada aplikasi pinjaman online (PEU 2)
	3.34	0.99	0.76		Menurut saya, mudah untuk menggunakan aplikasi pinjaman online tanpa membaca manual aplikasi (PEU3)
	3.66	1.09	0.91		Menurut saya, mudah dalam membaca informasi pada aplikasi pinjaman online dalam waktu singkat (PEU 4)
Attitude toward using (A)				0.89	
	3.64	1.00	0.91		Menurut saya, sangat nyaman untuk melihat informasi aplikasi pinjaman online kapan saja dan dimana saja. (A 1)
	3.39	0.89	0.89		Menurut saya, menggunakan aplikasi pinjaman online adalah ide yang bagus. (A 2)
Behavioral intention to use (BI)	3.53	0.97	0.89	0.82	Saya suka teknologi pada aplikasi pinjaman online. (A 3)
	3.41	1.26	0.70		Saya mau mengunduh dan menginstall aplikasi pinjaman online pada handphone saya (BI1)
	3.38	1.22	0.90		Saya mau menggunakan melalui aplikasi pinjaman online untuk mengajukan kredit (BI 2)
	3.20	1.00	0.88		Saya mau menyarankan aplikasi pinjaman online kepada orang disekitar saya (BI 2)

Analisis Keseluruhan Model Fit

Sejumlah ukuran kecocokan tambahan digunakan untuk menilai kecocokan model. Ini termasuk root-means square error of apximation (RMSEA), incremental fit index (IFI), comparative fit index (CFI), dan relative fix index (RFI) (Jöreskog & Sörbom 1996). Kesesuaian model yang dapat diterima ditunjukkan oleh nilai GFI dan CFI yang melebihi 0,90 dan nilai RMSEA di bawah 0,08 (Browne & Cudeck 1993).

Tabel dibawah ini menunjukkan hasil pengujian indeks model pengukuran CFA. Semua indikator uji jenis ini memenuhi standar pengujian, misalnya, χ^2 / df adalah 2,38 dan kurang dari 3, dan RMSEA adalah 0,148 lebih dari 0,08. Selain itu, GFI (goodness-of-fit index) adalah 0,702, yang mendekati standar pengujian lebih besar dari 0,09. Di sisi lain,

semua indikator pengujian jenis ini memenuhi atau mendekati nilai standar pengujian lebih besar dari 0,09; misalnya, NFI (normed fit index) adalah 0.81, CFI (indeks kecocokan komparatif) adalah 0.88, nilai IFI (incremental fit index) adalah 0.88, dan nilai RFI (relative fit index) adalah 0.77. Oleh karena itu, pengujian kesesuaian model secara keseluruhan sebagian besar mencapai standar pengujian, yang memiliki kesesuaian yang sangat baik.

Tabel 5. Hasil Uji Goodness of Fit

Goodness of Fit Index	Hasil Pengukuran	Kriteria
X2- Chi Square	230.934	Diharapkan kecil
Probability	0.000	≥ 0.05
RMSEA	0.148	≤ 0.08
GFI	0.702	≥ 0.90
CMIN/DF	2.381	≤ 3.00
TLI	0.855	≥ 0.90
CFI	0.883	≥ 0.90
NFI	0.817	≥ 0.90
IFI	0.885	≥ 0.90
RFI	0.774	≥ 0.90

Sumber : data diolah

Tabel 6. Hasil Uji CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	39	230,934	97	,000	2,381
Saturated model	136	,000	0		
Independence model	16	1264,819	120	,000	10,540

Sumber : data diolah

Model yang bagus adalah model dengan hasil CMIN pada default model yang berada diantara saturated model dan CMIN independence model. Berdasarkan hasil di atas, angka CMIN default sebesar 230,934 berada diantara CMIN saturated model (0) dan CMIN independence model sebesar 1,264,819. Maka, dapat disimpulkan bahwa model tersebut model yang bagus.

Tabel 6. Hasil Uji RMR & GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,033	,702	,582	,501
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,381	,134	,019	,118

Sumber : data diolah

Terlihat angka GFI dan AGFI yang besar mendekati 1 disertai RMR yang mendekati 0 (lebih kecil dari RMR Independence model). Hal ini menunjukkan bahwa model sudah fit, karena angka GFI yang besar menunjukkan rasio F/F_k yang besar atau $F=F_k$. Sedangkan

angka RMR yang kecil menunjukkan kovarians sampel mendekati angka kovarians estimasi. Semua menunjukkan dukungan terhadap hasil uji Chi Square.

Pembahasan

Dari hasil analisis dan pengujian empiris, dikonstruksi diagram jalur hubungan antara dimensi kepercayaan merek dan layanan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap terhadap penggunaan, dan niat perilaku untuk menggunakan dalam penelitian ini. Kesimpulan dari pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hypothesis Relationship Path Test Result				
Hypothesis	Path	Path value	C.R./t	E/N
H1	service trust→ attitude toward using	0.36	2.36	Not Supported
H2	perceived usefulness→ attitude toward using	0.31	0.9	Not Supported
H3	perceived ease of use→ attitude toward using	0.32	3.74***	Supported
H4	attitude toward using→ behavioral intention to use	0.67	6.27***	Supported

*: $P < 0.05$, **: $P < 0.01$, ***: $P < 0.001$)

Hipotesis 1: Kepercayaan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pelanggan dalam menggunakan pinjaman online. Koefisien jalur kepercayaan layanan terhadap sikap penggunaan pinjaman online sebesar 0,36 dan nilai t sebesar 2,36 lebih lebih dari nilai standar 2,38 dan tidak mencapai tingkat signifikan; oleh karena itu, Hipotesis 1 tidak terbukti. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap layanan pinjaman online, maka sikap mereka terhadap penggunaan pinjaman online akan belum tentu semakin positif.

Hipotesis 2: Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap pelanggan dalam menggunakan pinjaman online. Koefisien jalur persepsi kegunaan terhadap sikap terhadap penggunaan pinjaman online sebesar 0,31, dan nilai t sebesar 0,9 lebih kecil dari nilai standar 2,38 dan tidak mencapai taraf signifikan. Oleh karena itu, Hipotesis 2 tidak terbukti. Hasil ini berarti bahwa jika pandangan konsumen tentang betapa bermanfaatnya menggunakan layanan pinjaman online lebih positif, belum tentu meningkatkan sikap penggunaan layanan pinjaman online.

Hipotesis 3 : Kemudahan penggunaan yang dirasakan akan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap penggunaan layanan pinjaman online. Koefisien jalur

persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap terhadap penggunaan layanan online sebesar 0,32, dan nilai t sebesar 3,74, lebih kecil dari nilai standar 2,38 dan mencapai taraf signifikan; Oleh karena itu, Hipotesis 3 terbukti. Hasil ini berarti tingkat kemudahan belajar dan penggunaan pinjaman online bagi konsumen akan mempengaruhi sikap konsumen dalam menggunakan layanan pinjaman online.

Hipotesis 4 : Sikap konsumen terhadap penggunaan pinjaman online berpengaruh positif signifikan terhadap behavioral intention yang menggunakan pinjaman online. Koefisien jalur sikap terhadap penggunaan terhadap niat berperilaku menggunakan layanan pinjaman online adalah 0,67, dan nilai t sebesar 6,27 lebih besar dari nilai standar 1,96 dan mencapai tingkat signifikan; oleh karena itu, Hipotesis 4 terbukti. Hasil ini berarti jika tingkat evaluasi positif dan negatif konsumen terhadap layanan pinjaman online semakin tinggi, maka niat perilaku konsumen menggunakan Fintech akan semakin tinggi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa : 1) jika pelanggan puas dengan Layanan Pinjaman Online yang diberikan oleh perusahaan (kepercayaan), seperti proses dan hasil transaksi benar, atau sistem transaksinya aman dan terjamin belumlah tentu pelanggan akan memiliki kepercayaan tingkat tinggi dan kepercayaan layanan pada layanan pinjaman online; 2) jika pinjaman online memungkinkan pelanggan untuk secara efisien, nyaman, dan cepat mendapatkan informasi yang relevan atau melakukan transaksi secara real-time dan bebas dari batasan waktu dan lokasi, belum tentu sikap positif pelanggan terhadap penggunaan layanan pinjaman online akan meningkat; 3) jika Layanan pinjaman online mudah digunakan, proses pengoperasiannya ramah, dan kemudahan mengunduh program aplikasi, teknologi ini akan mempengaruhi sikap pelanggan dalam menggunakan layanan pinjaman online; dan 4) tingkat evaluasi positif dan negatif pelanggan dalam menggunakan pinjaman online merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi apakah pelanggan akan menggunakan pinjaman online.

Dengan dapat mengidentifikasi pengaturan kinerja, manajer perusahaan mungkin dapat mengubah pengalaman pelanggan untuk memaksimalkan sikap mereka terhadap penggunaan layanan pinjaman online dan kemudian meningkatkan niat perilaku untuk menggunakan layanan pinjaman online. Dengan memahami hubungan antara layanan teknologi yang disediakan, dan bagaimana pengaruhnya terhadap pelanggan, manajer perusahaan harus diperlengkapi dengan lebih baik untuk memuaskan pengguna pinjaman

online. Untuk keberhasilan pemasaran teknologi baru, oleh karena itu, disarankan agar penyedia layanan pinjaman online fokus pada membangun hubungan antara pelanggan tentang kepercayaan layanan. Tidak hanya membiarkan pelanggan memahami kegunaan teknologi baru, tetapi juga memahami kemudahan penggunaan teknologi baru; karena mereka dapat menjadi faktor fundamental yang meningkatkan kepuasan dengan pengaturan kinerja dan aktivitas. Berharap dapat mempengaruhi sikap pelanggan terhadap penggunaan, dan niat berperilaku menggunakan, sehingga teknologi baru tersebut dapat diterima oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, D. (2018). Regulating P2p Lending In Indonesia: Lessons Learned From The Case Of China And India. 23, 19.
- Ahmad, M. (2018). Review of The Technology Acceptance Model (TAM) in Internet banking and Mobile banking. 19.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4): 665-683.
- Al-Banna, H. (2019). Muslim Customer Behavior In Halal Food Online Purchasing. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 517–540. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1152>
- Alt, R., & Puschmann, T. (2012). The rise of customer-oriented banking - electronic markets are paving the way for change in the financial industry. *Electronic Markets*, 22(4), 203-2015.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54(1): 42-58.
- ASEAN FinTech Census 2018. (2018). 48.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K.A. Bollen and J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models*. Newbury Park, CA: Sage: 136-162.
- Buckley, R. P., & Webster, S. (2016). *Fintech In Developing Countries: Charting New Customer Journeys*. 20.
- Bunea, S., Kogan, B., & Stolin, D. (2016). Banks vs. Fintech: At last, it's official. 25.
- Cassar, G. (2004). The financing of business start-ups. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 261–283. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00029-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00029-6)
- Chen, H., Huang, H. H., Lobo, G. J., & Wang, C. (2016). Religiosity and the cost of debt. *Journal of Banking & Finance*, 70, 70–85. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2016.06.005>
- Chen, L., Gillenson, M. & Sherrell, D. (2002). Enticing On-line Consumers : An Extended Technology Perspective. *Information and Management*, 39(8): 705-719.
- Cheung, R., & Vogel, D. (2013). Predicting user acceptance of collaborative technologies: An extension of the technology acceptance model for e-learning. *Computers & Education*, 63, 160–175
- Cochrane, L., & Thornton, A. (2017). A socio-cultural analysis of smallholder borrowing and debt in southern Ethiopia. *Journal of Rural Studies*, 49, 69–77. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.11.004>
- Davis, F.D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System: Theory and Results*, Doctoral Dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3): 319-340.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8): 982-1002.
- Fenwick, M., McCahery, J. A., & Vermeulen, E. P. M. (2017). Fintech and the Financing of Entrepreneurs: From Crowdfunding to Marketplace Lending. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2967891>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Vermont South: ARRB Group Limited.
- Gefen, D., & Straub, D. W. (2003). Managing User Trust in B2C e-Service. *E-Service Journal*, 2(2): 7-24.
- Gunartin. (2017). Penguatan Ekonomi Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. 1 No. 5.
- Heijden, H., Verhagen, T., & Creemers, M. (2003). Understanding online purchase intentions: contributions from technology and trust perspectives. *European Journal of Information Systems*, 12: 41-48.
- Hernandez, B., Jimenez, J., & Martín, M. J. (2009). Adoption vs acceptance of e-commerce: two different decisions, *European Journal of Marketing*, 43(9/10): 1232 -1245.
- Haddad, C., & Hornuf, L. (2018). The emergence of the global fintech market: Economic and technological determinants. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9991-x>
- Hatmawan, A. A. (2019). Analisis Niat Konsumen Menggunakan M Payment. *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 60. <https://doi.org/10.25273/capital.v3i1.5064>
- Igbaria, M., Guimaraes, T., & Davis, G. B. (1995). Testing the Determinants of Microcomputer Usage Via a Structural Equation Model. *Journal of Management Information Systems*, 11(4): 87-114.
- Ivashchenko, A., Doctor Habil., Professor, State Higher Vocational School Memorial of Prof. Stanislaw Tarnowski, Britchenko, I., D.Sc. (Economics), Professor, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Dyba, M., Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Investment Activity department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Polishchuk, Y., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the department of Finance, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Sybirianska, Y., Ph.D. (Economics), Associate professor, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, & Vasylyshen, Y. (2018). Fintech platforms in SME's financing: EU experience and ways of their application in Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(3), 83-96. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(3\).2018.07](https://doi.org/10.21511/imfi.15(3).2018.07)
- Jin, C. C., Seong, L. C., & Khin, A. A. (2020). Consumers' Behavioural Intention to Accept of the Mobile Wallet in Malaysia. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 55(1), 3. <https://doi.org/10.35741/issn.0258-2724.55.1.3>
- Jöreskog, K. G.; & Sörbom, D. 1996. LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language. Chicago, IL: Scientific software International.
- Kim, Y., Park, Y.-J., Choi, J., & Yeon, J. (2015). An Empirical Study on the Adoption of "Fintech" Service: Focused on Mobile Payment Services. 136-140. <https://doi.org/10.14257/astl.2015.114.26>
- Kuruppu, G. N., & Azeez, A. A. (2016). Financing Preferences of Small and Medium Enterprise Owners of Sri Lanka: Does Pecking Order Theory Hold? *Journal of Business*, 3(2), 15.
- Lee, M.K., & Turban, E. (2011). A Trust Model for Consumer Internet Shopping. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(1): 75-91.

- Lee, Won-jun. (2018). Understanding Consumer Acceptance of Fintech Service : An Extension of the TAM Model to Understand Bitcoin. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Volume 20, Issue 7. Ver. I : 34-37
- Leong, C., Tan, B., Xiao, X., Tan, F. T. C., & Sun, Y. (2017). Nurturing a FinTech ecosystem: The case of a youth microloan startup in China. *International Journal of Information Management*, 37(2), 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.11.006>
- Menon, R. (2017). Singapore FinTech journey 2.0. 9.
- Mills, K. (2016). The State of Small Business Lending: Innovation and Technology and the Implications for Regulation. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2877201>
- Paulus, Y. E. (2018). The Emergence Of Peer-To-Peer Lending In Indonesia: A Study Of Risk Management Analysis On Conventional Banking Companies. 7.
- Pejkovska, M. (2018). Potential negative effects of Fintech on the financial services sector. 59.
- Pertiwi, D., Suprpto, W., & Pratama, E. (2020). Perceived Usage of E-Wallet among the Y Generation in Surabaya based on Technology Acceptance Model. *Jurnal Teknik Industri*, 22(1), 17–24. <https://doi.org/10.9744/jti.22.1.17-24>
- Putritama, A. (2019). The Mobile Payment Fintech Continuance Usage Intention in Indonesia. *Jurnal Economia*, 15(2), 243–258. <https://doi.org/10.21831/economia.v15i2.26403>
- Ratnasingam, P. (2003). Inter-organizational trust in business-to-business: A case study in customs clearance. *Internet of Global Information Management*, 11(1): 1-19.
- Rosavina, M., & Rahadi, R. A. (2018). Peer-To-Peer (P2p) Lending Platform Adoption For Small Medium Enterprises (Smes): A Preliminary Study. 15.
- Saksonova, S., & Kuzmina-Merlino, I. (2017). Fintech as Financial Innovation – The Possibilities and Problems of Implementation. *European Research Studies Journal*, Volume XX(3A), 961–973.
- Saadé, R. G. (2007). Dimensions of perceived usefulness: toward enhanced assessment. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 5(2): 289-310.
- Segal, M. (2015). Peer-to-Peer Lending: A Financing Alternative for Small Businesses. 10, 14.
- Singh, J., & Sirdeshmukh, D. (2000). Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgments. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1): 150-167.
- Shim, Y., & Shin, D.-H. (2016). Analyzing China's Fintech Industry from the Perspective of Actor-Network Theory. *Telecommunications Policy*, 40(2-3), 168–181. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.11.005>
- Svendsen, G.B., Johnsen, J. K., Sørensen, L. A., & Vittersø, J. (2013). Personality and technology acceptance: the influence of personality factors on the core constructs of the Technology Acceptance Model. *Behaviour & Information Technology*, 32(4): 323- 334.
- Szajna, B. (1996). Empirical Evaluation of the Revised Technology Acceptance Model. *Management Science*, 42(1): 85-92.
- Tat Huei, C., Suet Cheng, L., Chee Seong, L., Aye Khin, A., & Ling Leh Bin, R. (2018). Preliminary Study on Consumer Attitude towards FinTech Products and Services in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 166. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13310>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Veloutsou, C. (2007). Identifying the dimensions of the product-brand and consumer relationship. *Journal of Marketing Management*, 23(1/2): 7- 26.
- Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies, *Management Science*, 46(2): 186-204.

- Winnefeld, C. H., & Permantier, A. (2017). FinTech—The digital (R)Evolution in the German Banking Sector? *Business and Management Research*, 6(3), 65.
<https://doi.org/10.5430/bmr.v6n3p65>
- Wu, W., Kou, G., Peng, Y., & Ergu, D. (2012). Improved Ahp-Group Decision Making For Investment Strategy Selection. *Technological and Economic Development of Economy*, 18(2), 299–316.
<https://doi.org/10.3846/20294913.2012.680520>
- Yeo, J. H., & Fisher, P. J. (2017). Mobile Financial Technology and Consumers' Financial Capability in the United States. *Journal of Education*, 7(1), 14
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2010). Explaining Internet Banking Behavior: Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, or Technology Acceptance Model? *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1172–1202.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERSPEKTIF SUKSESOR UNTUK MELANJUTKAN PERUSAHAAN KELUARGA PADA PERUSAHAAN KELUARGA *FAMILY BUSINESS COMMUNITY* UNIVERSITAS CIPUTRA

Fitrotul Hidayah R. Singga

Metta Padmalia¹

Junko Alessandro Effendy

Universitas Ciputra

Abstract

This study aims to analyze the factors that reflect the successor's perspective in continuing the family company in the Ciputra University Family Business Community. The factors examined in this study are commitment, entrepreneurial thinking, entrepreneurial orientation, and knowledge transfer. The population in this study were members of the seventh and eighth batch of Ciputra University's Family Business Community. The sample size was set at 121 respondents. Samples were collected using non-probability sampling methods and purposive sampling techniques. The research data was taken by using a questionnaire brought by the respondent. The data analysis used in this research is confirmatory factor analysis with second order confirmatory factor analysis using SMARTPLS 3.0 software. The results of data processing show that the commitment factor and entrepreneurial thinking factors were eliminated from the model analysis because they did not meet the validity and reliability test. The factors which are stated to reflect the successor perspective to continue the family company are the orientation factor with a statistical value of 19,211 and the knowledge transfer factor with a statistical value of 64,76.

Keywords: Family Business, Commitment, Entrepreneurial Thinking, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Transfer, Successor Perspective.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga pada Family Business Community Universitas Ciputra. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah komitmen, entrepreneurial thinking, orientasi wirausaha, dan transfer pengetahuan. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Family Business Community Universitas Ciputra angkatan ketujuh dan kedelapan. Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 121 responden. Sample penelitian dikumpulkan dengan metode non probability sampling dan teknik purposive sampling. Data penelitian diambil dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor konfirmatori dengan second order confirmatory factor analysis menggunakan software SMARTPLS 3.0. Hasil olah data menunjukkan faktor komitmen dan faktor entrepreneurial thinking dieliminasi dari model analisis karena tidak memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Faktor yang dinyatakan merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga adalah faktor orientasi dengan nilai statistik 19,211 dan faktor transfer pengetahuan dengan nilai statistik 64,76.

Kata kunci: Family Business, Komitmen, Entrepreneurial Thinking, Orientasi Wirausaha, Transfer Pengetahuan, Prspektif Suksesor

metta.padmalia@ciputra.ac.id

PENDAHULUAN

Perusahaan keluarga sangat berperan penting dalam perkembangan perekonomian di Indonesia karena dengan adanya perusahaan keluarga banyak terbuka lapangan pekerjaan yang membantu pemerintah untuk meminimalisir pengangguran, memacu pertumbuhan bisnis baru dan pengembangan sektor kewirausahaan. Martin (2010) mengatakan 61% perusahaan Indonesia bernilai lebih dari US \$ 50 juta, dan 81% perusahaan yang berskala besar milik bisnis keluarga. Bisnis keluarga di Indonesia sebanyak 95% berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 25% (PWC, 2014). Family Business Enterprise (FBE) adalah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga yang membangunnya, baik kepemilikan atau manajemen dipegang oleh pihak yang sama, yaitu keluarga. Dalam jenis perusahaan keluarga, posisi penting perusahaan dipegang oleh anggota keluarga (Poza, 2007). Pada kenyataannya, 90% dari 15 juta perusahaan didominasi oleh kelompok bisnis keluarga.

Dewasa ini tidak lebih dari 3% dari perusahaan keluarga dapat bertahan seperti yang didirikan pada tahun 1932 hingga 1943, dan hanya 37% dari perusahaan yang dibangun dari tahun 1992 hingga 2003 dapat bertahan hingga 2007 (Nature dan Gunawan, 2007). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 70% bisnis keluarga tidak bertahan pada generasi kedua dan 90% tidak akan berlanjut ke generasi ketiga (Family Firm Institute, 2004). Rothwell (2010) menyatakan perencanaan suksesi adalah salah satu masalah penting dalam bisnis keluarga, sehingga rencana suksesi adalah cara untuk mengidentifikasi posisi manajemen utama, mulai dari level terendah manajer proyek dan penyelia hingga posisi tertinggi dalam suatu organisasi. Berdasarkan hasil survei The Jakarta Consulting Group (2014) sebesar 67,8% perusahaan keluarga di Indonesia telah mempersiapkan generasi penerus melalui perencanaan suksesi, sedangkan sebanyak 32,2% tidak atau belum mempersiapkan perencanaan suksesi. Suksesor memegang kendali dalam proses suksesi karena suksesor yang akan melanjutkan perusahaan keluarga setelah proses suksesi berlangsung. Suksesor di sini adalah anak pemilik perusahaan keluarga atau kerabat dari pendiri perusahaan keluarga. Suksesor merupakan individu yang telah diproyeksikan untuk mengganti kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. Jika pemilik perusahaan keluarga adalah keluarga besar, suksesor bisa lebih dari seorang dan akan melalui proses seleksi sehingga yang terbaik yang akan dipilih.

Menurut wawancara dengan Ketua *Family Business Community* (Simon Tam, 2019) *Family Business Community* Universitas Ciputra adalah komunitas mahasiswa Universitas

Ciputra yang memiliki perusahaan keluarga, komunitas ini telah berdiri sejak Februari 2014 dan sekitar 300 anggota yang telah bergabung sampai angkatan ketujuh. Manfaat adanya Family Business Community Universitas Ciputra adalah membangun jejaring dan kerja sama yang diharapkan berdampak bagi keuntungan perusahaan keluarga anggota komunitas. Kebanyakan anggota Family Business Community adalah generasi kedua dari perusahaan keluarganya dan sedang atau sudah melakukan proses suksesi dari generasi founder ke generasi mereka. Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan ada 4 faktor prospektif suksesor dalam proses suksesi, faktor-faktor tersebut di antaranya : komitmen, entrepreneurial thinking, orientasi wirausaha dan transfer pengetahuan. Sebesar 69% dari Anggota Family Business Community Universitas Ciputra angkatan ketujuh dan kedelapan memilih komitmen sebagai faktor yang mempengaruhi persepektif mereka untuk melanjutkan usaha keluarga, sisanya memilih entrepreneurial thinking, orientasi wirausaha dan transfer pengetahuan sebagai faktor yang merefleksikan perspektif mereka untuk melanjutkan usaha keluarga.

Komitmen menjadi salah satu faktor karena dengan adanya komitmen suksesor untuk melanjutkan usaha keluarga dan mengambil kendali memudahkan proses suksesi (Decker et al., 2017). entrepreneurial thinking menjadi salah satu faktor karena entrepreneurial thinking memperlihatkan suksesor mampu bertindak untuk mencapai tujuan (Dhliwayodan Van Vuuren, 2007). Orientasi wirausaha menjadi salah satu faktor karena suksesor yang efektif adalah suksesor yang memiliki orientasi yang tinggi pada wirausaha sehingga ketika meneruskan usaha keluarga yang diharapkan dapat mengambil inisiatif untuk mengkreasikan sesuatu yang baru dan menambahkan nilai di perusahaan nantinya (Lili et al., 2014). Selain itu, transfer pengetahuan juga menjadi salah satu faktor karena kesuksesan perusahaan keluarga sering didasarkan pada pengalaman unik generasi pertama yang membangun usaha keluarga dan penting sekali membagikan pengalaman ini kepada generasi penerus.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga pada perusahaan keluarga Family Business Community Universitas Ciputra. Penelitian ini memiliki batasan sampel penelitian, yaitu Anggota Family Business Community angkatan ketujuh dan kedelapan yang merupakan suksesor dari perusahaan keluarganya yang sedang melakukan proses suksesi di perusahaan keluarga.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Perusahaan keluarga adalah perusahaan yang dikelola dan dimiliki sendiri oleh keluarga, dimana terdapat beberapa anggota keluarga yang terlibat dalam pekerjaan dan adanya asumsi bahwa anggota keluarga yang lebih muda akan mengatur kontrol perusahaan keluarga (Ramadani & Hoy, 2015). Martin (2010) mengatakan terdapat 61% perusahaan Indonesia bernilai lebih dari US \$ 50 juta, dan 81% perusahaan milik bisnis keluarga yang berskala besar.

Perencanaan suksesi adalah kegiatan jangka panjang untuk mempersiapkan suksesor yang akan meneruskan perusahaan keluarga (Dunemann & Barrett 2004). Menurut Fransisca dan Praptiningsih (2014) perencanaan suksesi adalah proses perencanaan dan identifikasi antara pemilik dan calon penerus yang tujuan utamanya untuk memberikan kepemilikan pada keberlanjutan jangka panjang perusahaan.

Perencanaan suksesi juga tak lepas dari komitmen, yang menurut Sharma & Irving (2005), akan memengaruhi motivasi, perilaku dan sikap untuk mencapai target yang ditetapkan. Lebih lanjut, terdapat empat bentuk komitmen menurut Sharma & Irving (2005, dalam Halim, 2017):

Komitmen Kalkulatif, berkaitan dengan perasaan “harus” bergabung, dengan kata lain tetap dalam perusahaan keluarga untuk mempertahankan klaim yang berkaitan dengan akumulasi saham keluarga.

Komitmen Imperatif, berkaitan dengan perasaan “perlu” bergabung atau tetap dalam perusahaan keluarga karena kurangnya kemampuan yang mengakibatkan tidak ada pilihan lain.

Komitmen Afektif berkaitan dengan pola pikir keinginan atau “ingin bergabung” atau tetap dalam bisnis keluarga.

Komitmen Normatif yang berkaitan dengan rasa royal atau wajib sebagai suksesor dikarenakan tidak ada suksesor lain.

Pada kondisi lingkungan yang tidak pasti, menurut Shliwayo & Vuuren (2007), diperlukan cara bertindak dan berpikir yang mampu membaca peluang, yang dikenal sebagai *entrepreneurial thinking*. Fleischmann (2014, dalam Wibisono, 2018) menjelaskan ada 6 ciri-ciri seseorang memiliki *entrepreneurial thinking*, yaitu:

Hopeful Thinking yaitu yakin pada potensi manusia dalam hal ini orang-orang yang berkaitan dengan perusahaan seperti karyawan dan klien. .

Melioristic thinking, di mana seorang wirausaha berpikir bagaimana membuat sesuatu menjadi lebih baik itu dari segi produk yang ditawarkan perusahaan maupun pelayanan yang ada di perusahaan.

Mampu memimpin bagi dirinya sendiri dan karyawannya.

Holistic thinking, wirausaha berpikir secara menyeluruh, dalam hal ini memikirkan operasional, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran perusahaan.

Berpikir sosial dan etis, di mana kegiatan perusahaannya tidak melanggar kode etik dan sosial masyarakat.

Penyelesaian masalah, yaitu seorang wirausaha harus berpikir bagaimana cara menyelesaikan masalah yang ada di perusahaan

Orientasi wirausaha adalah salah satu konsep yang paling banyak dipelajari dalam literatur kewirausahaan, yang berfokus pada gaya pengambilan keputusan, praktik yang terkait dengan aktivitas wirausaha bisnis (Nordqvist et al., 2008). Chirico et al (2011, dalam Martinez et al, 2016) memodelkan orientasi wirausaha sebagai konstruk urutan kedua formatif, menggunakan tiga dimensi urutan pertama, yaitu inovasi produk, proaktif, dan pengambilan risiko.

Lebih lanjut lagi, dalam komunikasi lintas generasi diperlukan adanya transfer pengetahuan yang baik. Transfer pengetahuan adalah proses komunikasi antara generasi sebelum atau pemimpin dengan generasi penerus atau antargenerasi yang sama (Barroso et al., 2013). Indarti dan Kusuma (2016) menyatakan ada empat kategori pengetahuan yang dimiliki oleh pendahulunya dipindahkan ke penerus: a) pengetahuan produk, b) pengetahuan manajemen perusahaan, c) pengetahuan teknis dan d) pengetahuan filosofis.

Selanjutnya dilakukan beberapa penelitian terdahulu terkait dengan topik suksesi.

Penelitian terdahulu pertama: Halim (2017) meneliti tentang Analisis Persepsi Orang Tionghoa Jawa Jawa Timur Terhadap Calon Suksesor Perempuan pada Perusahaan Keluarga. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui persepsi orang Tionghoa di Jawa Timur mengenai calon suksesor pada perusahaan keluarga jika perempuan sebagai suksesor. Sampel penelitian tersebut adalah empat perusahaan keluarga yang masing-masing memiliki anak perempuan. Variabel dalam penelitian tersebut adalah *gender*, partisipasi perempuan dalam bisnis, relasi, dan komitmen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara. Hasil penelitian menunjukkan gender tidak menjadi masalah dalam hal

menentukan suksesor, anak laki maupun perempuan setara, tergantung seberapa besar komitmen, tanggung jawab, kompeten tidaknya.

Penelitian terdahulu kedua: Wibisono (2018) meneliti tentang Anteseden Keberlanjutan Bisnis Keluarga di Kampung Batik Laweyan dan Kauman Surakarta. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui tentang keberlangsungan bisnis keluarga di kampung batik Laweyan dan Kauman. Sampel penelitian tersebut adalah 60 responden yaitu 30 responden di Kampung Batik Laweyan dan 30 responden di Kampung Batik Kauman. Variabel penelitian tersebut adalah *entrepreneurial thinking*, *entrepreneur knowledge sharing*, dan *successor experience*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 21 dengan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan *entrepreneurial thinking* berpengaruh positif dan signifikan, *entrepreneurial knowledge sharing* tidak berpengaruh dan signifikan Keberlanjutan Bisnis Keluarga.

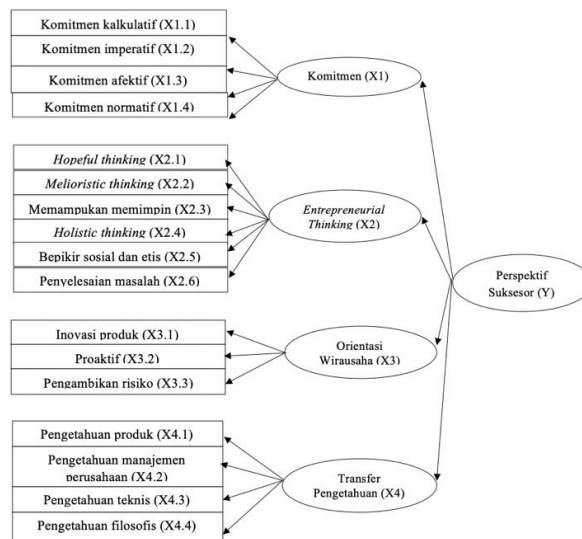
Penelitian terdahulu ketiga: Martínez et al (2016) meneliti tentang orientasi wirausaha dan transfer pengetahuan: analisis dalam bisnis keluarga di Spanyol. Tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian berikut dalam konteks perusahaan milik keluarga: Bagaimana manajemen pengetahuan terkait dengan kewirausahaan? Bagaimana manajemen pengetahuan dan kewirausahaan terkait dengan kinerja bisnis? Bagaimana keluarga mempengaruhi hubungan di atas. Sampel penelitian mencakup 480 perusahaan keluarga dari 1.100 perusahaan keluarga yang terkait dengan *Family Business Regional Associations* di Spanyol. Variabel dalam penelitian tersebut adalah orientasi wirausaha dan transfer pengetahuan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner secara online. Pengujian hipotesis menggunakan *partial least square (PLS)* dan *structural equation modeling (SEM)* yang menggunakan pendekatan estimasi berbasis komponen utama. Hasil penelitian tersebut adalah meskipun kewirausahaan tergantung pada banyak faktor di tingkat organisasi yang berbeda dan kesediaan orang untuk berbagi pengetahuan mereka memainkan peran penting dalam kapasitas kewirausahaan.

Penelitian terdahulu keempat: Bozer et al (2017) meneliti tentang suksesi dalam bisnis keluarga: perspektif multi-sumber. Tujuan penelitian tersebut untuk pemeriksaan multi-perspektif suksesi kepemimpinan, merangkul sifat dinamis dan kompleks suksesi dalam bisnis keluarga. Sampel dalam penelitian tersebut adalah 16 pewawancara protagonis termasuk predesor, suksesor dan anggota non-keluarga di fase 1 dan 41 pewawancara studi kasus prospektif di fase 2. Variabel penelitian tersebut adalah sikap,

bayangan budaya keluarga, kematian, nepotisme dan etnis, komitmen, jenis kelamin, usia, budaya keluarga keluarga, sejarah keluarga, kepemimpinan, keadilan, struktur perusahaan keluarga, pendidikan, Pengasuhan, dan kredibilitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif dan analisis penjelasan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa praktisi bisnis keluarga dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis keluarga dengan mengikuti proses suksesi dengan baik.

Penelitian terdahulu kelima: Indarti dan Kusuma (2016) meneliti tentang tipe transfer pengetahuan pada proses suksesi perusahaan keluarga. Tujuan penelitian untuk mengeksplorasi pengetahuan utama yang ditransfer oleh para pendahulu (orang tua) kepada penerus (anak-anak) di perusahaan keluarga. Sampel penelitian terdiri dari 23 peserta dari 13 perusahaan keluarga. Variabel dalam penelitian tersebut adalah transfer pengetahuan dan data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur yang mendalam. Data dianalisis menggunakan analisis konten dan kemudian diproses menggunakan peta visual dan *temporal bracketing*. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan pengecekan anggota untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengetahuan yang ditransfer oleh pendahulu ke penerus adalah pengetahuan diam-diam. Pengetahuan yang ditransfer oleh pendahulu ke penerus mencakup pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang manajemen perusahaan, pengetahuan teknis, dan pengetahuan filosofis.

Beberapa dari penelitian di atas tidak meneliti beberapa variabel dalam satu artikel secara utuh dan pada tiap variabel tidak ada indikator yang jelas sehingga peneliti melakukan analisis faktor guna menganalisis faktor-faktor apa sajakah yang dapat merefleksikan perspektif suksesor dalam meneruskan bisnis keluarga. Berikut kerangka konseptual yang disusun (Gambar 1).



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

(modifikasi peneliti dari penelitian terdahulu oleh Halim, 2017; Wibisono, 2018; Martinez et al., 2016; Indarti dan Kusuma, 2016)

METODA

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif guna mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan. Penelitian kuantitatif menurut Bungin (2013:29) adalah penelitian yang membutuhkan data yang banyak dari populasi yang luas dan dapat dianalisis dengan mudah melalui komputer maupun rumus-rumus statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh anggota Family Business Community Universitas Ciputra angkatan ketujuh dan kedelapan yakni sebesar 173 anggota yang di peroleh dari database Family Business Community. Sampel dalam penelitian ini adalah anggota Family Business Community Universitas Ciputra dari angkatan ketujuh dan kedelapan. Selain itu, sampel yang dipilih adalah mereka yang mulai terlibat dalam perusahaan keluarganya. Dalam pengambilan jumlah sampel akan menggunakan rumus Slovin yaitu : $n = N / (1 + Ne^2)$ dimana : n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi e = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel (5%). Dari rumus tersebut di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yaitu : $n = 173 / (1 + 173 \cdot [0,05]^2)$ = 121 orang. Jadi jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 121 anggota komunitas yang telah memenuhi syarat.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi dua sumber yakni data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil kuesioner yang dibagikan kepada

responden dan data sekunder penelitian ini adalah artikel penelitian yang variabel penelitiannya sama. Jenis data terbagi dua, yakni data primer merupakan data pertama di lapangan sedangkan data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala likert 5 (lima), alternatif jawaban dengan pengukuran variabel adalah : Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, jawaban Setuju (S) diberi skor 4, jawaban Cukup Setuju (CS) diberi skor 3, jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, dan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Prosedur Pengumpulan Data, Metode Analisis, dan Pengujian Hipotesis

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket. Metode angket adalah serangkaian pertanyaan atau yang disusun dengan sistematis dalam bentuk daftar pertanyaan, kemudian diberikan atau dikirim ke responden untuk diisi (Bungin, 2013:130). Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor konfirmatori dengan *second order confirmatory factor analysis* menggunakan software SMARTPLS 3.0.

Pada *first order construct* dilakukan uji model pengukuran dari konstruk laten dimensi ke indikatornya. Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:213), ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk *first order construct* yakni: Menggambar model pengukuran sesuai model analisis, dimana indikator pada variabel laten utama (Y) adalah seluruh indikator dari variabel laten dimensi; Melakukan uji validitas konvergen yang terdiri dari uji validitas loading factor dengan nilai yang disarankan $>0,7$ dan average variance extracted dengan nilai yang disarankan $>0,5$, serta uji validitas diskriminan yaitu uji cross loading dengan nilai yang disarankan $>0,7$; Melakukan uji reliabilitas yang terdiri dari uji reliabilitas cronbach alpha dan uji reliabilitas *composite reliability* dengan nilai yang disarankan untuk keduanya $>0,7$. Namun pada literatur lain nilai yang disarankan untuk uji reliabilitas cronbach alpha adalah $>0,6$ (Imam dan Ghzali, 2014:75); Melakukan uji hipotesis dengan melihat nilai *t-statistics outer loading* dengan nilai yang disarankan diatas 1,96 untuk setiap indikator pada alpha 5%

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:214), pada tahap *second order construct*, dilakukan uji hipotesis path coefficient dan Nilai R-Square. Uji hipotesis pada tahap *second order construct* dilakukan dengan melihat nilai t-statistics path coefficient. Nilai yang disarankan adalah di atas 1,96 untuk setiap dimensi dengan alpha sebesar 5%. Nilai R-

Square untuk melihat seberapa besar variabel yang dipakai berpengaruh ke variabel dependen (Indrawati, 2017: 208).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Mayoritas responden adalah wanita dengan persentase 59,51%, berusia 20-21% dengan persentase 77,70%, generasi kedua dalam perusahaan 86,77%, angkatan kedelapan *Family Business Community* dengan persentase 50,41%, sektor perusahaan ritel dengan persentase 49,58%, dan lokasi perusahaan keluarga berada di Pulau Jawa dengan persentase 78,52%.

Analisis Deskriptif

Berikut adalah hasil analisis deskriptif dari indikator pada tiap variabel penelitian yang digunakan (Tabel 1).

Tabel 1. Mean dan Standar Deviasi dari Indikator tiap Variabel

Variabel	Indikator	Mean	St. Deviasi
Faktor Komitmen (X1)	Komitmen Kalkulatif (X1.1)	3,934	1034
	Komitmen Imperatif (X1.2)	2,868	1,317
	Komitmen Afektif (X1.3)	4,488	0,631
	Komitmen Normatif (X1.4)	3,496	1,207
Rata-rata Mean dan Standar Deviasi		3,697	1,176
Faktor <i>Entrepreneurial Thinking</i> (X2)	<i>Hopeful Thinking</i> (X2.1)	4,264	0,640
	<i>Melioristic Thinking</i> (X2.2)	4,289	0,847
	Memampukan Memimpin (X2.3)	4,165	0,775
	<i>Holistic Thinking</i> (X2.4)	4,149	0,778
	Berpikir Sosial dan Etis (X2.5)	4,537	0,561
	Penyelesaian Masalah (X2.6)	4,198	0,734
Rata-rata Mean dan Standar Deviasi		4,267	0,722
Faktor Orientasi Wirausaha (X3)	Inovasi Produk (X3.1)	4,116	0,695
	Proaktif (X3.2)	4,248	0,607
	Pengambilan Risiko (X3.3)	3,810	0,836
Rata-rata Mean dan Standar Deviasi		4,058	0,712
Faktor Transfer Pengetahuan (X4)	Pengetahuan Tentang Produk (X4.1)	4,256	0,687
	Pengetahuan Tentang Manajemen (X4.2)	4,116	0,741
	Pengetahuan Tentang Teknis (X4.3)	4,157	0,680
	Pengetahuan Tentang Filsafat (X4.4)	4,579	0,526
Rata-rata Mean dan Standar Deviasi		4,277	0,658

First Order Construct

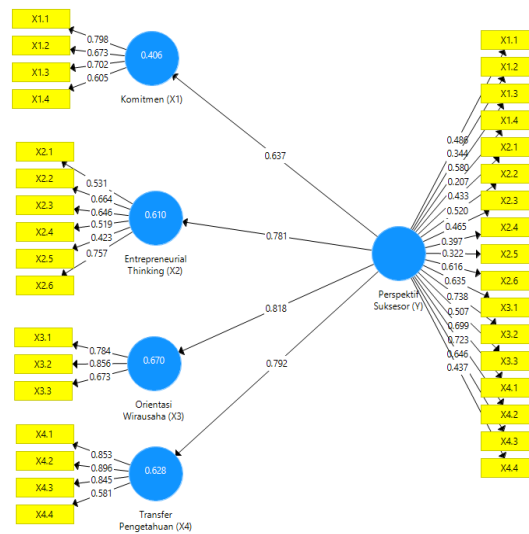
Uji validitas *loading factor* dilakukan oleh peneliti pada 4 variabel, dengan nilai yang disarankan pada tiap indikator yaitu di atas 0,7. Tabel 2 berikut menunjukkan nilai *loading factor* dari masing-masing indikator.

Tabel 2. Uji Validitas Loading Factor (Outer Model)

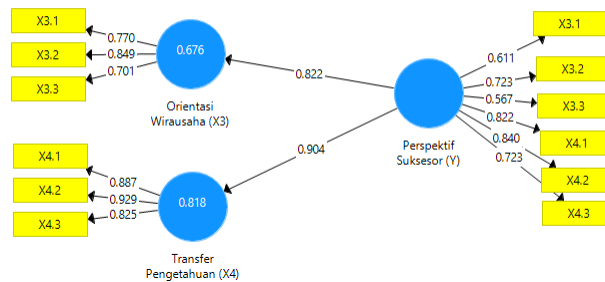
Variabel	Indikator	Nilai	Keterangan
Komitmen (X1)	Komitmen Kalkulatif (X1.1)	0,798	Diterima
	Komitmen Imperatif (X1.2)	0,637	Ditolak
	Komitmen Afektif (X1.3)	0,702	Diterima
	Komitmen Normatif (X1.4)	0,605	Ditolak
Entrepreneurial Thinking (X2)	Hopeful Thinking (X2.1)	0,531	Ditolak
	Melioristic Thinking (X2.2)	0,664	Ditolak
	Memampukan Memimpin (X2.3)	0,646	Ditolak
	Holistic Thinking (X2.4)	0,519	Ditolak
	Berpikir Sosial dan Etis (X2.5)	0,423	Ditolak
	Penyelesaian Masalah (X2.6)	0,757	Diterima
Orientasi Wirausaha (X3)	Inovasi Produk (X3.1)	0,784	Diterima
	Proaktif (X3.2)	0,856	Diterima
	Pengambilan Risiko (X3.3)	0,673	Ditolak
Transfer Pengetahuan (X4)	Pengetahuan Tentang Produk (X4.1)	0,853	Diterima
	Pengetahuan Tentang Manajemen (X4.2)	0,896	Diterima
	Pengetahuan Tentang Teknis (X4.3)	0,845	Diterima
	Pengetahuan Tentang Filsafat (X4.4)	0,581	Ditolak

Hasil Tabel 2 menunjukkan terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,7 yaitu X1.2, X1.4, X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X3.3, dan X4.4. Nilai *loading factor* di bawah 0,7 memberikan arti bahwa indikator tersebut tidak bisa menjelaskan lebih dari setengah variabel yang diukur. Sehingga nilai *loading factor* di bawah 0,7 harus dieliminasi karena tidak menggambarkan minimal setengah variabel laten.

Nilai yang ditetapkan untuk uji validitas *Average Variance Extracted* (AVE) adalah > 0,5 (Abdillah dan Jogiyanto, 2015 : 197). Sebelum peneliti memasukkan hasil uji validitas *Average Variance Extracted* (AVE), peneliti akan menyajikan gambar model analisis awal sebelum eliminasi dan model analisis perbaikan karena akan memiliki nilai AVE yang berbeda pada tiap faktor sebelum perbaikan dan setelah perbaikan. Berikut adalah model analisis sebelum eliminasi (Gambar 2a) dan setelah perbaikan (Gambar 2b).



Gambar 2a Model Analisis Awal sebelum eliminasi nilai AVE yang kurang dari 0,5.



Gambar 2b Model Analisis yang diterima setelah perbaikan.

Hal ini menunjukkan bahwa setelah dilakukan eliminasi, maka bertahan dua faktor yang merefleksikan perspektif suksesor menurut model tersebut, yaitu orientasi wirausaha dan transfer pengetahuan. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan hasil sebagai berikut (Tabel 3).

Tabel 3. Uji Reliabilitas Model Analisis Sebelum Eliminasi

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan	Composite Reliability	Keterangan
Komitmen (X1)	0,680	Diterima	0,790	Diterima
Entrepreneurial Thinking (X2)	0,635	Diterima	0,766	Diterima
Orientasi Wirausaha (X3)	0,666	Diterima	0,817	Diterima
Transfer Pengetahuan (X4)	0,809	Diterima	0,877	Diterima
Perspektif Suksesor	0,831	Diterima	0,863	Diterima

Uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan digunakan untuk membuktikan ketepatan indikator dalam mengukur variabel. Nilai yang disarankan untuk uji reliabilitas *cronbach alpha* adalah $>0,6$ dan nilai yang disarankan untuk uji reliabilitas *composite reliability* adalah $>0,7$ (Imam dan Ghozali, 2014:75). Tabel 3 menunjukkan semua variabel memenuhi syarat karena nilai *cronbach alpha* adalah $>0,6$ dan nilai *composite reliability* adalah $>0,7$.

Untuk model analisis yang dieliminasi, berikut hasil uji reliabilitasnya (Tabel 4).

Tabel 4. Uji Reliabilitas Model Analisis Perbaikan

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan	Composite Reliability	Keterangan
Orientasi Wirausaha (X3)	0,666	Diterima	0,818	Diterima
Transfer Pengetahuan (X4)	0,855	Diterma	0,912	Diterima
Perspektif Suksesor	0,809	Diterima	0,865	Diterima

Tabel 4 menunjukkan seluruh variabel memiliki reliabilitas *composite reliability* di atas 0,7 sehingga variabel dalam penelitian ini valid yakni variabel X3 dan X4. Variabel X3 dan X4 membuktikan akurasi dan ketepatan item pertanyaan pada indikator-indikatornya.

Uji hipotesis dilakukan pada *outer loading* untuk melihat nilai *T-Statistics* setelah melakukan perhitungan *bootstrapping*. Hipotesis akan diterima jika nilai variabel di atas 1,96 (Abdillah dan Jogiyanto, 2015:198). Tabel 5 berikut menunjukkan nilai *T-Statistics outer loading* dari setiap variabel pada model analisis yang telah dieleminasi atau perbaikan karena 2 variabel lainnya yakni X1 dan X2 tidak memenuhi validitas.

Tabel 5. Nilai T-Statistics Outer Model

Variabel	Nilai	Keterangan
X3.1 <- Orientasi Wirausaha (X3)	12,587	Diterima
X3.2 <- Orientasi Wirausaha (X3)	24,320	Diterima
X3.3 <- Orientasi Wirausaha (X3)	9,323	Diterima
X4.1 <- Transfer Pengetahuan (X4)	41,674	Diterima
X4.2 <- Transfer Pengetahuan (X4)	65,225	Diterima
X4.3 <- Transfer Pengetahuan (X4)	23,334	Diterima

Nilai *T-Statistics outer loading* pengolahan data telah melebihi nilai yang ditetapkan, di atas 1,96. Sehingga dapat ditarik kesimpulan faktor orientasi wirausaha dan faktor transfer pengetahuan merefleksikan perpektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga.

Second Order Construct

Nilai *T-Statistics inner model* pengolahan data pada Tabel 6 berikut telah melebihi nilai yang ditetapkan yakni di atas 1,96. Sehingga dapat ditarik kesimpulan faktor orientasi wirausaha dan faktor transfer pengetahuan merefleksikan perpektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga.

Tabel 6. Nilai T-Statistics Inner Model

Variabel	Nilai	Keterangan
Perspektif Suksesor (Y) -> Orientasi Wirausaha (X3)	20,087	Diterima
Perspektif Suksesor (Y) -> Transfer Pengetahuan (X4)	62,975	Diterima

PEMBAHASAN

Perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga direfleksikan dari faktor komitmen, entrepreneurial thinking, orientasi wirausaha dan transfer pengetahuan (Halim, 2017; Martinez *et al.*, 2016). Penelitian ini menggunakan 4 faktor tersebut untuk diteliti pada persepektif suksesor yakni 121 anggota Family Business Community untuk melanjutkan perusahaan keluarganya. Pada tahap analisis data didapat dua faktor yang tidak memenuhi syarat analisis data sehingga harus dieliminasi karena tidak merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga, yaitu faktor komitmen dan faktor entrepreneurial thinking. Setelah dua faktor dieliminasi, pada tahap analisis data didapat dua faktor yang tersisa yaitu faktor orientasi wirausaha dan faktor transfer pengetahuan yang merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor komitmen tidak merefleksikan perspektif suksesor. Hal ini berdasarkan nilai validitas *average variance extracted* tidak memenuhi syarat karena di bawah 0,5 yaitu 0,487, sedangkan nilai validitas *loading factor* hanya indikator X1.2 yang tidak memenuhi syarat karena nilainya di bawah 0,7 yaitu 0,673. Nilai X1.2 tidak memenuhi syarat diduga karena suksesor berfikir mereka memiliki *skill* yang bisa dikembangkan diluar perusahaan keluarga, sehingga tidak wajib bagi mereka untuk melanjutkan perusahaan keluarga . Hal ini mengakibatkan faktor komitmen harus dieleminasi dari model analisis data dan dinyatakan tidak merefleksikan perspektif suksesor 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Penelitian yang dilakukan Halim (2017) menyatakan bahwa komitmen harus dimiliki oleh suksesor sebagai pemimpin perusahaan nantinya karena tanpa ada komitmen, predesesor tidak akan mempercayakan perusahaan keluarga

kepada suksesor. Menurut Sharma dan Irving (2005) seorang suksesor memiliki komitmen berdasar pada keharusan suksesor untuk masuk dalam usaha keluarga dan mempertahankan saham. Namun pada penelitian ini, faktor komitmen tidak merefleksikan karena berdasarkan observasi terhadap beberapa anggota komunitas angkatan ketujuh bahwa beberapa suksesor tidak wajib melanjutkan perusahaan keluarga dengan alasan suksesor lain yakni kakak atau adik. Hal ini sesuai dengan pendapat Miller et al. (2003) menunjukkan bahwa stagnasi yang menjadi ciri beberapa suksesi diakibatkan dari persaingan antara saudara kandung mereka dan antar saudara saling memblokir tindakan satu sama lain. Selain itu, suksesor ingin mengembangkan *skill* lain di luar perusahaan keluarga seperti mengikuti pelatihan bisnis, kursus bahasa dan pelatihan pengembangan diri lainnya.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor *entrepreneurial thinking* tidak merefleksikan perspektif suksesor. Hal ini berdasarkan nilai validitas *average variance extracted* tidak memenuhi syarat karena di bawah 0,5 yaitu 0,360, sedangkan nilai validitas *loading factor* hanya indikator X2.6 yang memenuhi syarat karena nilainya di atas 0,7 yaitu 0,757. X2.6 diterima karena diduga suksesor berpikir bahwa mereka dapat menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan keluarga. Nilai AVE dan *loading factor* yang banyak tidak memenuhi syarat mengakibatkan faktor *entrepreneurial thinking* harus dieleminasi dari model analisis data dan dinyatakan tidak merefleksikan perspektif suksesor 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Menurut penelitian yang dilakukan Wibisono (2018) *entrepreneurial thinking* berpengaruh positif terhadap signifikan terhadap keberlanjutan bisnis keluarga. *Entrepreneurial thinking* cara bertindak dan berfikir di dalam bisnis (Shliwayo dan Van Vuuren, 2007). Namun pada penelitian ini faktor *entrepreneurial thinking* tidak merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga karena menjadi seorang pengusaha bukan sifat yang melekat dan dibutuhkan waktu untuk melatih diri dalam menggunakan pengalaman dan bakat untuk melihat peluang yang orang lain belum tentu melihatnya (Wibisono,2018).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor orientasi wirausaha merefleksikan perspektif suksesor. Hal ini berdasarkan nilai validitas *average variance extracted* yang memenuhi syarat karena di atas 0,5 yaitu 0,601, sedangkan nilai validitas *loading factor* hanya indikator X3.3 yang tidak memenuhi syarat karena nilainya di bawah 0,7 yaitu 0,673. Nilai Reliabilitas *cronbach alpha* memenuhi syarat karena nilainya di atas 0,6 yaitu 0,666

dan nilai *composite reliability* di atas 0,7 yaitu 0,818. Hal ini mengakibatkan faktor orientasi wirausaha harus diterima dari model analisis data dan dinyatakan merefleksikan perspektif suksesor 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Penelitian yang dilakukan Martinez et al (2016) faktor orientasi wirausaha membentuk performa perusahaan. Tahapan wirausaha dalam sebuah perusahaan dapat dilihat dari inovasi produk, proaktif, dan berani mengambil risiko (Miller, 1983:771; dalam Mrtinez et al, 2016). Sehingga dalam penelitian ini orientasi wirausaha merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga karena dengan orientasi wirausaha yang tinggi, suksesor akan dapat mengkreasikan hal-hal yang baru dan mengembangkan usaha (Lily dan Praptiningsih, 2014).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor transfer pengetahuan merefleksikan perspektif suksesor. Hal ini berdasarkan nilai validitas *average variance extracted* yang memenuhi syarat karena di atas 0,5 yaitu 0,520, sedangkan nilai validitas *loading factor* hanya indikator X4.4 yang tidak memenuhi syarat karena nilainya di bawah 0,7 yaitu 0,581. Indikator X4.4 tidak memenuhi syarat diduga karena orangtua suksesor banyak yang tidak mengajarkan tentang filsafat kepa suksesor. Nilai Reliabilitas *cronbach alpha* memenuhi syarat karena nilainya di atas 0,6 yaitu 0,855 dan nilai *composite reliability* di atas 0,7 yaitu 0,912. Hal ini mengakibatkan faktor orientasi wirausaha harus diterima dari model analisis data dan dinyatakan merefleksikan perspektif suksesor 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Penelitian yang dilakuan Martinez et al (2016) transfer pengetahuan merefleksikan performa perusahaan. Transfer pengetahuan dari generasi sebelum ke generasi selanjutnya sangatlah penting untuk membuat usaha keluarga lebih efisien; generasi selanjutnya menambah pengetahuan dan menawarkan perspektif baru di dalam perusahaan keluarga (Chrigo, 2008; dalam Martinez et al., 2016). Sehingga transfer pengetahuan merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga karena dengan adanya transfer pengetahuan dari predesesor ke suksesor akan memudahkan suksesor dalam mengenali seluk-beluk perusahaan keluarga secara utuh.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul “ Analisis Faktor-Faktor Perspektif Suksesor untuk Melanjutkan Perusahaan Keluarga pada Perusahaan Keluarga *Family Business Community* Universitas Ciputra”, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu :

Orientasi wirausaha merefleksikan perspektif suksesor 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Faktor orientasi (X3) ditunjukkan dengan indikator inovasi produk, proaktif, dan pengambilan risiko.

Transfer pengetahuan merefleksikan perspektif suksesor 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Faktor transfer pengetahuan (X4) ditunjukkan dengan indikator pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang manajemen, dan pengetahuan teknis.

Pada penelitian ini penulis mendapatkan pengetahuan baru bahwa komitmen sangat penting bagi suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga karena dengan komitmen, suksesor dapat dengan ikhlas menjalani tanggung jawabnya. Membangun *entrepreneurial thinking* bagi suksesor tidak bisa dalam waktu cepat, butuh waktu untuk melatihnya sesuai dengan banyak pengalaman. Walaupun suksesor belum mampu berpikir secara *entrepreneurial*, namun suksesor masih memiliki orientasi berwirausaha sehingga bisa jadi suksesor membentuk perusahaan sendiri dengan dimodali dari perusahaan keluarga orangtua. Transfer pengetahuan adalah faktor paling besar dari keempat faktor yang diteliti, hal ini membuktikan bahwa suksesor sangat membutuhkan pengetahuan dari orangtua sebelum melanjutkan perusahaan keluarga agar ketika mendapatkan kepercayaan memimpin perusahaan, suksesor tidak bingung lagi dan bisa mengambil keputusan bisnis dengan tepat.

Berdasarkan hasil olah data dan pembahasan, terdapat dua faktor yang merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Berikut ini akan disajikan tabel implikasi manajerial kedua faktor tersebut (Tabel 7).

Tabel 7. Implikasi Manajerial

Faktor Yang Diteliti	Sebelum	Sesudah
Faktor Orientasi Wirausaha	Peneliti belum memahami apakah faktor orientasi wirausaha	Peneliti memahami bahwa faktor orientasi wirausaha yang terdiri dari inovasi produk, proaktif, dan pengambilan risiko merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan

Faktor Yang Diteliti	Sebelum	Sesudah
	mereleksikan suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga	perusahaan keluarga. Sehingga suksesor ketika melanjutkan perusahaan keluarga nantinya dapat berperan aktif dalam inovasi produk maupun layanan yang ada di perusahaan keluarga, berwawasan ke depan dan memahami kebutuhan pasar, serta berani mengambil risiko dalam bisnis dan memperkirakan risiko yang diambil.
Faktor Transfer Pengetahuan	Peneliti belum mengetahui apakah faktor transfer pengetahuan merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga	Peneliti sudah mengetahui dan mengerti bahwa faktor transfer pengetahuan yang terdiri dari pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang manajemen, dan pengetahuan teknis merefleksikan perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga. Sehingga predesesor perlu mentransfer pengetahuan mengenai produk, manajemen dan teknis kepada suksesor karena dengan begitu akan ada perspektif baru dari suksesor untuk mengembangkan perusahaan nantinya ketika suksesor telah mendapatkan kepercayaan penuh untuk melanjutkan perusahaan keluarga.

Melalui implikasi manajerial yang telah dijabarkan berikut, diharapkan bisnis keluarga dapat mempersiapkan sebaik-baiknya proses suksesi sesuai dengan perspektif dari suksesornya.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya:

Penelitian ini hanya terfokus pada 121 anggota *Family Business Community* angkatan ketujuh dan kedelapan saja, sehingga hasil belum tentu dapat digeneralisasikan kepada populasi yang lebih luas seperti seluruh angkatan *Family Business Community* dari angkatan pertama sampai angkatan kedelapan saat ini.

Mayoritas responden pada penelitian ini memiliki rentang usia 20-21 tahun, yang mana pada usia saat itu responden banyak mencari pengalaman bekerja diluar perusahaan keluarga dan mengembangkan *skill* lain sebelum terlibat dalam perusahaan keluarga nantinya.

Berikut adalah beberapa saran yang diajukan oleh para peneliti untuk penelitian mendatang:

Penelitian ini menggunakan metode analisis faktor konfirmatori, disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode eksploratori. Dengan metode eksploratori diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam tentang faktor-faktor perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga melalui

wawancara, observasi, dan lain-lain. Sehingga dapat mengetahui faktor-faktor perspektif suksesor untuk melanjutkan perusahaan keluarga.

Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan variabel laten dimensi dan indikator yang berbeda diluar penelitian ini, seperti variabel motivasi, komunikasi, relasi dengan predesesor, dan gender yang jarang sekali ditemukan penelitian analisis faktor menggunakan variabel-variabel tersebut.

Penelitian ini melibatkan anggota *Family Business Community* Universitas Ciputra, sehingga para peneliti juga memberikan saran praktis berdasarkan hasil analisis penelitian kepada para anggota komunitas yang menjadi penerus bisnis keluarga sebagai berikut:

Suksesor dapat menentukan urutan faktor-faktor yang menjadi prioritas kedepannya ketika ingin melanjutkan perusahaan keluarga.

Suksesor dapat mempertimbangkan pembelajaran dan pengalaman selama menjadi anggota *Family Business Community* untuk melanjutkan perusahaan keluarga.

Suksesor dapat menerapkan hal-hal yang didapat dari penelitian sebagai bahan pertimbangan untuk melanjutkan perusahaan keluarga seperti komitmen, cara berpikir seorang wirausaha, dan orientasi wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. (2015). *Partial Least Squares: Alternatif Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Barroso, A., Sanguino, R. dan Bañegil, T. M. (2012). Diferentes criterios del concepto de empresa familiar. *Una aportación desde Extremadura, España Ide@sConcyteg*, Vol. 83 No. 7, PP. 611-622.
- Bozer, G., Levin, L. dan Santora, J.C. (2017). Succession in family business: multi-source perspectives. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24 No. 4, pp. 753-774.
- Bungin, M. B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Chirico, F., Sirmon, D. G., Sciascia, S. dan Mazzola, P. (2011). Resource orchestration in family firms: investigating how entrepreneurial orientation, general involvement and participative strategy affect performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 5 No.4, pp. 307-326.
- Fleischmann, F. (2014). What Is Entrepreneurial Thinking. In G. Faltn (Ed.), *Handbuch Entrepreneurship*, (pp. 1-12).
- Fransisca, L. dan Praptiningsih, M. (2014). Perancangan Model Sukses yang efektif Pada Perusahaan Keluarga PT ABC, *Agora*, Vol. 2 No. 2.
- Halim, I.P. (2017), Analisis Persepsi Orang Tionghoa Jawa Timur Terhadap Calon Suksesor Perempuan pada Perusahaan Keluarg. *Agora*, Vol. 5 No.1, pp. 1-5.

-
- Indarti, N. dan Kusuma, G.H. (2016). Types of Knowledge Transferred in Family Business Succession. *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*. Yogyakarta.
- Martin, M. F. (2010). China's Sovereign Wealth Fund: Developments and Policy Implications. *Washington: Congressional Research Service*.
- Martínez, A.B., Galván, R.S. dan Palacios, T.M.B. (2016). Entrepreneurial Orientation and Knowledge Transfer: analysis in Spanish family businesses. *Tourism & Management Studies*, Vol 12 No. 1, pp. 211-219.
- Nordqvist, M., Habbershon, T. G. & Melin, L. (2008). Transgenerational entrepreneurship: exploring entrepreneurial orientation in family firms. In H. Landström, D. Smallbone, H. Crijns & E. Laveren (Eds.) London: Edward Elgar. *Entrepreneurship, sustainable growth and performance: frontiers in European entrepreneurship research*, Vol., No., pp. 93-116.
- Poza, E.J. (2007). Family Business 3rd Edition. Mason, OH, USA: South-Western Cengage Learning.
- Rothwell, W.J. (2010). Effective Succession Planning: Ensuring Leadership Continuity and Building Talent from Within 4rd Edition, *Amacom. American Management Association*.
- Sharma, P., & Irving, P. G. (2005). Four bases of family business successor commitment: antecedents and consequence. *Journal of Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 29 No.1, pp. 13-33.
- Survei Bisnis Keluarga pwc. Retrived on 2014, from <https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/indonesia-report-family-business-survey-2014.pdf>.
- Survei Bisnis Keluarga pwc. Retrieved on 2016, from <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/pwc-in-indonesia/news/2016/indonesian/pwc--perencanaan-strategis-pengaruh-pertumbuhan-bisnis-keluarga.html>.
- The Jakarta Consulting Group. Family Business. Retrieved March 18, 2014 from The Jakarta Consulting Group. Family Business. Retrieved March 18, 2014 from <https://www.jakartaconsulting.com/publications/articles/family-business/family-business-3.html>
- Wibisono, A.S.U. (2018), Antesenden Keberlanjutan Bisnis Keluarga di Kampung Batik, *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol 7 No. 2, pp. 26-39.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBENTUK *TURNOVER INTENTION* KARYAWAN PERUSAHAAN *LAUNDRY* DI SURABAYA

Alycia Susanti

Junko Alessandro Effendy²

Metta Padmalia

Universitas Ciputra Surabaya

Abstract

The purpose of this research is to analyze the existence of organizational commitment factor (X1), payment satisfaction (X2), work life balance (X3), leader member exchange (X4), work environment (X5), and workload (X6) that shape employees' turnover intention (Y) at laundry company in Surabaya. To collect research data, questionnaires are distributed to 100 respondents with cluster proportional random sampling method. Research respondents are laundry employees who are in the area of West, East, South, North, and Central Surabaya. This research uses quantitative approach with Confirmatory Factor Analysis (CFA) method to analyze data. Based on the result of data analysis, it can be concluded that organizational commitment, payment satisfaction, work life balance, leader member exchange, work environment, and work load form employees' turnover intention (Y) at laundry company in Surabaya. Keywords: Turnover Intention, Organizational Commitment, Payment Satisfaction, Work Life Balance, Leader Member Exchange, Work Environment, Workload.

Keywords: Turnover Intention, Organizational Commitment, Payment Satisfaction, Work Life Balance, Leader Member Exchange,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya faktor komitmen organisasional (X1), kepuasan pembayaran (X2), *work life balance* (X3), *leader member exchange* (X4), lingkungan kerja (X5), dan beban kerja (X6) yang membentuk *turnover intention* karyawan (Y) pada perusahaan *laundry* di Surabaya. Guna mengumpulkan data penelitian disebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan metode *cluster proportional random sampling*. Responden penelitian merupakan karyawan *laundry* yang berada di area Surabaya Barat, Timur, Selatan, Utara, dan Pusat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* untuk menganalisis data. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasional, kepuasan pembayaran, *work life balance*, *leader member exchange*, lingkungan kerja dan beban kerja membentuk *turnover intention* karyawan (Y) pada perusahaan *laundry* di Surabaya.

Kata kunci: Turnover Intention, Komitmen Organisasional, Kepuasan Pembayaran, Work Life Balance, Leader Member Exchange

PENDAHULUAN

Sektor jasa mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia. Berdasarkan data BPS dapat dilihat bahwa sektor jasa lainnya mengalami pertumbuhan tertinggi yaitu sebesar 10,73%, kemudian disusul dengan jasa perusahaan yaitu sebesar 9,94%, dan diurutan terakhir infokom sebesar 9,60%. (BPS, 2019:2). Salah satu bidang usaha di dalam sektor jasa lainnya adalah usaha laundry. Berdasarkan data ASLI (Asosiasi Laundry Indonesia), rata-rata pertumbuhan usaha laundry di Indonesia per tahunnya adalah 405,46%, hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat dan pelaku usaha laundry perlu melakukan pengembangan agar dapat bersaing di pasar. Dalam melakukan pengembangan tersebut, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek penting di dalamnya terutama SDM.

Permasalahan SDM yang banyak dialami oleh perusahaan laundry adalah tingginya tingkat turnover intention karyawan. Hal ini dapat dibuktikan dengan data hasil pra survei yang telah dilakukan peneliti kepada dua puluh responden yang merupakan pelaku usaha laundry di Surabaya. Berdasarkan data pra survei ditemukan bahwa 100% responden mengaku pernah mengalami kendala pergantian karyawan dan 60% responden mengaku bahwa pergantian karyawan tersebut berdampak negatif terhadap kinerja laundry. Dari hasil pra survei yang telah dilakukan peneliti tersebut dapat disimpulkan bahwa turnover karyawan memang menjadi fenomena permasalahan bagi para pelaku usaha laundry di Surabaya.

Menurut Kumar et al. (2012) turnover intention merupakan masalah serius di bidang MSDM yang berhubungan terhadap perputaran tenaga kerja yang tinggi. Tnay et al. (2013) menyatakan bahwa permasalahan turnover intention telah meningkat sangat besar belakangan ini. Jika masalah turnover tersebut terus meningkat dan tidak dapat dikendalikan, maka akan menyebabkan menurunnya kualitas dan produktivitas pada suatu perusahaan, yang mampu menurunkan keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan di suatu perusahaan yang mengalami permasalahan tersebut. (Tnay et al., 2013). Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk turnover intention karyawan pada perusahaan laundry di Surabaya.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Turnover Intention

Utomo (2016, dalam Meydiana et al., 2018:117), mengemukakan bahwa employee turnover intention adalah fenomena yang mengarah pada tingkat perpindahan karyawan dalam organisasi pada periode tertentu. Employee turnover intention dapat berupa pengunduran diri, perpindahan dari organisasi, pemberhentian atau kematian karyawan. Dalam penelitian ini, turnover intention diukur menggunakan enam faktor. Peneliti mengutip enam faktor dari beberapa penelitian acuan. Menurut Meydiana et al. (2018), Firdaus et al. (2017), Rolos et al. (2018), faktor turnover intention adalah Komitmen Organisasional, Kepuasan Pembayaran, Work Life Balance, Leader Member Exchange, Lingkungan Kerja, dan Beban kerja.

Komitmen Organisasional

Menurut Meydiana et al. (2018), komitmen organisasional adalah sikap karyawan yang ditunjukkan dengan kesetiaan kepada organisasi dan kemauan karyawan untuk terlibat dalam banyak kegiatan dalam perusahaan. Dalam penelitian ini, komitmen organisasi diukur menggunakan 3 indikator. Adapun menurut Allen dan Meyer (1993, dalam Meydiana et al., 2018) indikator tersebut yaitu komitmen afektif yaitu komitmen karyawan untuk terus bertahan, didasari oleh perasaan emosional dalam diri karyawan untuk menjadi bagian dalam organisasi atau pekerjaannya; komitmen normatif yaitu adanya komitmen karyawan untuk terus bertahan, didasari oleh rasa tanggungjawab dan kewajiban yang dimilikinya dalam organisasi atau pekerjaannya; dan komitmen berkelanjutan. yaitu komitmen karyawan untuk terus bertahan pada pekerjaannya, didasari oleh kebutuhan gaji yang diterima, bonus, tunjangan, dan keuntungan lainnya, atau karyawan tersebut tidak mendapatkan pekerjaan yang lainnya.

Kepuasan Pembayaran

Kepuasan pembayaran merupakan kepuasan karyawan yang terdiri atas beberapa aspek antara lain tingkat gaji, struktur gaji, peningkatan gaji, dan tunjangan. Adapun menurut Heneman dan Schwab (1988, dalam Meydiana et al., 2018) indikator tersebut terdiri atas: Tingkat gaji adalah kepuasan karyawan terhadap gaji atau upah yang diterima; Struktur gaji adalah kepuasan karyawan terhadap hierarki, struktur, dan pendistribusian gaji; Peningkatan gaji adalah kepuasan karyawan terhadap cara organisasi dalam menentukan peningkatan gaji karyawan; Tunjangan adalah kepuasan karyawan terhadap gaji yang tidak langsung, misal: liburan, asuransi, dana pensiun, dll.

Work Life Balance

Menurut Naifudin (2015, dalam Meydiana et al., 2018), work life balance adalah suatu keadaan dimana seorang karyawan mampu menyeimbangkan masalah pekerjaan dengan masalah pribadi, sehingga tidak menimbulkan konflik didalamnya. Dalam penelitian ini, work life balance diukur menggunakan dua indikator. Adapun menurut Fisher et al. (2003, dalam Meydiana et al., 2018) indikator tersebut adalah work interference with personal life (WIPL) adalah sejauh mana pekerjaan dapat mengganggu kehidupan pribadi karyawan. Personal life interference with work (PLIW) adalah sejauh mana kehidupan pribadi karyawan dapat mengganggu pekerjaannya.

Leader Member Exchange

Menurut Meydiana et al. (2018), leader member exchange adalah persepsi karyawan terhadap hubungannya dengan pemimpinnya. Dalam penelitian ini, leader member exchange diukur menggunakan tiga indikator. Adapun menurut Graen dan Uhl-Bien (1995, dalam Meydiana et al., 2018) indikator tersebut yaitu. Respect adalah adanya rasa saling menghormati antara karyawan dengan atasan. Trust adalah adanya rasa saling percaya antara karyawan dengan atasan. Obligation adalah adanya hubungan timbal balik hak dan kewajiban antara karyawan dan atasan.

Lingkungan Kerja

Menurut Nitisemito (2009, dalam Firdaus et al. 2017:735), lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar pekerja yang dapat mempengaruhi karyawan dalam menjalankan kewajiban pekerjaan yang ada. Dalam penelitian ini, lingkungan kerja diukur menggunakan enam indikator. Indikator tersebut diantaranya, meliputi Penerangan adalah tingkat pencahayaan ideal yang ada di ruangan tertentu. Kebersihan adalah keadaan tempat kerja yang bebas dari kotoran yang mampu mengganggu kenyamanan karyawan dalam bekerja, termasuk diantaranya : debu, sampah, dan bau. Sirkulasi udara adalah peredaran udara yang terjadi pada suatu ruangan. Pewarnaan di tempat kerja sangat penting karena dapat mempengaruhi perasaan manusia. Sifat dan pengaruh warna kadang-kadang menimbulkan rasa senang, sedih, dll. Selain itu, warna dapat memantulkan sinar yang diterimanya, banyak sedikitnya pantulan dari cahaya tergantung dari macam warna itu sendiri. Keamanan adalah rasa aman yang diciptakan oleh suatu organisasi bagi karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan semangat kerja dan kinerja karyawan. Kebisingan adalah bunyi yang tidak dikehendaki oleh telinga yang dapat mengganggu ketenangan, mengganggu konsentrasi, dan menimbulkan kesalahan komunikasi.

Beban Kerja

Menurut Sunarso (2008, dalam Rolos et al., 2018), beban kerja adalah jumlah pekerjaan tertentu yang harus diselesaikan oleh karyawan atau unit organisasi dalam jangka waktu tertentu. Dalam penelitian ini, beban kerja diukur menggunakan empat indikator. Indikator tersebut diantaranya meliputi: Target yang harus dicapai adalah pandangan karyawan mengenai hasil kerja yang harus diselesaikan dalam jangka waktu tertentu. Kondisi pekerjaan adalah pandangan yang dimiliki oleh individu mengenai kondisi pekerjaannya, misalnya : mengambil keputusan dengan cepat pada saat pengerjaan barang, serta mengatasi pekerjaan yang tak terduga seperti pekerjaan ekstra di luar pekerjaan. Penggunaan waktu adalah kesesuaian waktu kerja yang digunakan dalam kegiatan-kegiatan yang langsung berhubungan dengan produksi. Standar pekerjaan adalah sistem standar operasional yang diterapkan pada sebuah pekerjaan, sehingga diharapkan setiap pekerjaan dapat terselesaikan dengan standar yang telah dibuat oleh suatu perusahaan.

METODA

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang memandang perilaku manusia sebagai sesuatu yang objektif dan dapat diukur (Yusuf, 2017:58). Pendekatan kuantitatif deskriptif dilakukan dalam penelitian ini untuk meringkas berbagai variabel yang muncul di masyarakat sebagai ciri untuk situasi tertentu.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah seluruh objek yang bisa yang bisa dijadikan sumber data dalam penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah karyawan perusahaan laundry yang ada di Kota Surabaya Pusat, Surabaya Timur, Surabaya Barat, Surabaya Utara, Surabaya Selatan. Populasi tersebut dipilih karena dinilai dapat memberikan perspektif karyawan dalam memberikan pendapat mengenai faktor faktor yang membentuk tingkat turnover intention karyawan di perusahaan laundry.

Populasi tersebut termasuk dalam populasi yang tidak diketahui jumlahnya, oleh karena itu, rumus penghitungan sampelnya juga menggunakan rumus penghitungan untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya. Menurut Rao Purba dalam Noviyanti (2018:25), untuk menentukan populasi dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4 \times (\text{Moe})^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4 \times (0,1)^2} = 96,04$$

n = jumlah sampel

Z^2 = tingkat kepercayaan
(ditentukan 95% atau 1,96)

Moe = Margin of error
(ditentukan 10% atau 0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, maka penentuan jumlah sampel dengan kriteria karyawan laundry di Surabaya adalah sebanyak minimal 97 karyawan. Setelah diketahui jumlah sampel yang akan digunakan, kuesioner dibagikan pada responden dengan menggunakan cluster proportional random sampling. Peneliti membagi wilayah penelitian untuk pembagian responden yaitu wilayah Surabaya Barat (meliputi Kecamatan Tandes, Sukomanunggal, Asemrowo, Benowo, Pakal, Sambikerep, Lakarsantri), Surabaya Timur (meliputi Kecamatan Gubeng, Sukolilo, Gunung Anyar, Tambaksari, Mulyorejo, Rungkut, Tenggilis Mejoyo), Surabaya Selatan (meliputi Kecamatan Wonokromo, Wiyung, Wonocolo, Karangpilang, Jambangan, Gayungan, Dukuh Pakis, Sawahan), Surabaya Utara (meliputi Kecamatan Bulak, Semampir, Kenjeran, Pabean Cantikan, Krembangan), dan Surabaya Pusat (meliputi Kecamatan Tegalsari, Simokerto, Genteng, Bubutan). Kemudian jumlah sampel dihitung secara proportional sesuai dengan tabel berikut :

Tabel 1. Penghitungan Jumlah Sampel

No.	Nama Daerah	Luas Wilayah (km ²)	Persentase Luas Wilayah	Penghitungan Sampel	Jumlah Sampel
1.	Surabaya Barat	124,21	37,34%	97 x 37,34% = 36,22	37
2.	Surabaya Timur	91,18	27,41%	97 x 27,41% = 26,59	27
3.	Surabaya Selatan	64,06	19,26%	97 x 19,26% = 18,68	19
4.	Surabaya Utara	38,39	11,54%	97 x 11,54% = 11,19	12
5.	Surabaya Pusat	14,79	4,4%	97 x 4,4% = 4,27	5

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan penghitungan tersebut, maka jumlah sampel yang akan digunakan yaitu sebanyak 100 responden, yang terdiri dari 37 responden dari Surabaya Barat, 27

responden dari Surabaya Timur, 19 responden dari Surabaya Selatan, 12 responden dari Surabaya Utara, dan 5 responden dari Surabaya Pusat.

Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini cara pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner tersebut kemudian akan dibagikan pada sejumlah responden dengan menggunakan teknik cluster proportional random sampling yang dilakukan secara langsung. Data yang sudah dikumpulkan dari responden kemudian diproses dalam program excel dan dianalisa secara statistik menggunakan Smart PLS.

Validitas dan Reliabilitas

Ada beberapa uji validitas yang harus dilakukan dalam analisis faktor yakni: Uji validitas konvergen loading factor, nilai yang disarankan untuk loading factor adalah diatas 0,70, Uji validitas AVE (Average Variance Extracted), nilai yang disarankan untuk AVE adalah diatas 0,50, Uji diskriminan cross loading, nilai yang disarankan untuk uji diskriminan cross loading diatas 0,70. Nilai cross loading harus memiliki nilai yang paling besar daripada variabel lain.

Ada dua uji reliabilitas yang harus dilakukan dalam analisis faktor yakni: Uji cronbach alpha, dengan nilai yang disarankan diatas 0,60 dan Uji composite reliability, dengan nilai yang disarankan diatas 0,60.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

Uji hipotesis

Pada tahap ini dilakukan uji hipotesis path coefficient dengan melihat nilai t-statistics path coefficient. Menurut Abdillah, dan Jogiyanto (2015:196) nilai yang disarankan setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai t-statistics di atas 1,96.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa profil responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

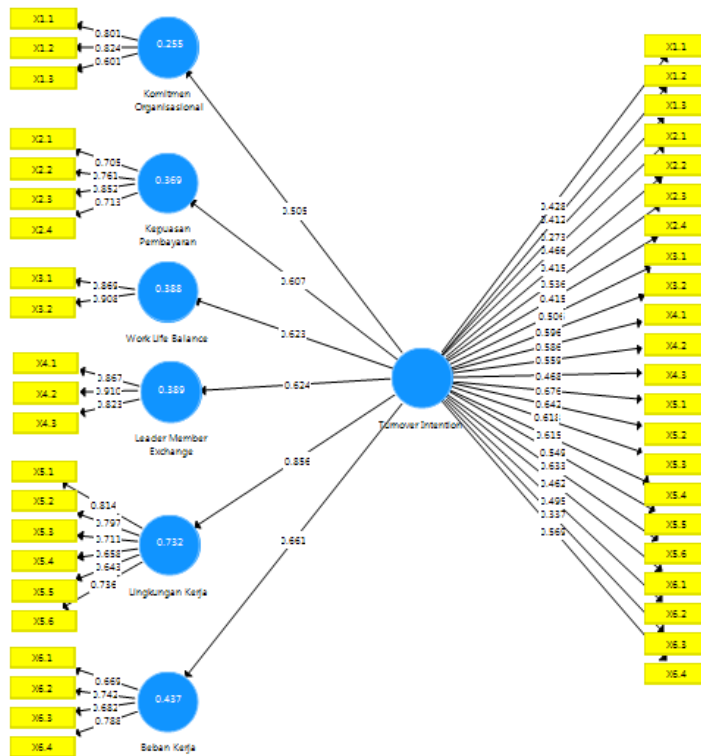
Tabel 2. Profil Responden

Variabel Demografis	Kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Pria	22	22%
	Wanita	78	78%
Umur	18 - 25 tahun	53	53%
	26 - 35 tahun	33	33%
	36 - 45 tahun	13	13%
	>45 tahun	1	1%
Tingkat Pendidikan	SD	3	3%
	SMP	14	14%
	SMA	33	33%
	SMK	50	50%
Pembagian Wilayah <i>Laundry</i> di Surabaya	Barat	37	37%
	Timur	27	27%
	Selatan	19	19%
	Utara	12	12%
	Pusat	5	5%

Sumber: *Data diolah (2020)*

Berdasarkan data Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah wanita berusia 18 - 25 tahun, yang memiliki tingkat pendidikan SMK. Adapun penyebaran kuesioner dilakukan secara merata di wilayah Surabaya berdasarkan proporsional luas wilayah di Surabaya Barat, Timur, Pusat, Utara, dan Selatan dengan masing-masing presentase yang telah disajikan pada tabel tersebut.

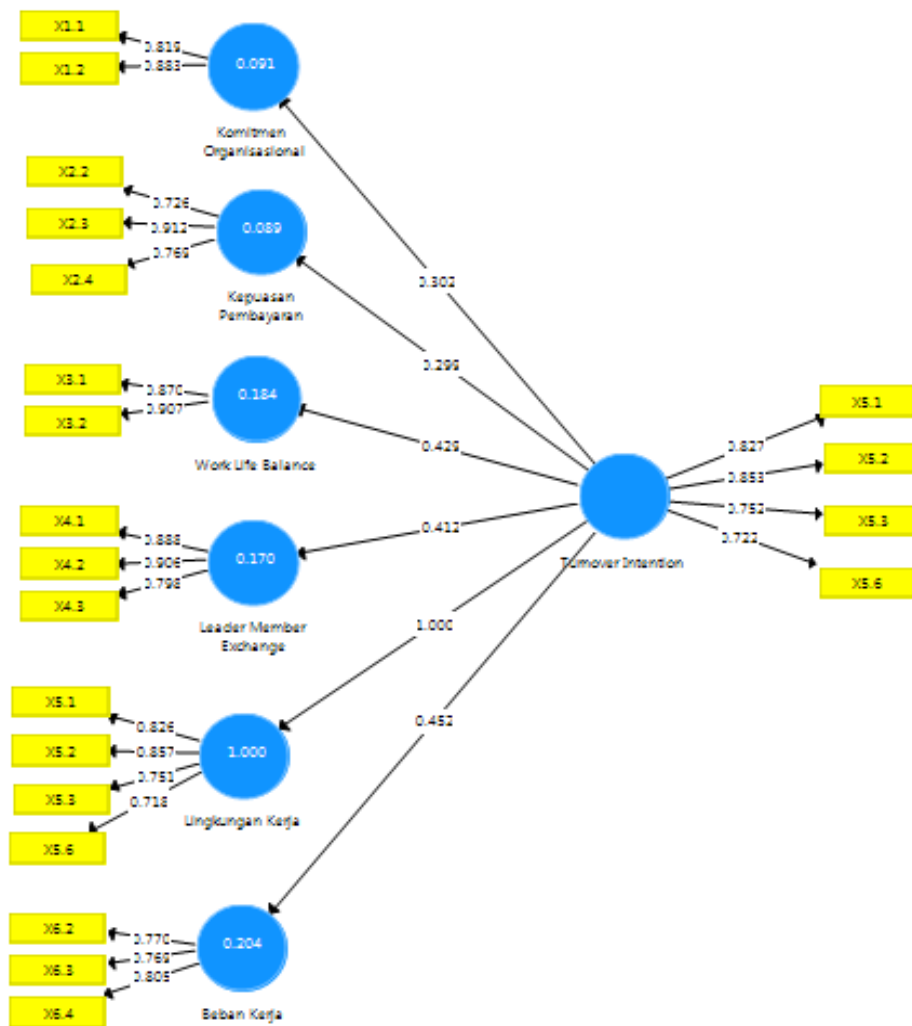
Evaluasi Perubahan Model



Sumber: Data diolah (2020)

Gambar 1. Model Awal

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa model awal penelitian memiliki enam variabel dengan detail X1 memiliki tiga indikator, X2 memiliki empat indikator, X3 memiliki dua indikator, X4 memiliki tiga indikator, X5 memiliki enam indikator dan X6 memiliki empat indikator. Uji tahap pertama yang harus dilakukan yaitu uji loading factor dengan nilai minimal 0,70 untuk setiap indikator. Setelah peneliti melakukan uji loading factor maka didapatkan model terbaru.



Sumber: Data diolah (2020)

Gambar 2. Model terbaru

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:196) nilai yang disarankan setiap indikator dalam pengujian validitas loading factor nilai yang disarankan harus diatas 0,70. Pada pengujian validitas konvergen loading factor yang pertama, ditemukan beberapa indikator yang memiliki nilai dibawah 0,70, yaitu X1.3, X5.4, X5.5, X6.1, dan X6.3. Beberapa indikator variabel Y juga dihilangkan karena memiliki nilai dibawah 0,70, hingga hanya tersisa indikator X5.1; X5.2; X5.3; dan X5.6. Setelah dilakukan uji ulang, maka ditemukan bahwa ada indikator lain yang nilainya dibawah standar, yaitu X2.1, sedangkan X6.3 menjadi memiliki nilai 0,716 yang berarti indikator tersebut memenuhi standard dan dapat digunakan. Pada pengujian validitas konvergen loading factor yang terakhir, seluruh

indikator telah memenuhi nilai yang disarankan yaitu diatas 0,70. Artinya, seluruh indikator dapat dikatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan *Cross Loading*

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015:196) nilai yang disarankan untuk setiap indikator dalam pengujian diskriminan *cross loading* harus diatas 0,70 dan harus memiliki nilai yang paling besar pada variabel yang berkesesuaian. Berdasarkan hasil uji *cross loading* yang sudah dilakukan, diketahui bahwa seluruh indikator memiliki nilai di atas 0,70 dan memiliki nilai yang paling besar pada variabel yang berkesesuaian. Artinya, seluruh indikator dapat dikatakan valid.

Tabel 3. Output Uji Diskriminan *Cross Loading*

Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1.1	0,819	0,218	0,128	0,294	0,230	0,184	0,230
X1.2	0,883	0,232	0,144	0,298	0,281	0,274	0,281
X2.2	0,135	0,726	0,250	0,290	0,126	0,011	0,126
X2.3	0,200	0,912	0,343	0,173	0,327	0,124	0,327
X2.4	0,307	0,770	0,160	0,164	0,198	0,142	0,199
X3.1	0,067	0,377	0,870	0,188	0,348	0,125	0,349
X3.2	0,208	0,212	0,907	0,291	0,409	0,279	0,409
X4.1	0,186	0,268	0,257	0,888	0,424	0,304	0,424
X4.2	0,218	0,180	0,212	0,906	0,354	0,278	0,354
X4.3	0,158	0,123	0,245	0,798	0,260	0,174	0,259
X5.1	0,277	0,171	0,362	0,355	0,826	0,416	0,824
X5.2	0,272	0,253	0,323	0,344	0,858	0,311	0,855
X5.3	0,174	0,381	0,246	0,318	0,752	0,363	0,753
X5.6	0,338	0,141	0,427	0,281	0,718	0,338	0,721
X6.2	0,286	0,143	0,102	0,334	0,349	0,770	0,350
X6.3	0,228	0,002	0,077	0,055	0,309	0,769	0,309
X6.4	0,138	0,145	0,339	0,378	0,391	0,805	0,391
Y1.1	0,277	0,171	0,362	0,355	0,826	0,416	0,824
Y1.2	0,272	0,253	0,323	0,344	0,858	0,311	0,855
Y1.3	0,174	0,381	0,246	0,318	0,752	0,363	0,753
Y1.6	0,338	0,141	0,427	0,281	0,718	0,338	0,721

Sumber: Data Diolah (2020)

Uji Validitas AVE, Reliabilitas Cronbach Alpha & Composite Reliability

Menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015) nilai yang disarankan setiap variabel dalam pengujian *cronbach alpha* nilai yang disarankan harus diatas 0,60. Nilai yang disarankan setiap variabel dalam pengujian *composite reliability* nilai yang disarankan harus diatas 0,70. Sedangkan, nilai yang disarankan setiap variabel dalam pengujian validitas AVE nilai yang disarankan harus diatas 0,50. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai di atas nilai yang telah disarankan dari masing-masing pegujian. Artinya, seluruh variabel dapat dikatakan diterima.

Tabel 4 Output Uji Validitas AVE

Variabel	Nilai	Keterangan
Komitmen Organisasional	0,725	Diterima
Kepuasan Pembayaran	0,650	Diterima
<i>Work Life Balance</i>	0,790	Diterima
<i>Leader Member Exchange</i>	0,749	Diterima
Lingkungan Kerja	0,625	Diterima
<i>Turnover Intention</i> Karyawan	0,625	Diterima
Beban Kerja	0,611	Diterima

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 5. Output uji reliabilitas composite reliability dan Cronbach Alpha

Variabel	Nilai Cronbach alpha	Nilai Composite Reliability	Keterangan
Komitmen Organisasional	0,624	0,840	Diterima
Kepuasan Pembayaran	0,748	0,847	Diterima
<i>Work Life Balance</i>	0,735	0,882	Diterima
<i>Leader Member Exchange</i>	0,836	0,899	Diterima
Lingkungan Kerja	0,797	0,869	Diterima
<i>Turnover Intention</i>	0,797	0,869	Diterima
Beban Kerja	0,684	0,825	Diterima

Sumber: Data diolah (2020)

R-Square (R^2) & Path Coefficient

Abdillah dan Jogiyanto (2015:197) mengatakan bahwa semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik penelitian tersebut, yang berarti bahwa perubahan variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel eksogen dengan baik. Abdillah dan Jogiyanto (2015:196) juga mengemukakan bahwa nilai yang disarankan setiap variabel dalam pengujian *path coefficient* dengan melihat nilai *t-statistics* yang disarankan harus diatas 1,96. Berikut adalah tabel hasil *output* uji R-Square & uji *path coefficient* :

Tabel 6. Output Uji R-Square & Path Coefficient

Variabel	Nilai R-Square	Keterangan	Nilai T-Statistics	Keterangan
Komitmen Organisasional	0,204	Variabel komitmen organisasional merefleksikan <i>turnover intention</i> sebesar 20,4%.	3,025	Diterima
Kepuasan Pembayaran	0,089	Variabel kepuasan pembayaran merefleksikan <i>turnover intention</i> sebesar 8,9%.	3,520	Diterima
<i>Work Life Balance</i>	0,091	Variabel <i>work life balance</i> merefleksikan <i>turnover intention</i> sebesar 9,1%.	4,861	Diterima
<i>Leader Member Exchange</i>	0,170	Variabel <i>leader member exchange</i> merefleksikan	4,426	Diterima

Variabel	Nilai R-Square	Keterangan	Nilai T-Statistics	Keterangan
Lingkungan Kerja	1,000	<i>turnover intention</i> sebesar 17%. Variabel lingkungan kerja merefleksikan <i>turnover intention</i> sebesar 100%.	6,729	Diterima
Beban Kerja	0,184	Variabel beban kerja merefleksikan <i>turnover intention</i> sebesar 18,4%.	5,437	Diterima

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan data pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai di atas 1,96. Adapun variabel pembentuk *turnover intention* adalah variabel komitmen organisasional (X1), kepuasan pembayaran (X2), work life balance (X3), leader member exchange (X4), lingkungan kerja (X5), dan beban kerja (X6). Sedangkan, variabel dengan nilai R-Square tertinggi yaitu variabel lingkungan kerja.

PEMBAHASAN

Komitmen Organisasional

Penelitian ini menemukan bahwa variabel komitmen organisasional merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karena memiliki nilai *t-statistics* di atas 1,96, yakni 3,025. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meydiana *et al.* (2018), Luz *et al.* (2016), Santoso *et al.* (2018), Monica dan Putra (2017), Firdaus *et al.* (2017), dan Liang Li *et al.* (2017). Dalam penelitian ini, terdapat urutan indikator yang membentuk komitmen organisasional, yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah dari masing-masing nilai dilihat dari nilai *loading factor* yaitu komitmen normatif (X1.2) sebesar 0,883; dan komitmen afektif (X1.1) sebesar 0,819. Menurut Monica dan Putra (2017) dan Firdaus *et al.* (2017) menyatakan bahwa komitmen organisasional diprediksi berpengaruh negatif terhadap *turnover intention*. Semakin tingginya komitmen organisasional maka semakin rendah *turnover intention*.

Kepuasan Pembayaran

Menurut Heneman dan Schwab (1988, dalam Meydiana *et al.*, 2018), kepuasan pembayaran merupakan kepuasan karyawan yang terdiri atas beberapa aspek antara lain tingkat gaji, struktur gaji, peningkatan gaji, dan tunjangan. Pada penelitian ini indikator tingkat gaji (X2.1) tereliminasi karena tidak memenuhi nilai minimal yang disarankan pada uji *loading factor*. Variabel kepuasan pembayaran merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karena memiliki nilai *t-statistics* di atas 1,96, yakni 3,520. Hasil penelitian

ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meydiana *et al.* (2018), yang menyatakan bahwa kurangnya kepuasan pembayaran dapat membentuk *turnover intention* karyawan. Dalam penelitian ini, terdapat urutan indikator yang membentuk kepuasan pembayaran, yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah dari masing-masing nilai dilihat dari nilai *loading factor* yaitu peningkatan gaji (X2.3) sebesar 0,912; tunjangan (X2.4) sebesar 0,769; dan struktur gaji (X2.2) sebesar 0,726.

Work Life Balance

Variabel *work life balance* merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karena memiliki nilai *t-statistics* diatas 1,96, yakni 4,861. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meydiana *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa apabila seorang karyawan tidak mampu menyeimbangkan antara masalah pribadinya dengan masalah pekerjaan maka karyawan akan memilih untuk meninggalkan pekerjaannya dan mencari pekerjaan lain. Dalam penelitian ini, terdapat urutan indikator yang membentuk *work life balance*, yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah dari masing-masing nilai dilihat dari nilai *loading factor* yaitu *personal life interference with work* (X3.2) sebesar 0,907 dan *work interference with personal life* (X3.1) sebesar 0,870.

Leader Member Exchange

Variabel *leader member exchange* (LMX) merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karena memiliki nilai *t-statistics* diatas 1,96, yakni 4,426. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meydiana *et al.* (2018) dan Liang Li *et al.* (2017). Dalam penelitian ini, terdapat urutan indikator yang membentuk *leader member exchange* (LMX), yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah dari masing-masing nilai dilihat dari nilai *loading factor* yaitu *trust* (X4.2) sebesar 0,906; *respect* (X4.1) sebesar 0,888; dan *obligation* (X4.3) sebesar 0,798. Penelitian Chrynyak-Hai dan Tziner (2014, dalam Ksama dan Wibawa, 2016), juga menemukan bahwa LMX berhubungan positif terhadap perilaku karyawan. Hal ini mengindikasikan bahwa, LMX yang baik dapat membuat pencapaian target kerja lebih mudah, meningkatkan kinerja, serta menurunkan tingkat *turnover intention*.

Lingkungan Kerja

Variabel lingkungan kerja merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karena memiliki nilai *t-statistics* diatas 1,96, yakni 6,729. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Firdaus *et al.* (2017). Variabel lingkungan kerja

ditemukan sebagai variabel yang paling dominan dalam membentuk *turnover intention*. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai *t-statistics* variabel lingkungan kerja yang lebih besar dari variabel lain dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, terdapat urutan indikator yang membentuk lingkungan kerja, yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah dari masing-masing nilai dilihat dari nilai *loading factor* yaitu kebersihan (X5.2) sebesar 0,857; penerangan (X5.1) sebesar 0,826; sirkulasi udara (X5.3) sebesar 0,751; dan kebisingan (X5.6) sebesar 0,718.

Beban Kerja

Variabel beban kerja merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karena memiliki nilai *t-statistics* diatas 1,96, yakni 5,437. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rolos *et al.* (2018). Menurut Warr (2002, dalam Rolos *et al.* 2018) menyatakan bahwa salah satu penyebab menurunnya performa dari beban kerja adalah keharusan seorang karyawan dalam mengambil dua atau lebih pekerjaan yang harus diselesaikan secara bersamaan. Semakin banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan dalam waktu bersamaan tentu akan semakin menurunkan kinerja karyawan sehingga mampu berdampak pada niat berpindah karyawan. Dalam penelitian ini, terdapat urutan indikator yang membentuk beban kerja, yang diurutkan berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah dari masing-masing nilai dilihat dari nilai *loading factor* yaitu standar kerja (X6.4) sebesar 0,805; kondisi pekerjaan (X6.2) sebesar 0,770; dan penggunaan waktu (X6.3) sebesar 0,769.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Membentuk *Turnover Intention* Karyawan pada Perusahaan *Laundry* di Surabaya”, dapat disimpulkan bahwa variabel komitmen organisasional, kepuasan pemabayaran, *work life balance*, *leader member exchange*, lingkungan kerja, dan beban kerja merupakan variabel yang membentuk *turnover intention* karyawan pada perusahaan *laundry* di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. M. (2015). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM), dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Agustina, L. (2008). Pengaruh Work-Family Conflict Terhadap Job Satisfaction dan Turnover Intention Pada Profesi Akuntan Publik, *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol. 7, No. 2, pp. 100-116.

- Andriyani. (2018). Analisis Pengaruh Stres Kerja, Work Support, dan Kepuasan gaji Terhadap Turnover Intention Perawat (Studi Pada RSUD Nirmala, Purbalingga), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, No. 4, pp. 1-14.
- BPS. (2016, Januari 21). Luas Wilayah Kota Surabaya Tahun 2015 Berdasarkan Kecamatan. Retrieved on October 25, 2019 from <https://surabayakota.bps.go.id/statictable/2016/01/21/499/luas-wilayah-kota-surabaya-tahun-2015-berdasarkan-kecamatan.html>
- BPS. (2019, Agustus 5). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2019. Retrieved on September 8, 2019 from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/08/05/1621/ekonomi-indonesiatriwulan-ii-2019-tumbuh-5-05-persen.html>
- Bungin, H. M. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Firdaus, S., Widiana, M. E., & Fattah, A. (2017). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja, dan Komitmen Organisasi Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT. Supranusa Indogita Tbk. Sidoarjo, *Jurnal Manajemen Branchmark*, Vol. 3, No. 3, pp. 733-745.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit – Undip.
- Greenhaus, J. H., Collins, K. M., & Shaw, J. D. (2003). The Relation Between Work-Family Balance and Quality of Life, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 6, No. 63, pp. 510-531.
- Hafid, M., & Prasetyo, A. P. (2017). Pengaruh Work Life Balance Terhadap Turnover Intention (Studi Pada Karyawan Divisi Food & Beverage Hotel Indonesia Kempinski Jakarta), *Journal of Management*, Vol. 7, No. 1, pp. 52-61.
- Halimah, T. N., Fathoni, A., & Minarsih, M. (2016). Pengaruh Job Insecurity, Kepuasan Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Intention Pramuniaga di Gelael Supermarket (Studi Kasus Pada Gelael Superindo Kota Semarang), *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2, pp. 1-16.
- Irvianti, L. S., & Verina, R. E. (2015). Analisis Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja, dan Lingkungan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT. XL AXIATA Tbk Jakarta, *Binus Business Review*, Vol.6, No. 1, pp. 117-126.
- Jafri, M. H. (2010). Organizational Commitment and Employees Innovative Behavior, *Journal of Management Research*, Vol. 10, No. 1, pp. 62-68.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2019, Mei). Outlook Perekonomian Indonesia 2019. Retrieved on October 27, 2019 from <https://ekon.go.id/ekliping/download/4901/3424/buku-outlook-perekonomian-indonesia-2019-mei-.pdf>
- Kharismawati, D. A., & Dewi, I. G. (2016). Pengaruh Komitmen Organisasional, Dukungan Sosial, dan Iklim Etika Terhadap Turnover Intention, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, NO. 2, pp. 1368-1398.
- Ksama, I. B., & Wibawa, I. M. (2016). Pengaruh Leader Member Exchange, Role Stress, dan Perceived Organizational Support Terhadap Turnover Intention, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 10, pp. 6174-6200.
- Kumar, R., Ramendran, C., & Yacob, P. (2012). A Study on Turnover Intention in Fast Food Industry: Employees' Fit to the Organizational Culture and the Important of their Commitment, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 2, No. 5, pp. 9-42.
- Li, L. (2017). Leader Member Exchange, Sales Performance, Job Satisfaction, and Organizational Commitment Affect Turnover Intention 1909, *Social Behavior and Personality An International Journal*, Vol. 46, No. 11, pp. 1909-1922.

- Loewenthal., & Miriam, K. (2001). *An Introduction to Psychological Test and Scales*. USA: Taylor & Francis Inc.
- Luz, M. C., Paula, L. S., & Oliveira, M. L. (2016). Organizational Commitment, Job Satisfaction and Their Possible Influences on Intent to Turnover, *The International Journal of Emerald Insight*, Vol. 25, No. 1, pp. 84-101.
- Meydiana, E., Prasetya, A., & Sulisty, C. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Turnover Intention Pada Karyawan Generasi X dan Generasi Y (Studi pada Karyawan PT ABC Sidoarjo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 61, No. 3, pp. 116-124.
- Monica, J. T., & Putra, S. M. (2017). Pengaruh Stres Kerja, Komitmen Organisasional, dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3, pp. 1644-1673.
- Noviyanti, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, Vol. 1 No. 2, pp. 21-32.
- Pranowo, R. S. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja, dan Kompensasi Terhadap Turnover Intention Karyawan Dengan Lama Kerja Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada CV. Sukses Sejati Computama), *Jurnal Profita*, Vol. 4, No. 2, pp-1-11.
- Quershi, M. I., Jamil, R., Iftikhar, M., Arif, S., Lodhi, S., Naseem, I., & Zaman, K. (2012). Job Stres, Workload, Environment and Employees Turnover Intentions: Destiny of Choice, *Jurnal of Management Info*, Vol. 65, No. 8, pp. 230-241.
- Riani, N. L. T., & Putra, M. S. (2017). Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja, dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Turnover Intention Karyawan, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.6, No. 11, pp. 5970-5998.
- Rolos, J. K. R., Sambul, S. A. P., & Rumawas, W. (2018). Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Manado Kota, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 4, pp. 19-27.
- Santoso, A. L., Sitompul, A. A., & Budiarmanto, A. (2018). Burnout, Organizational Commitment and Turnover Intention, *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, Vol. 13, No. 1, pp. 62-69.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2015). *Structure Equation Modelling: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suifan, T. S., Abdallah, A. B., & Diab, H. (2016). The Influence of Work Life Balance on Turnover Intention in Private Hospitals: The Mediating Role of Work Life Conflict, *European Journal of Business and Management*, Vol. 8, No.20, pp. 126-139.
- Susilawati, T. E. (2018). Pengaruh Komitmen Afektif, Kontinuan, dan Normatif Pada Intensi Keluar, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 2, pp. 154-170.
- Tnay, E., Othman, A. E., Siong, H. C., & Lim, S. L. (2013). The influences of job satisfaction and organizational commitment on turnover intention, *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 11, No. 5, pp. 201-208.
- Trapero, F. A., Villa-Castano, L. E., Parra, J. C. V., & Garcia, J. D. la G. (2017). Differences on self-perception of organizational pride and loyalty in Millennial & Generation X , considering gender and seniority variables, *BEH: Business and Economic Horizons*, Vol. 13, No. 2, pp. 270-286.
- Wibisono, P. S. H. (2017). Bagaimana Turnover Intention Generasi Millennial dan Non-Millennial Dipengaruhi Meaning of Work dan Job Satisfaction (Studi Pada Bagian Administrasi PTS A, Jakarta), *Jurnal Manajemen*, Vol. 14, No. 2, pp.152-169.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.

ANALISIS KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN OTOMOTIF SEBAGAI DAMPAK PANDEMI COVID-19 : PENERAPAN MODEL ALTMAN Z- SCORE

Sintikhe Mega Treisya³

Apriani Dorkas Rambu Atahau

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study seeks to measure the potential bankruptcy of PT Astra International Tbk before and during the Covid-19 pandemic, using the Altman Z-Score. The financial data of PT Astra International Tbk 2020 was downloaded through the website of the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the first quarter of 2018 to the third quarter of 2020. The level of company health fluctuates, seen from the value of deltas between periods that increased and decreased. Overall, for the period before and during the Covid-19 pandemic, PT Astra International Tbk was in good health. The results showed that the Z value is greater than 2,60 with a cut off benchmark, so the company is in the healthy category. Thus the Covid-19 pandemic has no effect on the potential bankruptcy of PT Astra International Tbk, so that investors do not have to worry about making investment decisions after the Covid-19 pandemic.

Keywords: Covid-19, Altman Z-Score, Bankruptcy, PT Astra International Tbk

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur potensi kebangkrutan PT Astra International Tbk pada masa sebelum dan saat pandemi Covid-19 yaitu dengan menggunakan Altman Z-Score. Data keuangan PT Astra International Tbk 2020 diunduh melalui situs website Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020. Tingkat kesehatan perusahaan fluktuatif terlihat dari nilai delta antar periode yang meningkat dan menurun. Secara keseluruhan, selama periode sebelum dan saat pandemi Covid-19, PT Astra International Tbk dalam keadaan sehat. Hasil penelitian menunjukkan nilai Z lebih besar dari 2,60 dengan patokan cut off, maka perusahaan dalam keadaan sehat. Dengan demikian pandemi Covid-19 tidak berpengaruh terhadap potensi kebangkrutan PT Astra International Tbk, sehingga para investor tidak perlu khawatir dalam mengambil keputusan investasi pasca pandemi Covid-19.

Kata kunci: Covid-19, Altman Z-Score, Kebangkrutan, PT Astra International Tbk

³212017051@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Industri otomotif merupakan salah satu penyumbang peluang lapangan pekerjaan yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (Qisthi, Suhadak, dan Handayani, 2013). Menurut Suryani dan Handayani (2019), kinerja perindustrian otomotif Indonesia tergolong baik dan terus berkembang, terbukti dengan capaian investasi industri otomotif sebesar Rp 16,5 triliun dan berhasil menambah lima ribu lapangan pekerjaan sehingga tidak mengherankan apabila industri otomotif dan industri lainnya menjadi penyumbang PDB yang tergolong besar. Namun semenjak adanya pandemi *Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)* pada awal tahun 2020 mengakibatkan perubahan di semua sektor yang berdampak negatif bagi perekonomian suatu negara dan industri. Kebijakan dalam penerapan *social and physical distancing* sebagai upaya pemutusan rantai penyebaran virus menuntut masyarakat untuk bekerja dari rumah. Situasi ini salah satunya mempengaruhi kinerja sektor transportasi, dimana mobilitas menjadi terhenti sehingga berdampak pada industri otomotif yang membuat turunnya permintaan dan mengakibatkan penurunan profit perusahaan. Akibat kondisi yang terjadi pada saat ini membuat sektor industri dan perusahaan otomotif dapat mengalami kondisi *financial distress* dan kemungkinan rawan berujung kebangkrutan (Widiastuti, 2017). *Financial distress* merupakan terjadinya tahap penurunan pada kondisi keuangan perusahaan yang terjadi sebelum menuju likuiditas atau kebangkrutan (Platt dan Platt, 2002).

Berkaitan dengan kondisi seperti saat ini, maka perlu adanya indikator dalam melihat kinerja perusahaan dan tingkat kesehatan guna memprediksi ada atau tidaknya potensi kebangkrutan (Adnan dan Arisudhana, 2012). Indikator untuk melihat tingkat efektifitas kinerja perusahaan yaitu dengan menggunakan rasio keuangan (Fadly, 2015). Seperti pada hasil penelitian Christiano, Tommy, dan Saerang (2014); Prabowo dan Sutanto (2019) bahwa analisis kesehatan bagi perusahaan sangatlah perlu untuk dilakukan, hal ini penting artinya guna meningkatkan efisiensi operasional sehingga mampu untuk meningkatkan potensi laba dan menghindari ketika ada potensi kebangkrutan (Zakkiyah dan Wijono, 2014). Informasi mengenai tingkat kebangkrutan atau analisis kesehatan keuangan sangat penting dilakukan pada suatu perusahaan, berbagai metode analisis yang digunakan untuk melihat tingkat kesehatan perusahaan ada banyak seperti model analisis *Altman*, *Zmijewski*, *Springate*, *Foster dan Grover*, namun dalam penelitian ini cukup menggunakan analisis metode *Altman Z-Score*. Hal tersebut dikarenakan metode ini dapat

menunjukkan tingkat keakuratannya yang cukup tepat pada analisis kesehatan perusahaan atau skala kebangkrutan yang dapat digunakan untuk perusahaan yang sehat maupun yang tidak sehat sekalipun (Widiastuti, 2017).

Terdapat beberapa penelitian yang menganalisis tingkat kebangkrutan atau analisis kesehatan keuangan perusahaan dengan menggunakan metode *Altman Z-Score*, misalnya Zakkiyah dan Wijono (2014) meneliti potensi kebangkrutan pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), ditemukan adanya hasil yang berbeda di setiap perusahaan pada kurun tahun yang berbeda dimana ada yang dalam kondisi sehat maupun rawan. Kemudian penelitian Adnan dan Arisudhana (2012) pada industri properti, menemukan analisis tingkat kesehatan kebangkrutan di tahun 2006 dengan metode *Altman Z-Score* sedang dalam posisi *grey area*. Serta pada perusahaan di sektor manufaktur mendapatkan hasil prediksi kebangkrutan pada metode *Altman Z-Score* masing-masing yaitu kategori *grey area* sebesar 66,67 persen, kategori kebangkrutan sebesar 25 persen serta kategori tidak bangkrut sebesar 8,33 persen (Widiastuti, 2017). Selain itu penelitian pada sektor pariwisata yaitu PT Pembangunan Ancol Tbk oleh Intansari et al. (2020) pada saat sebelum dan saat pandemi *Covid-19* yaitu dalam periode triwulan satu tahun 2018 hingga triwulan satu tahun 2020, menunjukkan hasil bahwa pada saat sebelum *Covid-19* perusahaan dalam keadaan sehat namun berbalik saat triwulan satu tahun 2020 (selama pandemi *Covid-19*) yang berada dalam kategori tidak sehat. Selain pariwisata ada juga sektor perhotelan oleh Yulianto (2014) yang menemukan bahwa PT Hotel Mandarine *Regency* Tbk selama tahun 2007 hingga tahun 2011 menunjukkan rata-rata perusahaan dalam kondisi waspada. Adapun penelitian mengenai sektor otomotif oleh Suryani dan Handayani (2019); Oktavia, Iskandar, dan Utomo (2018); Muhani dan Yuliantini (2019); Winarso dan Edisan (2019) menganalisis prediksi kebangkrutan pada industri otomotif yang tergabung di BEI dengan menggunakan model analisis *Altman Z-Score* dan menemukan ada yang berada dalam kondisi sehat hingga pada kondisi rawan.

Telah banyak penelitian mengenai analisis kebangkrutan pada perusahaan seperti penjelasan tersebut. Namun penelitian mengenai analisis kebangkrutan pada industri otomotif pada masa pandemi belum ditemukan saat penelitian ini dilakukan, untuk itu peneliti berkesempatan untuk melakukan penelitian ini. Perusahaan otomotif yang ingin diteliti yaitu PT Astra *International* Tbk yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode perusahaan ASII sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia. Tujuan yang ingin tercapai pada penelitian ini adalah mengukur tingkat kesehatan

keuangan terkait potensi kebangkrutan salah satu industri otomotif di Indonesia pada masa sebelum dan saat pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan keputusan sebagai upaya peningkatan laba dan sebagai arahan dalam menentukan kebijakan bagi perusahaan kedepannya, serta sebagai bahan pertimbangan bagi para investor dalam hal berinvestasi.

TELAAH PUSTAKA

Analisis Laporan Keuangan

Salah satu hal penting yang dilakukan oleh setiap perusahaan adalah melakukan penyusunan laporan keuangan yang merupakan dari proses keuangan. Alasan mengapa penting untuk membuat laporan keuangan yaitu sebagai informasi bagi pihak eksternal maupun pihak manajemen yang terkait dalam perusahaan, sehingga pihak yang membutuhkan dapat melihat kondisi perusahaan melalui analisis laporan keuangannya. Dalam analisis laporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan, sebenarnya terdiri dari “analisis” yang berarti uraian suatu persoalan dan didalamnya menjelaskan hubungan yang terjadi antar bagian yang hasil akhirnya diperoleh suatu rangkaian pengertian secara menyeluruh, kemudian untuk “laporan keuangan” yang berarti penyajian terstruktur pada suatu entitas terhadap posisi keuangan serta kinerja keuangan (Maith, 2013).

Laporan keuangan memiliki peranan penting dalam menyajikan informasi guna menilai perkembangan perusahaan. Hasil dari analisis laporan keuangan dapat dipergunakan dalam melihat dan mengetahui kondisi kinerja suatu perusahaan yang kemudian dapat menjadi acuan untuk tujuan menganalisa kinerja perusahaan di masa yang akan datang (Qisthi et al., 2013). Metode yang dipergunakan dalam menganalisa laporan keuangan yaitu dengan menggunakan analisis rasio. Analisis rasio merupakan metode yang dipergunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan yang dapat dilihat dari rasio profitabilitas, rasio likuiditas dan rasio solvabilitas (Qisthi et al., 2013).

Kebangkrutan

Setiap perusahaan pasti akan diperhadapkan oleh berbagai kendala dan ujian, oleh sebab itu tidak heran apabila banyak perusahaan yang aktivitasnya tidak selalu berjalan sesuai rencana. Apabila hal ini tidak segera diperbaiki, maka kemungkinan perusahaan tersebut dapat mengalami penurunan hingga kebangkrutan (Oktavia et al., 2018). Kebangkrutan merupakan kondisi yang dialami oleh perusahaan saat mengalami ketidakcukupan dana untuk tetap meneruskan kegiatan usahanya. Semakin dini analisis

kebangkrutan, maka akan semakin baik juga dalam menangani kondisi perusahaan di masa yang akan datang (Widiastuti, 2017).

Analisis Kebangkrutan Model Altman Z-Score

Pada tahun 1968, seorang profesor bernama Edward I Altman dari *New York University* telah menjadi salah satu pelopor munculnya *Z-Score* sebagai prediksi kebangkrutan suatu perusahaan dan menjadi model paling populer dalam menganalisis kebangkrutan (Oktavia et al., 2018). *Multivariate formula* digunakan sebagai *rumusan Z-Score* untuk mengukur kesehatan keuangan atau tingkat kebangkrutan dalam jangka waktu tertentu. Dalam penggunaan model *Altman Z-Score* sebagai analisis kebangkrutan, maka analisis ini menggunakan model statistik analisis diskriminasi atau disebut juga sebagai metode *multiple discriminant analysis* (MDA).

Terdapat modifikasi model yang terjadi pada model Altman, hal ini ditujukan agar dapat meminimalisir adanya efek industri karena keberadaan variabel yaitu perputaran aset (X_5). Maka setelah terjadi modifikasi model yang lama, selanjutnya model ini dapat digunakan secara penuh untuk mengukur tingkat kebangkrutan pada semua perusahaan baik itu pada perusahaan manufaktur maupun perusahaan yang bergerak dibidang non manufaktur. Berikut rumusan model *Altman Z-Score* :

$$Z = 6,5X_1 + 3,26X_2 + 6,72X_3 + 1,05X_4$$

Variabel X_1 menunjukkan kemampuan yang dimiliki perusahaan ketika menghasilkan modal kerja bersih dari total aktiva, sedangkan variabel X_2 digunakan untuk melihat kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba ditahan dari total aset, kemudian variabel X_3 digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva sebelum pembayaran beban pajak dan bunga, serta variabel X_4 digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam hal permodalan guna menanggung semua beban hutang yang dimiliki perusahaan.

Dalam menentukan tingkat kesehatan suatu perusahaan dalam analisis kebangkrutan dapat dilihat oleh patokan *cut off* yang telah ditentukan model ini yaitu apabila $Z > 2,60$ (nilai Z lebih besar dari 2,60), maka perusahaan dikategorikan dalam keadaan sehat. Kemudian, apabila $Z < 1,10$ (nilai Z lebih kecil atau kurang dari 1,10), maka keadaan suatu perusahaan tersebut dikategorikan tidak sehat atau rawan akan terjadi kebangkrutan. Namun, ketika $1,10 < Z < 2,60$ (nilai Z lebih dari 1,10 dan kurang dari 2,60), maka sebuah perusahaan tersebut tidak dapat ditentukan apakah tergolong sehat atau sedang tidak sehat.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Musianto (2002), pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan pada usulan penelitian, hipotesis, proses, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data hingga penulisannya menggunakan kepastian numerik.

Teknik dan Sumber Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan PT Astra *International* Tbk yang menjadi objek pada penelitian ini dan diperoleh melalui *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 dimana waktu sebelum dan saat terjadi *Covid-19*. Menurut Suryani dan Handayani (2019), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari perusahaan yang telah diolah oleh pihak lain.

Teknik Analisis Data

Data yang digunakan untuk menganalisis model *Altman Z-Score* pada perusahaan PT Astra *International* Tbk yaitu dengan menggunakan program *Microsoft Excel*. Kemudian membandingkan skor atau nilai pada triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020. Berdasarkan hasil skor atau nilai yang diperoleh, selanjutnya menentukan kategori kesehatan keuangan perusahaan berdasarkan nilai *cut off Altman Z-Score* pada Tabel 1. Untuk menguji analisis kebangkrutan pada industri otomotif sebagai dampak pandemi *Covid-19*, maka digunakan penerapan model *Altman Z-Score* oleh Altman (1968) dengan persamaan matematis sebagai berikut :

$$Z = 6,5X_1 + 3,26X_2 + 6,72X_3 + 1,05X_4$$

Keterangan :

Z : *Score*

$$X_1 : \frac{\text{Net Working Capital}}{\text{Total Assets}}$$

$$X_2 : \frac{\text{Retained Earnings}}{\text{Total Assets}}$$

$$X_3 : \frac{\text{Earnings before Interest and Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

$$X_4 : \frac{\text{Market Value of Equity}}{\text{Book Value of Total Liabilities}}$$

Tabel 1. Nilai Cut Off Z-Score

Nilai Cut Off	Prediksi
$Z > 2,60$	Sehat
$1,1 < Z < 2,60$	Grey Area
$Z < 1,1$	Tidak Sehat

Sumber: Altman (1968)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Variabel X_1 (Net Working Capital/Total Assets)

Dalam laporan keuangan perusahaan, variabel X_1 diperoleh melalui modal kerja bersih dibagi total aset, karena variabel ini menunjukkan kemampuan yang dimiliki perusahaan ketika menghasilkan modal kerja bersih dari total aktiva. Modal kerja dalam perusahaan didapat melalui perhitungan aktiva lancar dikurangi oleh kewajiban lancar. Berikut merupakan tabel hasil dari perhitungan variabel X_1 pada perusahaan PT Astra *International* Tbk pada triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020.

Tabel 2. Variabel X_1

Periode	X_1	Delta
Triwulan I Tahun 2018	0,109	-
Triwulan II Tahun 2018	-0,047	-0,156
Triwulan III Tahun 2018	0,080	0,127
Triwulan IV Tahun 2018	0,050	-0,030
Triwulan I Tahun 2019	0,072	0,022
Triwulan II Tahun 2019	0,069	-0,003
Triwulan III Tahun 2019	0,079	0,011
Triwulan IV Tahun 2019	0,083	0,003
Triwulan I Tahun 2020	0,098	0,016
Triwulan II Tahun 2020	0,128	0,030
Triwulan III Tahun 2020	0,140	0,012

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil olah data menunjukkan bahwa variabel X_1 pada PT Astra *International* Tbk selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 berfluktuatif. Hal ini dilihat dari kenaikan dan penurunan nilai delta, seperti hasil delta pada periode triwulan II tahun 2018, triwulan IV tahun 2018 dan triwulan II tahun 2019 menunjukkan hasil negatif atau dapat dikatakan mengalami penurunan. Apabila variabel X_1 menunjukkan hasil yang positif berarti perusahaan memiliki kelebihan aset untuk dapat menutupi kewajibannya.

Hal ini menunjukkan kemampuan yang dimiliki perusahaan ketika menghasilkan modal kerja bersih dari total aktiva. Sebaliknya, ketika variabel X_1 menunjukkan hasil negatif berarti perusahaan mempunyai kewajiban lancar (*current liabilities*) yang lebih besar dibandingkan aset lancar (*current assets*), sehingga mengakibatkan aset lancar yang dimiliki oleh perusahaan tidak cukup untuk menutup seluruh kewajiban perusahaan.

Pada hasil perhitungan periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020, PT Astra *International* Tbk kebanyakan menunjukkan hasil yang positif yang berarti perusahaan tersebut mampu menutupi kewajiban karena memiliki kelebihan aset selama periode ini walaupun berfluktuatif, kecuali pada periode triwulan II tahun 2018 yang menunjukkan hasil negatif karena perusahaan memiliki hutang atau kewajiban lancar yang lebih besar dibandingkan aktiva lancar sehingga hasil yang negatif menunjukkan modal kerja bersih dari total aktiva yang tidak mencukupi untuk membayar kewajiban perusahaan. Selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 perusahaan memiliki hasil X_1 tertinggi yaitu 0,140 atau 14% pada triwulan III tahun 2020 dan hasil terendah yaitu -0,047 atau -4,7% pada periode triwulan II tahun 2018.

Variabel X_2 (Retained Earnings/Total Assets)

Variabel X_2 dalam penelitian ini digunakan untuk melihat kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan laba ditahan (*retained earnings*) dari total aset. Laba ditahan adalah seluruh atau sebagian laba yang diperoleh perusahaan yang tidak dibagikan kepada para pemegang saham perusahaan sebagai dividen mereka, dengan kata lain laba ini digunakan untuk modal dalam perputaran operasional perusahaan yang berkelanjutan. Berikut merupakan tabel hasil dari perhitungan variabel X_2 pada perusahaan PT Astra *International* Tbk pada triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020.

Tabel 3. Variabel X_2

Periode	X_2	Delta
Triwulan I Tahun 2018	0,166	-
Triwulan II Tahun 2018	0,650	0,484
Triwulan III Tahun 2018	0,368	-0,282
Triwulan IV Tahun 2018	0,369	0,002
Triwulan I Tahun 2019	0,371	0,002
Triwulan II Tahun 2019	0,374	0,003
Triwulan III Tahun 2019	0,376	0,002
Triwulan IV Tahun 2019	0,398	0,022
Triwulan I Tahun 2020	0,396	-0,002
Triwulan II Tahun 2020	0,423	0,027
Triwulan III Tahun 2020	0,430	0,007

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil olah data menunjukkan bahwa variabel X_2 pada PT Astra *International* Tbk selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 berfluktuatif. Hal ini dilihat dari kenaikan dan penurunan nilai delta seperti hasil delta pada periode triwulan III tahun 2018 dan triwulan I tahun 2020 menunjukkan hasil negatif atau dapat dikatakan mengalami penurunan. Apabila X_2 menunjukkan hasil yang positif berarti menandakan perusahaan memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba ditahan yang baik sehingga mampu digunakan untuk modal investasi atau operasional lainnya, namun apabila hasilnya negatif maka akan sebaliknya.

Pada hasil perhitungan, periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 PT Astra *International* Tbk menunjukkan hasil yang positif yang berarti perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba ditahan dari total aset tergolong baik sehingga dapat digunakan untuk investasi maupun operasional perusahaan dengan cara tidak membagi laba dengan para pemegang saham ataupun pihak terkait lainnya. Selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 perusahaan memiliki hasil X_2 tertinggi yaitu 0,430 atau 43% pada triwulan III tahun 2020 dan hasil terendah yaitu 0,166 atau 16,6% pada periode triwulan I tahun 2018.

Variabel X_3 (Earning Before Interest and Taxes/Total Assets)

Variabel X_3 dalam penelitian ini digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva sebelum pembayaran beban pajak dan bunga. Ketika nilai X_3 semakin kecil maka menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum pajak dan bunga dari aktiva ini kecil hasilnya, sehingga apabila terjadi penurunan laba dapat mengakibatkan profitabilitas perusahaan terhadap kondisi *financial distress* akan semakin tinggi. Berikut merupakan tabel hasil dari perhitungan variabel X_3 pada perusahaan PT Astra *International* Tbk pada triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020.

Tabel 4. Variabel X_3

Periode	X_3	Delta
Triwulan I Tahun 2018	0,026	-
Triwulan II Tahun 2018	0,104	0,078
Triwulan III Tahun 2018	0,082	-0,023
Triwulan IV Tahun 2018	0,102	0,020
Triwulan I Tahun 2019	0,023	-0,078
Triwulan II Tahun 2019	0,045	0,022
Triwulan III Tahun 2019	0,070	0,025
Triwulan IV Tahun 2019	0,097	0,027
Triwulan I Tahun 2020	0,020	-0,077

Triwulan II Tahun 2020	0,044	0,024
Triwulan III Tahun 2020	0,055	0,012

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil olah data menunjukkan bahwa variabel X_3 pada PT Astra *International* Tbk selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 berfluktuatif. Hal ini dilihat dari kenaikan dan penurunan nilai delta seperti hasil delta pada periode triwulan III tahun 2018, triwulan I tahun 2019 dan triwulan I tahun 2020 menunjukkan hasil negatif atau dapat dikatakan mengalami penurunan. Apabila variabel X_3 menunjukkan hasil yang positif berarti perusahaan memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dari total aktiva atau aset yang dimiliki, sehingga hal ini menandakan kondisi yang baik bagi perusahaan. Namun apabila hasilnya negatif maka akan sebaliknya karena perusahaan mengalami kerugian dan total aset yang dimiliki oleh perusahaan dirasa tidak dapat menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya.

Pada hasil perhitungan, periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 PT Astra *International* Tbk menunjukkan hasil yang positif yang berarti perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dari total aset perusahaan, sehingga kondisi ini menunjukkan perusahaan dalam kondisi yang baik. Selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 perusahaan memiliki hasil X_3 tertinggi yaitu 0,102 atau 10,2% pada triwulan IV tahun 2018 dan hasil terendah yaitu 0,020 atau 2% pada periode triwulan I tahun 2020.

Variabel X_4 (Market Value of Equity/Book Value of Total Liabilities)

Variabel X_4 dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam hal permodalan untuk menanggung semua beban hutang yang dimiliki perusahaan. *Market Value of Equity* (nilai pasar ekuitas) diperoleh melalui perhitungan harga saham dikali dengan jumlah lembar saham yang beredar. Sedangkan untuk rumus *Book Value of Total Liabilities* (nilai total hutang) diperoleh dari perhitungan liabilitas jangka pendek ditambah liabilitas jangka panjang atau dengan kata lain total liabilitas perusahaan. Berikut merupakan tabel hasil dari perhitungan variabel X_4 pada perusahaan PT Astra *International* Tbk pada triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020.

Tabel 5. Variabel X_4

Periode	X_4	Delta
Triwulan I Tahun 2018	2,065	-
Triwulan II Tahun 2018	12,126	10,061
Triwulan III Tahun 2018	1,799	-10,327
Triwulan IV Tahun 2018	1,955	0,156

Periode	X ₄	Delta
Triwulan I Tahun 2019	1,680	-0,275
Triwulan II Tahun 2019	1,740	0,060
Triwulan III Tahun 2019	2,300	0,560
Triwulan IV Tahun 2019	1,697	-0,603
Triwulan I Tahun 2020	0,924	-0,773
Triwulan II Tahun 2020	1,278	0,354
Triwulan III Tahun 2020	1,235	-0,044

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil olah data menunjukkan bahwa variabel X₄ pada PT Astra *International* Tbk selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 berfluktuatif. Hal ini dilihat dari kenaikan dan penurunan nilai delta seperti hasil delta pada periode triwulan III tahun 2018, triwulan I tahun 2019, triwulan IV tahun 2019, triwulan I tahun 2020 dan triwulan III tahun 2020 menunjukkan hasil negatif atau dapat dikatakan mengalami penurunan. Apabila variabel X₄ menunjukkan hasil yang positif berarti perusahaan memiliki kemampuan dalam membayar seluruh hutang atau kewajibannya dari nilai pasar ekuitas yang dimiliki. Namun apabila hasilnya negatif maka akan sebaliknya karena perusahaan lebih banyak menggunakan hutang dibandingkan dengan modal perusahaan sendiri.

Pada hasil perhitungan, periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 PT Astra *International* Tbk menunjukkan hasil yang positif yang berarti perusahaan tersebut mampu untuk membayar seluruh hutang atau kewajibannya dari nilai pasar ekuitasnya. Selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 perusahaan memiliki hasil X₄ tertinggi yaitu sebanyak 12,126 pada triwulan II tahun 2018 dan hasil terendah yaitu sebanyak 0,924 pada periode triwulan I tahun 2020.

PEMBAHASAN

Analisis Altman Z-Score

Tabel 6. Nilai Z-Score PT Astra *International* Tbk

Periode	6,56.X1	3,26.X2	6,72.X3	1,05.X4	Z-Score	Delta	Prediksi
Triwulan I Tahun 2018	0,715	0,541	0,175	2,168	3,599	-	Sehat
Triwulan II Tahun 2018	-0,308	2,119	0,699	12,732	15,242	11,643	Sehat
Triwulan III Tahun 2018	0,525	1,200	0,551	1,889	4,164	- 11,077	Sehat
Triwulan IV Tahun 2018	0,328	1,203	0,685	1,862	4,078	-0,086	Sehat
Triwulan I Tahun 2019	0,472	1,209	0,155	1,600	3,436	-0,642	Sehat

Periode	6,56.XI	3,26.X2	6,72.X3	1,05.X4	Z-Score	Delta	Prediksi
Triwulan II Tahun 2019	0,453	1,219	0,302	1,657	3,631	0,195	Sehat
Triwulan III Tahun 2019	0,518	1,226	0,470	2,190	4,405	0,773	Sehat
Triwulan IV Tahun 2019	0,544	1,297	0,652	1,616	4,110	-0,295	Sehat
Triwulan I Tahun 2020	0,643	1,291	0,134	0,880	2,948	-1,162	Sehat
Triwulan II Tahun 2020	0,840	1,379	0,296	1,217	3,731	0,783	Sehat
Triwulan III Tahun 2020	0,918	1,402	0,370	1,176	3,866	0,135	Sehat

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan maka dapat menunjukkan hasil bahwa PT Astra *International* Tbk selama periode triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 mempunyai kondisi keuangan yang baik meskipun berfluktuatif. Hal ini dilihat dari kenaikan dan penurunan nilai delta seperti hasil delta pada periode triwulan IV tahun 2018, triwulan I tahun 2019, triwulan IV tahun 2019 dan triwulan I tahun 2020 menunjukkan hasil negatif atau dapat dikatakan mengalami penurunan. Secara keseluruhan hasil perhitungan *Z-Score* menunjukkan nilai lebih dari 2,60 yang berarti perusahaan dalam keadaan yang sehat, hal ini sesuai dengan patokan nilai *cut off* pada Tabel 1. Secara khusus, pada periode triwulan II tahun 2018 (sebelum *Covid-19*), memiliki hasil nilai atau skor tertinggi yaitu sebesar 15,242. Hal tersebut dikarenakan pada periode ini total kewajiban atau liabilitas yang dimiliki perusahaan lebih kecil yaitu sebesar Rp 22.035.000.000.000 dan total aset yang paling rendah sebesar Rp 70.532.000.000. Sehingga nilai X_4 dalam periode ini menjadi lebih tinggi dibandingkan periode lainnya, karena perusahaan memiliki kemampuan dalam membayar seluruh hutang atau kewajibannya dari nilai pasar ekuitas yang dimiliki. Pada awal pandemi *Covid-19* yaitu pada periode triwulan I tahun 2020 sempat mengalami penurunan kinerja yang terlihat dari nilai *Z-Score* paling rendah yaitu sebesar 2,948. Hal ini dikarenakan dalam periode tersebut perusahaan hanya mampu menghasilkan laba sebelum pajak sebesar Rp 7.267.000.000, sehingga nilai X_3 periode tersebut juga rendah.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kesehatan keuangan terkait potensi kebangkrutan salah satu industri otomotif di Indonesia yaitu pada perusahaan PT Astra *International* Tbk pada masa sebelum dan saat pandemi *Covid-19* yaitu pada periode

triwulan I tahun 2018 hingga triwulan III tahun 2020 dengan menggunakan model *Altman Z-Score*. Dari perhitungan analisis *Altman Z-Score* tingkat kesehatan perusahaan fluktuatif, terlihat dari nilai delta antar periode yang meningkat dan menurun. Secara keseluruhan, selama periode sebelum dan saat pandemi *Covid-19* PT Astra *International Tbk* dalam keadaan sehat. Hasil penelitian menunjukkan nilai Z lebih besar dari 2,60 dengan patokan *cut off* maka perusahaan dalam kategori sehat. Terlihat nilai tertinggi *Z-Score* berada di periode triwulan II tahun 2018 yaitu sebesar 15,242 dan paling rendah pada periode triwulan I tahun 2020 yaitu sebesar 2,948 pada saat awal pandemi *Covid-19*, sehingga berdampak pada penurunan kinerja keuangan perusahaan. Namun pada periode triwulan II tahun 2020 sampai dengan triwulan III tahun 2020 perusahaan mampu memperbaiki kinerja dan dapat meningkat dari periode awal *Covid-19* sebagai hasil dari perbaikan evaluasi kinerja dalam menghadapi pandemi *Covid-19*. Dengan demikian *Covid-19* tidak berpengaruh terhadap potensi kebangkrutan PT Astra *International Tbk*.

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu dalam menganalisis hanya menggunakan satu model atau metode analisis yaitu metode analisis *Altman Z-Score*, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambahkan model analisis seperti *Zmijewski*, *Springate*, *Foster* dan *Grover* agar didapatkan hasil yang lebih banyak dari analisis lainnya. Penelitian ini hanya menggunakan satu objek penelitian yaitu PT Astra *International Tbk*, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memakai perusahaan lain pada industri sejenis atau industri lain yang terdampak *Covid-19* sebagai objek penelitian dan menambah jumlah sampel dengan menggunakan data laporan keuangan yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia agar dapat menggambarkan kondisi terkini.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini pihak perusahaan PT Astra *International Tbk* agar lebih meningkatkan kinerja dan mempertahankan kinerja perusahaan walaupun sudah terbukti pada saat sebelum dan saat terjadi pandemi *Covid-19* perusahaan tetap dalam keadaan sehat. Dengan demikian para investor tidak perlu khawatir dalam mengambil keputusan investasi pasca pandemi *Covid-19*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, H., & Arisudhana, D. (2012). Analisis Kebangkrutan Model *Altman Z-Score* Dan *Springate* Pada Perusahaan Industri Property. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 89–110. Retrieved from <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/akeu/article/view/362>
- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. *The Journal of Finance*, 23(4), 589–609. <https://doi.org/doi.org/10.2307/2978933>

- Christiano, M., Tommy, P., & Saerang, I. (2014). Analisis Terhadap Rasio-Rasio Keuangan Untuk Mengukur Profitabilitas Pada Bank-Bank Swasta Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4), 817–830. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i4.6490>
- Fadly, B. (2015). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bina Akuntansi IBBI*, 23(1), 1–7. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d8h3v>
- Intansari, D., Kristanti, F., Atahau, A. D. R., & Sakti, I. M. (2020). Analisis Kesehatan Keuangan PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk Menggunakan Model Analisis Altman Z-Score. *Jurnal Pamator*, 13(2), 206–212. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i2.8083>
- Maith, H. A. (2013). Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 619–628. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2130>
- Muhani, M., & Yuliantini, T. (2019). Analisis Kesehatan Keuangan Perusahaan Dengan Pendekatan Altman Z-Score (Studi Pada PT ABC Tahun 2014-2018). *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 15(2), 50–62. Retrieved from <http://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/750>
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif dengan Pendekatan Kualitatif dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 123–136. <https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.%20123-136>
- Oktavia, S. N., Iskandar, R., & Utomo, R. P. (2018). Analisis Altman Z-Score Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Akuntansi Mulawarman*, 3(4). <https://doi.org/10.29264/jiam.v3i4.3121>
- Platt, H., & Platt, M. B. (2002). Predicting Corporate Financial Distress: Reflections On Choice-Based Sample Bias. *Journal of Economics and Finance*, 26(2), 184–199. <https://doi.org/10.1007/BF02755985>
- Prabowo, R., & Sutanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Dan Likuiditas terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Otomotif Di Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.33059/JSEB.V10I1.1120>
- Qisthi, D., Suhadak, & Handayani, S. R. (2013). Analisis X-Score (Model Zmijewski) Untuk Memprediksi Gejala Kebangkrutan Perusahaan (Pada Industri Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar DI BEI Periode 2009-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 68–77. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/41>
- Suryani, A. I., & Handayani, R. (2019). Analisis Prediksi Kebangkrutan Pada Industri Otomotif. *Jurnal Development*, 7(2), 132–141. Retrieved from <http://182.253.67.62/index.php/JD/article/view/140>
- Widiastuti, A. M. (2017). Analisis Dengan Menggunakan Metode Altman Z-Score, Springate (S-Score) Dan Zmijewski Sebagai Signaling Kebangkrutan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2017. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(5), 85–93. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i5.4894>
- Winarso, E., & Edisan, T. C. J. A. (2019). Perbandingan Analisis Model Z "-Score Altman Modifikasi, Model X-Score Zmijewski, Model G-Score Grover, Dan Model S-Score Springate Untuk Menganalisis Ketepatan Prediksi Kebangkrutan. *Journal of Accounting, Finance, Taxation & Auditing*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.28932/jafta.v1i2.2451>
- Yulianto, A. (2014). Mengukur Kesehatan Keuangan Jasa Perhotelan Dengan Model Altman, Springate Dan Zmijewski. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 5(1), 21–32. <https://doi.org/10.31294/khi.v5i1.452>
- Zakkiyah, U. Z., & Wijono, T. (2014). Analisis Penggunaan Model Zmijewski (X-Score) Dan Altman (Z-Score) Untuk Memprediksi Potensi Kebangkrutan (Studi Pada Perusahaan Tekstil dan

Garmen Yang Terdaftar Di (BEI) Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(2), 1-10. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/512>

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN E-WALLET GO PAY MENGUNAKAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIDA (Studi pada Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)

Thomas Verrel Arnanda⁴

Roos Kities Andadari

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

The digital marketing method for GO PAY technology services is content automation and data-based marketing through interaction with the GOJEK application. The research objective is to explain the GO PAY e-Wallet purchase decision using the AIDA approach. The type of research used based on the objectives is explanatory research with a quantitative approach. The sampling technique used in this research is nonprobability judgment sampling type. Based on the recommendation of the number of samples in marketing research studies, this study uses the minimum size for this type of research study with the object of advertising, which is 100 respondents. Respondents are students who have strong beliefs in deciding to use GO PAY. This is understandable because generally they are a digital technology literate group and understand about the benefits and conveniences offered by GO PAY. However, this AIDA model does not explain purchasing decisions as suggested in theory. This is evident from the acceptance of the first, second and fourth hypotheses. However, the third hypothesis is rejected. In the interest stage, respondents actually make various efforts to fulfill consumer desires. It means the desire stage does not stand alone. Desire factor does not have a significant impact on the hierarchical scheme of the AIDA model to reach purchasing decisions using the GOPAY e-Wallet product.

Keywords: Attention, Interest, Desire, Action, GO PAY

Abstrak

Metode digital marketing layanan teknologi GO PAY adalah dengan otomatisasi konten dan pemasaran berbasis data melalui interaksi bersama aplikasi GOJEK. Tujuan penelitian yaitu untuk menjelaskan keputusan pembelian e-Wallet GO PAY menggunakan pendekatan AIDA. Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan tujuan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability jenis judgement sampling. Berdasarkan rekomendasi jumlah sampel pada studi riset pemasaran, penelitian ini menggunakan ukuran minimum untuk jenis studi riset dengan objek periklanan yaitu sebesar 100 responden. Responden adalah mahasiswa memiliki keyakinan yang kuat dalam memutuskan untuk menggunakan GO PAY. Ini dapat dipahami karena umumnya mereka adalah kelompok yang melek teknologi digital dan memahami tentang manfaat dan kemudahan yang ditawarkan GO PAY. Akan tetapi model AIDA ini tidak menjelaskan keputusan pembelian seperti yang dikemukakan dalam teori. Ini terbukti dari diterimanya hipotesa pertama, kedua dan keempat. Namun hipotesa ketiga ditolak. Pada tahap interest sebenarnya responden juga melakukan berbagai upaya untuk memenuhi keinginan konsumen. Itu berarti tahap desire tidak berdiri sendiri. Faktor desire tidak berdampak signifikan terhadap skema hierarkis model AIDA untuk mencapai keputusan pembelian menggunakan produk e-Wallet GOPAY.

Kata kunci: Attention, Interest, Desire, Action, GO PAY.

⁴212016060@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Menurut Kotler & Armstrong (2016), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli produk. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pasca pembelian. Pengertian lain tentang Keputusan pembelian menurut Kanuk & Schiffman (2012) adalah suatu keputusan dimana seseorang memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Berdasarkan definisi diatas disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Model AIDA banyak digunakan dalam dunia marketing dan advertising untuk menjelaskan tahap-tahap yang terjadi ketika konsumen pertama kali mengenal suatu produk hingga akhirnya memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. AIDA singkatan dari Attention (Perhatian), Interest (Minat), Desire (Keinginan), dan Action (Aksi) (Li & Yu, 2013). Mengingat banyak konsumen dapat menerima suatu merek melalui iklan atau komunikasi pemasaran, model AIDA dapat membantu menjelaskan bagaimana iklan atau pesan komunikasi pemasaran tersebut perlu melibatkan konsumen dalam pemilihan merek. Pada dasarnya, model AIDA mengusulkan bahwa pesan iklan perlu menyelesaikan sejumlah tugas untuk menggerakkan konsumen melalui serangkaian langkah berurutan mulai dari kesadaran merek hingga tindakan (pembelian dan konsumsi).

Model AIDA merupakan salah satu dari model yang dikenal sebagai *hierarchy effect* model atau model hierarkis, yang menyiratkan bahwa konsumen dapat melalui serangkaian langkah atau tahapan ketika membuat keputusan pembelian. Pemasaran adalah proses dalam perusahaan untuk menciptakan nilai dan membangun hubungan timbal balik dengan pelanggannya. Pemasaran juga merupakan strategi untuk mencapai misi organisasi dan perusahaan; oleh karena itu, perusahaan harus efektif dan lebih baik daripada pesaing mereka dalam mengkomunikasikan nilai konsumen ke pasar sasaran. Penelitian Hadiyati (2016) menggunakan analisis jalur sebagai metode analisis data, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi model AIDA. Bauran pemasaran

dan model AIDA mempengaruhi secara langsung dan tidak langsung bagi konsumen dalam pembelian produk online.

Beberapa variasi model sebelum AIDA menerapkan awareness (kesadaran) untuk mengganti fungsi attention (perhatian). Iklan berfungsi sebagai stimulus dan keputusan pembelian adalah suatu respon. Model AIDA adalah penerapan stimulus – respon pada konsumen. Ketika konsumen bergerak melalui efek hierarki, konsumen melewati tahap pemrosesan kognitif dan tahap pemrosesan afektif sebelum melakukan tindakan. Dengan demikian model efek hierarki semua termasuk kognisi, dampak dan perilaku sebagai langkah utama dalam urutan perilaku yang mendasarinya (Rathod, 2011). Model dasar AIDA adalah salah satu model hierarkis terlama yang telah digunakan selama lebih dari 100 tahun. Penggunaan sistem hierarkis, seperti AIDA, memberikan penjual dengan pemahaman rinci tentang bagaimana konsumen target berubah dari waktu ke waktu dan memberikan wawasan tentang jenis pesan iklan yang lebih efektif. Model AIDA disebut pula sebagai purchase funnel yaitu sejumlah besar pembeli potensial menjadi sadar akan suatu produk atau merek, kemudian sebagian kecil konsumen mulai tertarik, dan hanya sebagian kecil bergerak melalui pembelian nyata.

Kekurangan utama dari model AIDA dan model hierarkis lainnya adalah tidak adanya efek pasca-pembelian seperti kepuasan, konsumsi, perilaku patronase berulang dan niat perilaku pasca-pembelian lainnya seperti memberikan referensi atau berpartisipasi dalam ulasan produk secara online. Model AIDA telah diterapkan secara luas untuk strategi pemasaran online tetapi penerapannya untuk media sosial masih belum diketahui. Temuan dari Hassan et al., (2015) menunjukkan bahwa model AIDA dapat diterapkan dalam menyusun strategi penggunaan media sosial untuk tujuan pemasaran. Strategi yang diusulkan berfungsi sebagai pedoman bagi pengusaha bisnis kecil tentang cara menggunakan media sosial secara strategis untuk pemasaran.

GO PAY merupakan produk dari PT. Dompot Anak Bangsa, sebuah perusahaan yang berafiliasi dengan PT. Karya Anak Bangsa dengan produknya yang lebih dikenal dengan GOJEK. Kehadiran GO PAY digunakan untuk memudahkan dan menambah kenyamanan bertransaksi konsumen. Saat ini GO PAY tidak hanya digunakan sebagai fitur untuk layanan pembayaran jasa GO RIDE dan GO CAR namun dapat digunakan untuk membeli produk lain seperti: belanja online, pembayaran virtual hingga pembelian barang di minimarket. Saldo dari layanan GO PAY dapat diperoleh dari transfer saldo via driver (GO RIDE dan GO CAR), isi saldo melalui Bank (ATM, mobile banking, internet banking dan sms banking) dan

melalui minimarket. Pada tahun 2018 GOJEK merilis sistem pembayaran dengan memanfaatkan teknologi QR Code pada layanan GO PAY. GO PAY kini telah dapat digunakan di beberapa warung makan, restaurant dan gerai merchant yang telah bekerjasama dengan PT. DAB.

Beberapa pusat perbelanjaan, toko buku dan hampir seluruh minimarket di Kota Salatiga telah bekerjasama dengan GO PAY untuk melayani pembayaran secara digital dengan bantuan QR Code. Tidak ada batasan pembayaran minimal untuk bertransaksi dengan QR Code dan telah terdapat pengumuman di meja kasir secara jelas bahwa GO PAY dapat digunakan. Mahasiswa termasuk kaum milenial yang banyak mengakses media sosial. Kebutuhan kaum muda untuk dapat praktis dalam bertransaksi. Pendaftaran e-Wallet mudah dan mengakomodasi saldo yang tidak terlalu besar. Pada layanan GO PAY juga terdapat banyak penawaran diskon harga, cashback dan skema bonus poin yang menarik minat pengguna. GO PAY adalah e-Wallet paling populer di Indonesia⁵. Penelitian sebelumnya juga belum ditemukan terkait penggunaan variabel komunikasi melalui media digital dalam pada analisis AIDA untuk GO PAY. Metode digital marketing layanan teknologi QR Code GO PAY adalah dengan otomatisasi konten dan pemasaran berbasis data melalui interaksi bersama aplikasi GOJEK. Tujuan penelitian yaitu untuk menjelaskan keputusan pembelian e-Wallet GO PAY menggunakan pendekatan AIDA

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Marketing Communication

Komunikasi pemasaran merepresentasikan gabungan semua elemen dalam bauran pemasaran, yang memfasilitasi pertukaran dengan menargetkan merek untuk sekelompok pelanggan, posisi merek yang membedakan dengan merek pesaing dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggannya (Shimp, 2014). Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Marketing communication dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya peningkatan

pendapatan atas penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan. Penelitian Edelman & Singer (2015) menjelaskan bahwa dengan penggunaan teknologi, konsumen dapat mencari informasi tentang merek, produk dan bisnis sebelum melakukan pembelian.

AIDA

Penggunaan konsep AIDA dipilih karena telah banyak mengalami penyempurnaan ekstensi dari varian model iklan pemasaran. Model AIDA merupakan suatu kelas paling sederhana dan komprehensif untuk menganalisis dampak komunikasi pemasaran. Model AIDA adalah salah satu dari kelas model komunikasi pemasaran yang dapat digunakan untuk menganalisis serangkaian tahapan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

AIDA adalah akronim dari Attention (kesadaran), Interest (minat), Desire (keinginan) and Awareness (tindakan). Model AIDA digunakan secara luas dalam pemasaran dan periklanan untuk menggambarkan langkah – langkah atau tahapan yang terjadi dari saat konsumen pertama kali menyadari suatu produk atau merek hingga ketika konsumen menguji produk atau membuat keputusan pembelian. Mengingat bahwa banyak konsumen menjadi sadar akan merek melalui iklan atau komunikasi pemasaran, model AIDA membantu dalam menjelaskan bagaimana iklan atau pesan komunikasi pemasaran melibatkan konsumen dalam pemilihan merek. Pada dasarnya model AIDA mengusulkan bahwa pesan iklan perlu menyelesaikan sejumlah tugas untuk menggerakkan konsumen melalui serangkaian langkah berurutan mulai dari kesadaran merek hingga tindakan (pembelian dan konsumsi) (Ferrell & Hartline, 2015).

Model AIDA adalah salah satu model penayangan terpanjang yang digunakan dalam periklanan yang telah dikembangkan pada akhir abad ke – 19. Sejak kemunculan pertamanya dalam literatur pemasaran dan periklanan, model AIDA telah dimodifikasi dan diperluas untuk menjelaskan munculnya media iklan baru dan platform komunikasi. Penjelasan dimensi AIDA menurut (Priyanka, 2013) adalah sebagai berikut:

Attention

Konsumen menjadi sadar akan suatu kategori, produk atau merek (biasanya melalui iklan).

Interest

Konsumen menjadi tertarik dengan mempelajari tentang manfaat merek dan bagaimana merek tersebut sesuai dengan gaya hidup.

Desire

Konsumen mengembangkan disposisi yang menguntungkan terhadap merek.

Action

Konsumen membentuk niat beli, berbelanja di sekitar, terlibat dalam percobaan atau melakukan pembelian.

Hasil penelitian dari (Johar, 2015) dengan objek studi toko online menunjukkan bahwa secara parsial ketiga faktor interest, desire, action berpengaruh signifikan terhadap efektivitas iklan online sedangkan faktor attention tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas iklan online dan attention, interest, desire, action berpengaruh secara signifikan berdasarkan pengujian bersama – sama. Interest adalah faktor yang dominan berpengaruh terhadap iklan online.

Keputusan Pembelian

Kotler & Armstrong (2016) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Pengertian keputusan pembelian menurut (Kotler & Keller, 2016) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana benar-benar membeli. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dan melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli atau tidak, dan perilaku pasca pembelian.

Indikator dalam keputusan pembelian didasarkan pada pandangan (Kotler & Armstrong, 2016): Kemantapan sebuah produk, Kebiasaan dalam membeli produk, Memberikan rekomendasi ke orang lain, dan Melakukan pembelian ulang.

Penelitian dari Zulaicha & Irawati (2016) menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengertian keputusan pembelian menurut (Kanuk & Schiffman, 2012) adalah “the selection of an option from two or alternative choice”, yaitu suatu keputusan seseorang dimana konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.

METODA

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan berdasarkan tujuan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Sedangkan karakteristik

penelitian ini bersifat replikasi, didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya, yang diulang dengan kondisi lain yang kurang lebih sama. Melalui penelitian eksplanatori dapat diketahui bagaimana korelasi antara dua atau lebih variabel baik pola, arah, sifat, bentuk, maupun kekuatan hubungannya.

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel penelitian digunakan untuk menentukan jumlah responden yang akan digunakan sebagai unit amatan pada penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability jenis judgement sampling menurut (Malhotra, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Nama atribut	kategori	persentase
Jenis Kelamin	Laki - laki	61%
	Perempuan	39%
	Jumlah	100%
Fakultas	FEB	34%
	Fakultas Eksakta	28%
	Fakultas Sosial lainnya	38%
Asal Provinsi	Jawa Tengah	51%
	Kalimantan	5%
	Sumatera	6%
	Jawa (Luar Jawa Tengah)	12%
	Nusa Tenggara	3%
	Papua	6%
	Sulawesi	13%
Kepulauan Maluku	4%	
Angkatan	2014	8%
	2015	10%
	2016	40%
	2017	19%
	2018	14%
	2019	9%
Status tinggal	Kos	30%
	Orang tua	70%
Rata - rata uang saku	< = 500.000	6%

Nama atribut	kategori	persentase
	> 500.000 – 1.000.000	13%
	>1000.000 - 2.000.000	47%
	>2.000.000 – 5.000.000	34%
Lama Menggunakan GOPAY	< 1 Tahun	22%
	1 – 2 Tahun	25%
	2 – 3 Tahun	32%
	> 3 Tahun	21%

Berdasarkan hasil pada Tabel 4 nampak mayoritas pengguna GOPAY pada mahasiswa UKSW adalah laki – laki (61%). Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat ketertarikan adaptasi terhadap teknologi pembayaran terbaru lebih didominasi oleh laki – laki. Hasil karakteristik responden diperoleh mayoritas berasal dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) sebesar 34% ini dapat dipahami karena peneliti berasal dari FEB sehingga lebih banyak yang kenal.

Deskripsi Responden terhadap Komunikasi Pemasaran

Tabel 2. Analisis Deskriptif Variabel

Statement	STS	TS	N/A	S	SS	<i>rata – rata</i>	n
Attention (X1)							
At1	2	7	11	60	20	3,89	100
At2	5	1	31	51	12	3,64	100
At3	2	3	17	50	28	3,99	100
At4	1	9	16	52	22	3,85	100
Rata-rata						3,84	
Kategori						Baik	
Interest (X2)							
In1	2	11	9	57	21	3,80	100
In2	2	10	7	60	21	3,88	100
In3	4	4	12	55	25	3,93	100
In4	6	5	6	63	20	3,86	100
Rata-rata						3,87	
Kategori						Baik	
Desire (X3)							
De1	2	3	11	64	20	3,97	100
De2	7	2	7	54	30	3,98	100
De3	3	4	9	56	28	4,02	100
De4	1	8	7	52	33	4,10	100
Rata-rata						4,02	
Kategori						Baik	
Action (X4)							
Ac1	3	1	7	49	40	4,22	100
Ac2	1	6	8	54	31	4,08	100
Ac3	2	13	13	52	20	3,75	100
Ac4	5	1	13	63	18	3,88	100
Rata-rata						3,98	
Kategori						Baik	
Keputusan Pembelian (Y)							

Statement	STS	TS	N/A	S	SS	<i>rata – rata</i>	n
Kp1	0	13	16	48	23	3,81	100
Kp2	3	2	12	51	32	4,07	100
Kp3	2	9	3	60	26	3,99	100
Kp4	0	9	7	62	22	3,97	100
Rata-rata						3,96	
Kategori						Baik	

Pada tahap attention diperoleh indicator tertinggi yang dapat mempengaruhi perhatian calon konsumen adalah media yang dapat memberitahu lokasi terdekat penjual (At3) sebesar rata – rata 3,99. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada tingkat pertama kehadiran GO PAY telah memperoleh perspektif yang tinggi dari konsumen.

Tahap interest diperoleh indicator tertinggi yang dapat mempengaruhi ketertarikan calon konsumen adalah promo dari penjual (In3) sebesar 3,93. Pada tingkatan interest terjadi penurunan perspektif responden terhadap produk GO PAY. Tahap desire diperoleh indikator yang dapat mempengaruhi keinginan calon konsumen adalah referensi media dari orang lain (De4) sebesar 4,10. Indikator desire cukup tinggi diperoleh dari analisis deskriptif, namun dari sebaran data belum menunjukkan arah yang homogen. Tahap action diperoleh indicator tertinggi yang dapat mempengaruhi keinginan calon konsumen indikator (Ac1) sebesar 4,22. Sehingga pada tahap akhir dari independent variable AIDA action dapat diteruskan pada arah keputusan pembelian. Indikator utama keputusan pembelian yang dihasilkan oleh konsumen adalah rekomendasi dari orang lain (Kp2) sebesar 4,07. Nilai tersebut masuk pada kategori tinggi, sehingga keputusan pembelian menggunakan teknologi e-wallet GO PAY dapat diperoleh dari konsep komunikasi pemasaran. Pada item kuesioner (De1) diperoleh bahwa kemampuan konsumen dalam mencari informasi detail tentang penjual dari media sangat minim.

Uji Hipotesis Penelitian

Tabel 4. Koefisien Attention (A) terhadap Interest (I)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.101	1.254		4.864	.000
Attention	.612	.080	.610	7.617	.000

a. Dependent Variable: Interest

Uji hipotesis variabel attention terhadap interest dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} yang diperoleh pada Tabel 4 pada kolom t dengan t_{tabel} yang diperoleh dari titik persentase distribusi t. Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

dan H_1 diterima. Dengan tingkat $\frac{\alpha}{2} = 0,025$ dan degree of freedom sebesar 97, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985, sedangkan dari perhitungan diperoleh t pada variabel attention (X_1) sebesar 7,617. Maka dapat ditetapkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka H_0 ditolak yang menunjukkan koefisien regresi variabel attention (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap interest (X_2). Tahap ini bertujuan untuk merangkul konsumen agar mengenal produk GOPAY. Menggunakan strategi yang tepat dapat membuat konsumen sadar dan mengetahui keberadaan produk teknologi pembayaran yang dapat digunakan di pasar.

Tabel 5. Koefisien Attention (I) terhadap Desire (D)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
2 (Constant)	15.621	1.385		11.278	.000
Interest	.029	.088	.033	.329	.743

a. Dependent Variable: Desire

Uji hipotesis variabel interest terhadap desire dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} yang diperoleh pada Tabel 5 pada kolom t dengan t_{tabel} yang diperoleh dari titik persentase distribusi t . Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan tingkat $\frac{\alpha}{2} = 0,025$ dan degree of freedom sebesar 97, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985, sedangkan dari perhitungan diperoleh t pada variabel interest (X_2) sebesar 0,329. Maka dapat ditetapkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka H_0 diterima yang menunjukkan koefisien regresi variabel interest (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap desire (X_3).

Tabel 6. Koefisien Desire (D) terhadap Action (A)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
3 (Constant)	13.945	1.509		9.239	.000
Desire	.124	.093	.133	1.330	.187

a. Dependent Variable: Action

Uji hipotesis variabel desire terhadap action dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} yang diperoleh pada Tabel 6 pada kolom t dengan t_{tabel} yang diperoleh dari titik persentase distribusi t . Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan tingkat $\frac{\alpha}{2} = 0,025$ dan degree of freedom sebesar 97, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985, sedangkan dari perhitungan diperoleh t pada variabel desire (X_3) sebesar 1,330.

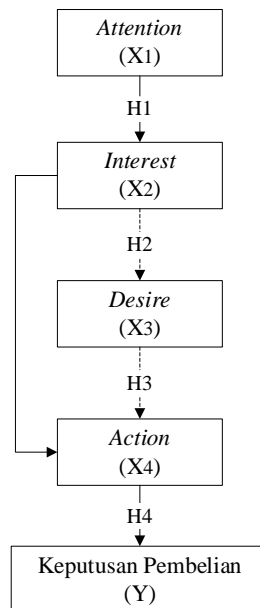
Maka dapat ditetapkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka H_0 diterima yang menunjukkan koefisien regresi variabel desire (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap action (X4). Tahap niat konsumen (Desire) adalah tahapan dimana seharusnya produk telah memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak si kosumen, dimana konsumen telah timbul keinginan dan hasrat untuk membeli produk GO PAY.

Tabel 7. Koefisien Action (A) terhadap Keputusan Pembelian (KP)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
4 (Constant)	4.205	1.489		2.824	.006
Action	.730	.093	.623	7.889	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji hipotesis variabel action terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} yang diperoleh pada Tabel 7 pada kolom t dengan t_{tabel} yang diperoleh dari titik persentase distribusi t. Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dengan tingkat $\frac{\alpha}{2} = 0,025$ dan degree of freedom sebesar 97, diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985, sedangkan dari perhitungan diperoleh t pada variabel action (X4) sebesar 7,889. Maka dapat ditetapkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka H_0 ditolak yang menunjukkan koefisien regresi variabel action (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dapat dikatakan tahap action adalah tahap dimana konsumen akan memutuskan apakah selanjutnya akan menggunakan produk GOPAY kembali atau berganti metode pembayaran lainnya.



Gambar 11. Revisi Model Penelitian

Tahap desire pada model AIDA yang diajukan pada penelitian ini tidak sesuai dengan teori. Keterbatasan hasil penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa factor termasuk tingkat perolehan nilai deskriptif desire yang lebih tinggi dibandingkan variable lainnya, sehingga data tidak homogen. Pada dimensi penggunaan produk e-Wallet untuk transaksi elektronik menggunakan GO PAY desire merupakan tahap akhir sebelum konsumen bersedia melakukan action. Pada tahap desire konsumen mahasiswa tidak memerlukan jangkauan dan keinginan untuk mencapai tahap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa merupakan salah satu golongan masyarakat yang telah memiliki pengetahuan teknologi cukup tinggi. Pada konsumen unit amatan lain mungkin memerlukan detail informasi lebih jelas tentang pengetahuan produk pembayaran elektronik, namun mahasiswa dapat langsung menggunakannya untuk transaksi jika sudah mencapai tahap interest.

PEMBAHASAN

Pada penelitian ini diperoleh bahwa variable attention berhubungan signifikan terhadap interest. Attention merupakan tahap mencari perhatian konsumen. Hal ini sesuai teori dari Rathod (2011) yang menjelaskan bahwa model efek hierarki kognisi, dampak dan perilaku dimulai dari aspek attention sebagai langkah utama dalam urutan perilaku yang mendasarinya. Tahap interest tidak melalui tahap desire namun langsung berdampak terhadap action. Tahap ini para konsumen mulai tertarik dan ingin mempelajari produk

GOPAY. Tahap niat konsumen (*Desire*) produk belum memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak si kosumen, dimana konsumen telah timbul keinginan dan hasrat untuk membeli produk GOPAY. Menurut Ferrell & Hartline (2015) pada dasarnya model AIDA mengusulkan bahwa pesan perlu menyelesaikan sejumlah tugas untuk menggerakkan konsumen melalui serangkaian langkah berurutan mulai dari kesadaran merek hingga tindakan. Hasil penelitian ini factor interest dapat langsung berdampak pada kegiatan *variable action*. Variabel *desire* tidak berdampak signifikan terhadap *action*. Berdasarkan teori Priyanka (2013) Konsumen mengembangkan disposisi yang menguntungkan terhadap merek. GOPAY telah familiar dikalangan mahasiswa, sehingga disposisi merek tidak memiliki kontribusi maksimal terhadap factor *action*. Tahap ini merupakan tahap akhir dimana konsumen mulai melakukan pembelian terhadap menggunakan produk GOPAY. Hal ini selaras dengan research gap sebelumnya yaitu Johar (2015) bahwa secara parsial *action* berpengaruh terhadap efektivitas pembelian.

Banyaknya diskusi non formal tentang teknologi pembayaran non tunai seperti GO PAY secara tidak langsung memudahkan para mahasiswa dalam memahami banyak informasi. Responden tidak mencari informasi tentang penjual dikarenakan fitur user interface pada aplikasi GO JEK sudah dapat mudah dipahami oleh responden. Tidak semua responden mampu mengikuti kebijakan sesuai fitur dikarenakan banyak iklan dan pembaharuan tentang system aplikasi yang baru. Responden pada tahap *desire* juga tidak selalu meneruskan info ke media. Hal tersebut merupakan kecenderungan mahasiswa dalam memahami kecepatan informasi sehingga mereka merasa kawan sejawat telah memiliki kemampuan yang sama. Sehingga tanpa melalui tahap *desire*, mahasiswa dapat langsung melakukan kegiatan *action*.

Deskripsi *variable action* diperoleh nilai rata – rata 3,84 pada kategori baik, *variable interest* diperoleh nilai rata – rata 3,87 pada kategori baik, *variable desire* diperoleh rata – rata 4,02 pada kategori baik, *variable action* diperoleh rata – rata 3,98 pada kategori baik dan *variable keputusan pembelian* diperoleh rata – rata 3,96 pada kateobri baik. Hipotesis pertama diperoleh bahwa factor *attention* berpengaruh signifikan terhadap *interest*. Hipotesis kedua diperoleh bahwa factor interest tidak berpengaruh signifikan terhadap *desire*. Hipotesis ketiga diperoleh bahwa factor *desire* tidak berpengaruh signifikan terhadap *action* dan hipotesis keempat diperoleh bahwa factor *action* berpengaruh significant terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis

strategi pemasaran AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) terhadap keputusan pembelian produk *e-Wallet* GOPAY diperoleh kesimpulan bahwa penelitian ini mereduksi factor *desire*.

SIMPULAN

Kesimpulan

Responden adalah mahasiswa memiliki keyakinan yang kuat dalam memutuskan untuk menggunakan GO PAY. Ini dapat dipahami karena umumnya mereka adalah kelompok yang melek teknologi digital dan memahami tentang manfaat dan kemudahan yang ditawarkan GO PAY. GO PAY mampu mendorong munculnya perhatian yang kuat, menimbulkan daya Tarik yang kuat, menimbulkan keinginan yang kuat, serta mendorong responden untuk mengambil Tindakan. Akan tetapi model AIDA ini tidak menjelaskan keputusan pembelian seperti yang dikemukakan dalam teori. Nampaknya proses komunikasi yang menimbulkan perhatian mempengaruhi daya Tarik responden, tetapi proses tersebut langsung mempengaruhi Tindakan. Hal ini mungkin terjadi karena produk GO PAY saat ini sangat populer sehingga menjadi pembicaraan dimana – mana. Ini terbukti dari diterimanya hipotesa pertama, kedua dan keempat. Namun hipotesa ketiga ditolak. Pada tahap interest sebenarnya responden juga melakukan berbagai upaya untuk memenuhi keinginan konsumen. Itu berarti tahap *desire* tidak berdiri sendiri. Faktor *desire* tidak berdampak signifikan terhadap skema hierarkis model AIDA untuk mencapai keputusan pembelian menggunakan produk *e-Wallet* GOPAY. Hasil penelitian pada unit amatan mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana dihasilkan strategi pemasaran menggunakan AIA (*Attention, Interest, Action*).

Saran

Peneliti menyarankan untuk melakukan evaluasi terhadap konsep pemasaran AIDA dengan teori yang lebih bervariasi. Teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) salah satu model yang banyak digunakan dalam pemasaran dan periklanan untuk menggambarkan tahapan yang terjadi saat pertama kali konsumen sadar akan adanya produk atau layanan hingga ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Namun hal tersebut tidak ditemukan factor *desire* pada penelitian ini, sehingga sebelum mencapai tahap *Action* percobaan produk dapat dianalisis terlebih dahulu factor *decision* konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmesta, B. S., & Hani, H. T. 2013. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen (BPFE).
- Edelman, D. C., & Singer, M. 2015. Competing on Customer Journeys. *Harvard Business Review*, 93(11), 88–100.
- Ferrell, O. ., & Hartline, M. 2015. *Marketing Strategy*. Thomson South-Western.
- Hadiyati, E. 2016. Study of Marketing Mix and AIDA Model to Purchasing on Line Product in Indonesia. *British Journal of Marketing Studies*, 4(7), 49–62.
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. 2015. Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 262–269.
- Johar, D. S. 2015. EFEKTIFITAS IKLAN ONLINE (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project). 26(1), 1–10.
- Kanuk, L., & Schiffman, L. 2012. *Consumer Behaviour*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Li, J., & Yu, H. 2013. An Innovative Marketing Model Based on AIDA: - A Case from E-bank Campus-marketing by China Construction Bank. *IBusiness*, 05(03), 47–51.
- Malhotra, N. 2014. *Riset Pemasaran*. Indeks.
- Priyanka, R. 2013. Marketing Communication Model: Stimulating a Purchase Decision in The Minds of The Consumers Through a Linear Progression of Steps. *International Journal of Multidisciplinary Research in Social Management*, 1, 37–44.
- Rathod, P. A. 2011. AIDA model of Advertising Strategy. *Indian Journal of Applied Research*, 1(10), 122–125.
- Shimp, T. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. 2016. Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123.

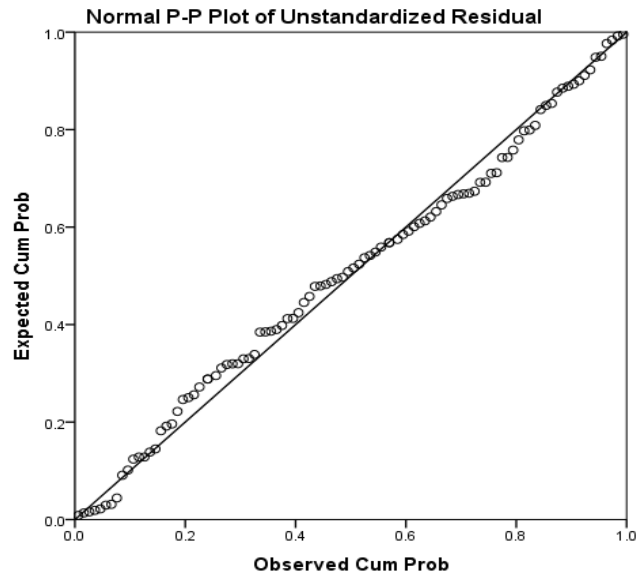
LAMPIRAN**Tabel 8. Hasil Validitas Instrumen**

Statement	r_{count}		r_{table}	Status
Attention (X1)				
At1	0,831	>	0,257	Valid
At2	0,818	>	0,257	Valid
At3	0,696	>	0,257	Valid
At4	0,733	>	0,257	Valid
Interest (X2)				
In1	0,661	>	0,257	Valid
In2	0,760	>	0,257	Valid
In3	0,709	>	0,257	Valid
In4	0,739	>	0,257	Valid
Desire (X3)				
De1	0,314	>	0,257	Valid
De2	0,792	>	0,257	Valid
De3	0,697	>	0,257	Valid
De4	0,807	>	0,257	Valid
Action (X4)				
Ac1	0,603	>	0,257	Valid
Ac2	0,557	>	0,257	Valid
Ac3	0,689	>	0,257	Valid
Ac4	0,606	>	0,257	Valid
Keputusan Pembelian (Y)				
Kp1	0,630	>	0,257	Valid
Kp2	0,722	>	0,257	Valid
Kp3	0,850	>	0,257	Valid
Kp4	0,715	>	0,257	Valid

Sumber: Data primer penelitian 2020 (diolah)

Tabel 9. Uji Reliabilitas Instrumen

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Pembanding minimal	Kriteria	Hasil
1.	Attention (X1)	0,770	> 0,600	Reliabel	Diterima
2.	Interest (X2)	0,685	> 0,600	Reliabel	Diterima
3.	Desire (X3)	0,675	> 0,600	Reliabel	Diterima
4.	Action (X4)	0,653	> 0,600	Reliabel	Diterima
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,705	> 0,600	Reliabel	Diterima



Gambar 2. Grafik P-Plot Uji Normalitas

ANALISIS KINERJA EXCHANGE TRADED FUND (ETF) DI INDONESIA

Citra Sundari⁶

Robiyanto Robiyanto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to evaluate the performance results of the Exchange Traded Fund (ETF) traded on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The period of this research is 2018 - 2019. This research uses a quantitative approach with secondary data types. The data used are the monthly closing prices from the IDX Composite and the monthly interest rates represented by the SBIS rate. The samples used were 11 ETF products which were taken using purposive sampling technique and data analysis methods used were Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio and Omega Ratio. In general, the results of this study indicate that there are two ETFs that can consistently provide performance with a positive value or better than risk-free investment when calculated using the Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio and Information Ratio, namely Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) and Reksa Dana Premier ETF LQ-45 (R-LQ45) whereas if calculated using the Sortino Ratio and Omega Ratio show negative or worse results when compared to risk-free investment.

Keywords: Exchange Traded Fund, Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio and Omega Ratio.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi hasil kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode penelitian ini adalah tahun 2018- 2019. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data sekunder. Data yang digunakan adalah harga penutupan bulanan dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dan tingkat suku bunga bulanan yang diwakili SBIS rate. Sampel yang digunakan berjumlah 11 produk ETF yang diambil menggunakan teknik purposive sampling dan metode analisis data yang digunakan adalah Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio dan Omega Ratio. Secara umum hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat dua ETF yang secara konsisten dapat memberikan kinerja dengan nilai positif atau lebih baik di dibandingkan dengan investasi bebas risiko jika dihitung menggunakan Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio dan Information Ratio yaitu Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dan Reksa Dana Premier ETF LQ-45 (R-LQ45) sedangkan jika dihitung menggunakan Sortino Ratio dan Omega Ratio menunjukkan hasil negatif atau lebih buruk jika dibandingkan investasi bebas risiko.

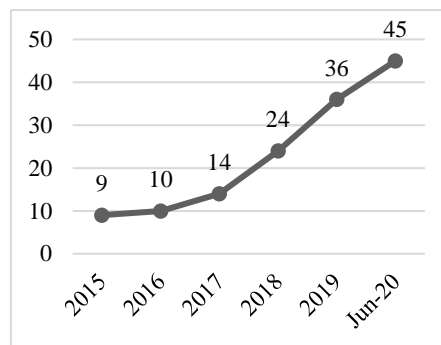
Kata Kunci: Exchange Traded Fund, Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio dan Omega Ratio.

⁶212017065@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

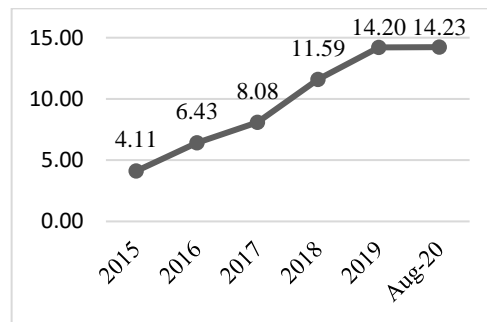
Saat ini pasar modal adalah salah satu alternatif untuk melakukan investasi keuangan. Instrumen yang diperdagangkan dalam pasar modal terus berkembang dan semakin banyak jenisnya. Produk yang ada dalam pasar modal tidak hanya berupa saham dan obligasi, namun masih ada produk lainnya seperti reksa dana. Pada umumnya banyak investor mengalami kesulitan dalam membuat portofolio investasi karena itu muncullah reksa dana. Kesulitan yang dialami oleh investor adalah adanya keterbatasan akan waktu dan pengetahuan yang memadai untuk menghitung return dan risiko dari dana yang diinvestasikan, kesulitan lainnya adalah saat melakukan investasi membutuhkan dana yang relatif besar.

Reksa dana terus mengalami perkembangan hingga pada tahun 2015 Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (OJK) mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 49/POJK.04/2015 mengenai reksa dana yang berbentuk Kontrak Investasi Kolektif (KIK) yang unit penyertaannya dapat diperjualbelikan di BEI. Dalam peraturan tersebut diatur bahwa Manajer Investasi dapat menciptakan reksa dana yang unit penyertaannya dapat diperjualbelikan di BEI yaitu Exchange Traded Fund (ETF) yang dalam proses transaksinya Manajer Investasi (MI) dibantu oleh Dealer Partisipan, di mana Dealer Partisipan adalah anggota dari Bursa Efek yang menandatangani perjanjian dengan Manajer Investasi (MI) untuk melakukan transaksi jual beli unit penyertaan Exchange Traded Fund (ETF).



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 1. Perkembangan Jumlah ETF



Sumber: www.ojk.go.id

Gambar 2. Perkembangan Asset Under Management (AUM) dalam Triliun Rupiah

Perkembangan Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Hal tersebut menandakan preferensi berinvestasi pada ETF terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari OJK pertumbuhan minat perusahaan Manajer Investasi (MI) untuk menerbitkan produk reksa dana yang bisa ditransaksikan di Bursa Efek yaitu Exchange Traded Fund (ETF) terus meningkat, tercatat hingga Juni tahun 2020 jumlah ETF yang sudah bisa ditransaksikan di Bursa Efek berjumlah 45 produk dengan pertumbuhan dana kelola atau Asset Under Management (AUM) meningkat dari Rp 4,11 triliun pada tahun 2015 menjadi Rp 14,23 triliun pada Agustus tahun 2020.

Exchange Traded Fund (ETF) dinilai memiliki tingkat likuiditas yang tinggi karena daya jual yang cepat, waktu transaksi ETF juga lebih fleksibel dimana transaksi dapat dilakukan selama jam operasional pasar modal berlangsung, untuk masalah biaya ETF cenderung lebih murah jika dibandingkan dengan instrumen lainnya serta portofolio ETF akan dipublikasikan setiap hari oleh Bursa Efek. Tujuan utama melakukan investasi adalah untuk memperoleh return tapi setiap investasi pasti akan menimbulkan sebuah risiko. Untuk menghilangkan risiko tersebut, investor perlu mendiversifikasi portofolionya (Frensidy et al., 2017). Portofolio dibentuk untuk meminimalkan risiko yang terjadi pada sebuah investasi (Rini et al., 2012). Walaupun bertujuan untuk meminimalkan risiko, portofolio tetap perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerjanya.

Setiap instrumen dalam pasar modal memiliki karakteristik yang berbeda, untuk mengukur kinerja setiap instrumen harus diperhatikan secara benar dan menggunakan alat tolak ukur yang sesuai (Arisontha, 2013). Exchange Traded Fund (ETF) bisa digunakan sebagai portofolio dalam pemilihan investasi yang dapat diukur kinerjanya dengan berbagai metode seperti Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio,

Information Ratio dan Omega Ratio. Di mana dalam metode Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio dan Omega Ratio mendasarkan analisisnya pada risk dan return pada masa lalu untuk memprediksi risk dan return dimasa mendatang (Natasya & Hadi, 2019; Tuerah, 2013).

Di Indonesia telah banyak dilakukan penelitian mengenai evaluasi kinerja reksa dana dan portofolio, seperti reksa dana saham, reksa dana pendapatan, reksa dana saham konvensional, reksa dana saham syariah dan reksa dana campuran, misalnya Arisontha (2013) yang melakukan penelitian mengenai portofolio saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) menggunakan Sharpe Index, Jensen Index dan Rasio Treynor; Lestari (2015) melakukan penelitian mengenai kinerja reksa dana saham konvensional dan reksa dana saham syariah; Natasya & Hadi (2019) melakukan penelitian mengenai kinerja reksa dana campuran konvensional menggunakan Rasio Omega; Pangestuti et al. (2017) yang melakukan penelitian tentang evaluasi kinerja reksa dana saham di Indonesia dengan menggunakan Sharpe index, Jensen index, Rasio Treynor, Adjusted Sharpe Index (ASI) dan Adjusted Jensen Index (AJI); Wulandari (2013) melakukan penelitian mengenai evaluasi kinerja reksa dana saham di Indonesia menggunakan Sharpe index, Jensen index, Rasio Treynor dan Rasio Informasi. Sayangnya penelitian mengenai Exchange Traded Fund (ETF) masih terbatas. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini bermaksud untuk melakukan evaluasi kinerja terhadap Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia.

Secara keseluruhan tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi kinerja Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia. Penelitian ini memberikan manfaat untuk menilai kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia dengan cara diukur menggunakan berbagai metode pengukuran portofolio, jadi akan memberikan informasi kinerja kepada investor Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Exchange Traded Fund (ETF)

Menurut Masruroh (2014) Exchange Traded Fund (ETF) merupakan suatu bentuk dari reksa dana yang asetnya didasarkan pada suatu indeks tertentu seperti LQ45, Sri Kehati, dan yang lainnya, kemudian unit penyertaannya diperdagangkan di BEI oleh Manajer Investasi sebagai perantara yang dapat memperjualbelikan aset tersebut.

Evaluasi Kinerja Portofolio

Pertimbangan dalam melakukan investasi yang dianggap paling penting adalah financial return, selain itu tujuan utama dari investor adalah memaksimalkan kekayaannya dan meminimalkan risiko. Untuk meminimalkan risiko tersebut dapat dilakukan diversifikasi portofolio. Diversifikasi dari sebuah portofolio mengacu pada Teori Portofolio Modern yang berasal dari Markowitz (1952). Berbagai pengukuran kinerja dari portofolio mengacu pada teori ini. Diversifikasi merupakan pembentukan portofolio dari gabungan berbagai aset sehingga risiko dari berbagai investasi aset tersebut dapat diminimalkan tanpa mengurangi return harapan.

Sampai saat ini telah banyak metode yang digunakan sebagai alat dan standar untuk mengukur kinerja suatu portofolio. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja suatu portofolio adalah Sharpe Index yang diperkenalkan oleh Sharpe (1966). Sharpe Index merupakan rasio yang menunjukkan pengembalian portofolio yang melebihi tingkat bebas risiko dibanding total risikonya (Marhfor, 2016). Sharpe Index menunjukkan keunggulan yang dapat menentukan hasil perbandingan pengembalian secara eksplisit dapat mengendalikan risiko sehingga dengan demikian mampu secara konsisten memberikan peringkat portofolio dengan volatilitas yang berbeda. Selanjutnya metode yang digunakan untuk mengukur kinerja portofolio adalah Treynor Ratio dimana dalam metode ini pengukuran didasarkan pada tingkat pengembalian dan risiko sistematis. Dalam Treynor Ratio menganggap bahwa risiko sistematis portofolio bukanlah sebuah total risiko (Marhfor, 2016). Rumus dari Treynor Ratio mengukur pengembalian setelah dikurangi tingkat investasi bebas risiko per unit pasar.

Jensen (1967) membuat sebuah metode pengukuran kinerja portofolio yang disebut Jensen Alpha. Berdasarkan pada rumusnya metode Jensen Alpha adalah ukuran khusus untuk penyesuaian risiko pengembalian kinerja portofolio yang menekankan pada risiko sistematis. Menurut Marhfor (2016) Jensen Alpha dapat digunakan untuk mengukur pengembalian abnormal melebihi apa yang telah diprediksi pasar. Jensen Alpha dapat mencerminkan keamanan dalam pemilihan seorang manajer yang mengelola portofolio, hasil positif dari pengukuran Jensen Alpha menunjukkan bahwa manajer portofolio memiliki keterampilan yang baik dalam pemilihan asetnya. Pengukuran menggunakan Jensen Alpha juga digunakan untuk mengidentifikasi apakah indeks mampu berkinerja secara baik atau berkinerja buruk terhadap portofolio pasar.

Pada pengukuran menggunakan Sharpe Index mengasumsikan bahwa pengembalian didistribusikan secara normal, karena itu tidak dapat membedakan antara risiko atas dan risiko sisi bawah. Pada kenyataannya para investor lebih khawatir pada risiko yang berada di sisi bawah. Sortino & Price (1994) mengatakan bahwa hanya pengembalian yang berada di sisi bawah dari yang ditentukan tingkat pengembaliannya yang akan dipertimbangkan karena pengembalian yang berada di deviasi sisi bawah akan menghasilkan kerugian yang semakin buruk. Sortino Ratio mengurangi tingkat bebas risiko pengembalian dari pengembalian portofolio yang kemudian akan dibagi dengan deviasi downside (Azis & Shofawati, 2019). Metode perhitungan dari Sortino Ratio mempertimbangkan risiko penurunan dan berfokus pada pengembalian yang berada di bawah ambang tertentu (Marhfor, 2016).

Selanjutnya rasio yang dapat dijadikan sebagai metode untuk mengukur kinerja portofolio yaitu Information Ratio. Rasio ini mengukur konsistensi dari sebuah portofolio untuk menghasilkan return yang berbeda dengan menggunakan benchmark sebagai acuan (Azis & Shofawati, 2019). Rasio ini juga dikenal dengan istilah Treynor & Black's Model. Pengukuran kinerja portofolio selanjutnya bisa menggunakan Omega Ratio, dimana rasio ini adalah rasio kemungkinan tertimbang atau ambang batas pengembalian pada kinerja portofolio yang mengevaluasi keuntungan atas kerugian pada tingkat pengembalian yang diharapkan (Keating & Shadewick, 2002).

METODA

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini memerlukan jenis data sekunder yang diperoleh dari website resmi lembaga-lembaga keuangan Indonesia yang datanya dipublikasikan melalui media internet seperti website Bursa Efek Indonesia (BEI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI), <https://finance.yahoo.com/>.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi tidak semua dipergunakan sebagai sampel, metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi tersebut adalah metode purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: (1) ETF terdaftar di BEI; (2) Aktif dari tahun 2018-2019. Setelah melakukan Purposive Sampling menggunakan

kriteria yang ada, kini sampelnya menjadi 11 buah Exchange Traded Fund (ETF) yang akan diujikan.

Teknik dan Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan mengumpulkan data sebagai berikut: (1) NAB per unit bulanan dari Exchange Traded Fund (ETF) yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini; (2) Tingkat suku bunga bulanan dari SBIS periode 2018-2019 untuk menghitung return bebas risiko (Rf), data diamati dan diolah dari Bank Indonesia; (3) Harga penutupan bulanan dari Indeks Harga Saham Gabungan Indonesia (IHSG) periode 2018-2019 untuk menghitung return pasar saham (Rm), data dikumpulkan dari Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengukuran kinerja portofolio yaitu Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio dan Omega Ratio.

Pengukuran kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) menggunakan metode Sharpe index dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Sharpe Index} = \frac{R_i - RFR}{\sigma_i} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

Ri = Rata-rata return portofolio

RFR = Suku bunga bebas risiko

σi = Standar deviasi ETF

Standar deviasi (σi) dari ETF dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum [(R_{i,t} - E(R_i - t))^2]}{N}} \dots\dots\dots (2)$$

Dimana E (R_{i,t}) adalah expected return ETF.

Pengukuran kinerja dari ekuitas Exchange Traded Fund (ETF) menggunakan metode Treynor Ratio (TR) dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$TR = \frac{\text{Rata-rata dari return dari portofolio} - \text{Suku bunga bebas risiko}}{\text{Beta dari portofolio}} \dots\dots\dots (3)$$

Dimana Beta dari ETF dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\beta_i = \frac{Cov(R_i, R_m)}{\sigma^2 R_m} \dots\dots\dots (4)$$

Dimana:

βi = Beta dari portofolio

Cov (R_i, R_m) = Kovariansi return portofolio dan return pasar

$\sigma^2 R_m$ = Varians return pasar

Pengukuran kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) menggunakan metode Jensen Alpha (α_i) dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = (R_{i,t} - RFR_t) - \beta(R_{m,t} - RFR_t) \dots\dots\dots (5)$$

Dimana:

$R_{i,t}$ = Return portofolio pada bulan t

RFR_t = Suku bunga bebas risiko pada bulan t

$R_{m,t}$ = Return pasar saham (diwakili oleh return CSPI pada bulan t)

Pengukuran kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) menggunakan metode Sortino ratio (SoM) dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$SoM = \frac{R_i - RFR_t}{\delta} \dots\dots\dots (6)$$

Dimana, δ adalah deviasi sisi bawah return ETF pada periode tertentu yang dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (R_p - MAR, 0)^2}{N-1}} \dots\dots\dots (7)$$

Dimana:

δ = Deviasi sisi bawah

R_p = Tingkat return portofolio

MAR = Minimum return yang dapat diterima = tingkat suku bunga bebas risiko

N = Jumlah observasi

Dengan ketentuan:

Jika (-MAR) bertanda negatif, gunakan (-MAR)

Jika (-MAR) bertanda positif, gunakan 0

Pengukuran kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) menggunakan metode Information Ratio dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$Information\ Ratio = \frac{\alpha_p}{\sigma_{e p}} \dots\dots\dots (8)$$

Dimana:

α_p = Alpha portofolio

$\sigma_{e p}$ = Risiko unik portofolio

Pengukuran kinerja dari ekuitas Exchange Traded Fund (ETF) menggunakan metode Omega Ratio (Ω) dilakukan dengan rumus sebagai berikut

$$\Omega = \frac{\int_t^\infty (1-F(x))dx}{\int_{-\infty}^t F(x)dx} \dots\dots\dots (9)$$

Setelah hasil dari Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio dan Omega Ratio ditemukan, hasil tersebut akan diurutkan dari nilai tertinggi ke nilai terendah untuk mengetahui mana ETF yang berkinerja terbaik dan yang berkinerja terburuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

No.	Nama ETF	Mean Return	Mean (R-RF)	STDEV	Beta
1	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	0,0129	0,0079	0,0602	0,7872
2	Reksa Dana Premier ETF IDX30	0,0146	0,0095	0,0631	0,7434
3	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	-0,0032	-0,0082	0,0376	0,8024
4	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	-0,0007	-0,0058	0,0409	1,2598
5	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	-0,0245	-0,0296	0,1089	0,3163
6	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	0,0021	-0,0030	0,0416	1,2079
7	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-0,0047	-0,0098	0,0574	1,6682
8	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	0,0014	-0,0037	0,0671	1,7689
9	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	-0,0034	-0,0085	0,0413	1,0242
10	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	-0,0034	-0,0085	0,0513	1,3133
11	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-0,0047	-0,0098	0,0427	0,8185

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 2. Ranking ETF berdasarkan Sharpe Index

Rank	Kode	Nama ETF	Sharpe
1	XIIT	Reksa Dana Premier ETF IDX30	0,1501
2	R-LQ45	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	0,1306
3	XISC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	-0,0552
4	XISR	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	-0,0711
5	XIJI	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	-0,1416
6	XPDV	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	-0,1648

Rank	Kode	Nama ETF	Sharpe
7	XIIF	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-0,1700
8	XPLQ	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	-0,2065
9	XIIC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	-0,2189
10	XPES	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-0,2285
11	XISI	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	-0,2714

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 3. Ranking ETF berdasarkan Treynor Ratio

Rank	Kode	Nama ETF	Treynor
1	XIIT	Reksa Dana Premier ETF IDX30	0,0127
2	R-LQ45	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	0,0100
3	XISC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	-0,0021
4	XISR	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	-0,0024
5	XIJI	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	-0,0046
6	XIIF	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-0,0059
7	XPDV	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	-0,0064
8	XPLQ	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	-0,0083
9	XIIC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	-0,0103
10	XPES	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-0,0119
11	XISI	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	-0,0934

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4. Ranking ETF berdasarkan Jensen Alpha

Rank	Kode	Nama ETF	Jensen Alpha
1	XIIT	Reksa Dana Premier ETF IDX30	0,0132
2	R-LQ45	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	0,0118
3	XISC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	0,0052
4	XISR	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	0,0031
5	XIJI	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	0,0005
6	XIIF	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-0,0014
7	XPDV	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	-0,0018
8	XPLQ	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	-0,0034
9	XIIC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	-0,0042
10	XPES	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-0,0056
11	XISI	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	-0,0280

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 5. Ranking ETF berdasarkan Sortino Ratio

Rank	Kode	Nama ETF	Sortino
1	XISI	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	-0,0655
2	XPLQ	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	-0,1156
3	XISC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	-0,1166
4	XPDV	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	-0,1674
5	XIJI	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	-0,1719
6	XPES	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-0,1747
7	XISR	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	-0,2287
8	XIIC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	-0,2302
9	XIIT	Reksa Dana Premier ETF IDX30	-0,2348
10	R-LQ45	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	-0,2592
11	XIIF	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-0,2644

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 6. Ranking ETF berdasarkan Information Ratio

Rank	Kode	Nama ETF	Information ratio
1	XIIT	Reksa Dana Premier ETF IDX30	0,2234
2	R-LQ45	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	0,2130
3	XISR	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	0,1475
4	XISC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	0,1242
5	XIJI	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	0,0322
6	XIIF	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-0,0474
7	XPDV	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	-0,0555
8	XPLQ	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	-0,1209
9	XIIC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	-0,1446
10	XPES	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-0,1607
11	XISI	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	-0,2581

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 7. Ranking ETF berdasarkan Omega Ratio

Rank	Kode	Nama ETF	Omega
1	XISI	Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18	1,7461
2	R-LQ45	Reksa Dana Premier ETF LQ-45	1,5861
3	XIIC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer	1,3403
4	XPDV	Reksa Dana Pinnacle Core High Dividend ETF	0,6149
5	XPLQ	Reksa Dana Pinnacle Enhanced Liquid ETF	0,5337
6	XISR	Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI	0,3718
7	XIIT	Reksa Dana Premier ETF IDX30	-0,4454
8	XIJI	Reksa Dana Syariah Premier ETF JII	-1,0000

Rank	Kode	Nama ETF	Omega
9	XISC	Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies	-1,0000
10	XIIF	Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial	-2,1446
11	XPES	Pinnacle Enhanced Sharia ETF	-3,3976

Sumber: Data Diolah (2020)

PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Dapat dilihat hasil perhitungan mean return dan rata-rata pengembalian premi (mean R-Rf) yang ditunjukkan tabel 1. ETF yang mampu menghasilkan tingkat pengembalian paling tinggi adalah Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dengan nilai sebesar 0,0146 dan 0,0095. Sedangkan untuk ETF yang memiliki tingkat rata-rata pengembalian dan rata-rata pengembalian premi paling rendah adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai sebesar -0,0245 dan -0,0296. Sedangkan dari sisi standar deviasi yang memiliki nilai paling tinggi adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai 0,1089 dan yang paling rendah adalah Reksa Dana Premier ETF Indonesia Consumer (XIIC) dengan nilai 0,0376. Semakin tinggi nilai dari standar deviasi menunjukkan bahwa ETF tersebut memiliki risiko yang paling tinggi jika dibandingkan dengan ETF lainnya.

Menurut hasil perhitungan yang memiliki beta portofolio paling besar adalah Reksa Dana Premier ETF Indonesia State-Owned Companies (XISC) yaitu sebesar 1,7689 nilai tersebut dianggap bahwa ETF ini sensitif terhadap perubahan pasar saham sedangkan ETF yang menghasilkan nilai beta portofolio paling rendah adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) yaitu sebesar 0,3163 yang menunjukkan bahwa risiko sistematis dari ETF ini sangat rendah dan dianggap tidak sensitif terhadap perubahan pasar saham.

Sharpe Index

Pengukuran kinerja suatu investasi menggunakan metode Sharpe Index akan memperlihatkan bagaimana pengaruh dari risiko total terhadap tingkat pengembalian dari suatu investasi, dimana dalam metode ini semakin tinggi hasil nilai dari Sharpe Index menandakan bahwa portofolio memiliki kinerja yang semakin baik. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 2. Selama periode penelitian tahun 2018-2019 kinerja ETF yang dianggap paling baik jika dibandingkan dengan ETF lainnya adalah Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dengan nilai positif sebesar 0,1501. Sedangkan kinerja ETF yang paling buruk

adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai negatif sebesar -0,2714. Nilai negatif yang diperoleh dalam perhitungan Sharpe Index menandakan bahwa tingkat risiko bebas nilainya lebih besar jika dibandingkan dengan tingkat pengembalian portofolio begitupun sebaliknya. Jadi dalam melakukan investasi investor dapat memilih portofolio dengan nilai Sharpe Index yang paling tinggi.

Treynor Ratio

Pengukuran kinerja menggunakan Treynor Ratio akan menunjukkan bahwa suatu investasi dapat memberikan hasil pengembalian yang lebih baik jika dibandingkan dengan investasi bebas risiko. Hasil evaluasi kinerja dari ETF berdasarkan metode Treynor Ratio seperti hasil yang ditunjukkan dalam tabel 3. menunjukkan selama periode penelitian tahun 2018-2019 terdapat dua ETF yaitu XIIT dan R-LQ45 yang memiliki nilai positif sebesar 0,0127 dan 0,0100. Nilai positif dalam Treynor Ratio menunjukkan bahwa kinerja portofolio lebih baik jika dibandingkan dengan investasi bebas risiko. Hasil evaluasi Kinerja ETF yang paling baik adalah Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dengan nilai positif sebesar 0,0127. Sedangkan ETF yang menunjukkan kinerja paling buruk adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai negatif sebesar - 0,0934.

Jensen Alpha

Pengukuran menggunakan metode Jensen Alpha bertujuan untuk menilai kinerja dari Manajer Investasi apakah telah lebih baik jika dibandingkan dengan kinerja portofolio pasarnya. Berdasarkan perhitungan kinerja ETF menggunakan Jensen Alpha seperti yang ditunjukkan pada tabel 4. dapat dilihat kinerja ETF yang paling baik adalah Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dengan nilai positif sebesar 0,0132. Sedangkan ETF yang menunjukkan nilai paling buruk adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai negatif sebesar - 0,0280. Dalam pengukuran menggunakan metode Jensen Alpha semakin tinggi nilainya, menunjukkan bahwa kinerja portofolio lebih baik jika dibandingkan kinerja dari portofolio pasar begitu pula sebaliknya.

Sortino Ratio

Pada pengukuran Sharpe Index mengasumsikan bahwa pengembalian didistribusikan secara normal, karena itu tidak dapat membedakan antara risiko atas dan risiko sisi bawah. Namun pada kenyataannya para investor lebih khawatir pada risiko yang berada di sisi bawah. Untuk mengatasi hal itu maka muncullah modifikasi atas Sharpe Index yaitu Sortino Ratio, dimana dalam perhitungan Sortino Ratio hanya menggunakan risiko sisi bawah (deviasi downside) untuk menggantikan standar deviasi. Dengan menggunakan

metode pengukuran Sortino Ratio, hasil perhitungan yang ditunjukkan dalam tabel 5. dapat dilihat bahwa nilai dari kinerja ETF yang dihitung menggunakan metode Sortino Ratio tidak ada yang menghasilkan nilai positif. Hasil negatif tersebut menunjukkan bahwa kinerja dari semua ETF tidak lebih baik jika dibandingkan dengan investasi bebas risiko. ETF yang memiliki kinerja paling baik jika dibandingkan dengan ETF lainnya adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai negatif sebesar -0,0655. Sedangkan ETF yang memiliki kinerja paling buruk adalah Reksa Dana Premier ETF Indonesia Financial (XIIF) dengan nilai negatif sebesar -0,2644.

Information Ratio

Penggunaan metode Information Ratio untuk menilai kinerja dari ETF yang ada di BEI pada periode 2018-2019, dapat dilihat dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada tabel 6. tiga ETF yang memiliki kinerja paling baik adalah Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dengan nilai positif sebesar 0,2234 kemudian diikuti dengan Reksa Dana Premier ETF LQ-45 (R-LQ45) dengan nilai 0,2130, Reksa Dana Premier ETF SRI-KEHATI (XISR) dengan nilai 0,1475. Semakin tinggi nilai dari Information Ratio menunjukkan bahwa ETF tersebut memiliki kinerja yang semakin bagus. Sedangkan untuk ETF yang memiliki kinerja paling buruk adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai negatif sebesar - 0,2581.

Omega Ratio

Omega Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung rasio rata-rata antara tingkat keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh investor dengan probabilitas antara keuntungan atau kerugian yang akan diperoleh investor kemungkinan akan sama. Semakin tinggi tingkat pengembalian maka semakin besar pula risiko yang akan diterima. Dengan menggunakan metode perhitungan Omega Ratio, dapat dilihat dari hasil yang ditunjukkan oleh tabel 7. ETF yang memiliki probabilitas mendapatkan keuntungan dan kerugian yang paling besar adalah Reksa Dana Premier ETF SMINFRA18 (XISI) dengan nilai positif sebesar 1,7461. Sedangkan ETF yang memiliki probabilitas mendapatkan keuntungan dan kerugian yang paling kecil adalah Pinnacle Enhanced Shariah ETF (XPES) dengan nilai negatif sebesar -3,3976. Untuk menentukan apakah ETF itu layak atau tidak jika digunakan untuk investasi, maka tidak boleh hanya menggunakan perhitungan menggunakan metode Omega Ratio ini karena rasio ini hanya dapat menghitung rata-rata antara keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh saja, maka diperlukan menggunakan metode-metode perhitungan rasio lainnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum tidak semua Exchange Traded Fund (ETF) dapat menghasilkan premi pengembalian dengan tanda positif, hal itu menunjukkan bahwa kinerja dari ETF tidak lebih baik jika dibandingkan instrumen investasi bebas risiko. Selanjutnya dari hasil analisa perhitungan menggunakan metode Sharpe index, Jensen index, Treynor Ratio, Sortino Ratio, Information Ratio dan Omega Ratio, menunjukkan bahwa sebagian besar kinerja dari Exchange Traded Fund (ETF) di Indonesia pada periode tahun penelitian 2018-2019 masih memiliki kinerja yang kurang baik hal itu ditunjukkan dengan sebagian besar ETF masih memberikan hasil dengan nilai negatif.

Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa dari semua ETF hanya Reksa Dana Premier ETF IDX30 (XIIT) dan Reksa Dana Premier ETF LQ-45 (R-LQ45) yang secara konsisten mampu memberikan hasil kinerja paling baik jika dibandingkan dengan ETF lainnya. Berdasarkan hasil tersebut bagi investor yang tertarik untuk menginvestasikan dananya ke ETF dapat memilih kedua saham ETF tersebut. Sedangkan untuk beberapa ETF yang memiliki kinerja terburuk, Manajer Investasi harus bisa membuat lagi strategi investasi agar ETF tersebut dapat menghasilkan kinerja yang baik. Sedangkan untuk agenda penelitian selanjutnya, bagi peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian di bidang yang sama dapat menggunakan periode penelitian dengan jangka waktu yang lebih panjang serta menggunakan instrumen pengukuran kinerja portofolio yang belum digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisondha, E. 2013. Analisis Perbandingan Kinerja Portofolio Saham dengan Metode Sharpe, Treynor dan Jensen (Studi Kasus Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012). *Jurnal Dinamika Manajemen* 1(4): 262-272. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/1801>
- Azis, N. R., dan Shofawati, A. 2019. Pengukuran Metode Rasio Informasi, Rasio Sortino dan Roy Safety First Ratio Pada Kinerja Reksa Dana Saham Syariah Periode 2015-2017. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 6(8): 1644-1659. <https://dx.doi.org/10.20473/vol6iss20198pp1644-1659>
- Blitz, D., and Huij, J. 2012. Evaluating the Performance of Global Emerging Markets Equity Exchange-Traded Funds. *Emerging Markets Review* 13(2): 149-158. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2012.01.004>

- Blitz, D., Huij, J., and Swinkels, L. 2012. The Performance of European Index Funds and Exchange-Traded Funds. *European Financial Management* 18(4): 649–662. <https://doi.org/10.1111/j.1468-036X.2010.00550.x>
- Cardoso, P. 2019. Exchange-Traded Funds As An Alternative Investment Option. https://doi.org/10.14195/2183-203X_48_1
- Drenovak, M. 2010. Exchange-Traded Funds of the Eurozone Sovereign Debt. *LV*(187). <https://doi.org/10.2298/EKA1087031D>
- Frensidy, Budi. Nainggolan Reynardo, R. 2020. Will the Winner Still Be The Winner? A Study of Equity Mutual Fund Performance in Indonesia. 21(2): 566–577. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11553>
- Jensen, M. C. 1967. The Performance of Mutual Funds in the Period 1945-1964. *The Journal of Finance* 23(2): 389–416. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1968.tb00815.x>
- Keating, C., and Shadewick, W. F. 2002. A Universal Performance Measure. *CFA Digest* 33(1): 51–52. <https://doi.org/10.2469/dig.v33.n1.1222>
- Lestari, W. R. 2016. Kinerja Reksa Dana Saham Syariah Dan Reksa Dana Saham Konvensional. *Jurnal Magister Manajemen* 01(1): 116–128. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/531>
- Marhfor, A. 2016. Portfolio Performance Measurement: Review of Literature and Avenues of Future Research. *American Journal of Industrial and Business Management* 06(04): 432–438. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.64039>
- Markowitz, H. 1952. Portfolio Selection. *Journal of Finance*, 7(1): 77-91. <https://dx.doi.org/10.2307/258476>
- Masrurroh, A. 2014. Konsep Dasar Investasi Reksa Dana. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 1(1). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v1i1.1526>
- Natasya, N., dan Hadi, A. 2019. Penggunaan Omega Rasio Untuk Menganalisis Kinerja Reksa Dana Campuran Konvensional Periode 2014-2017. *JTAM Jurusan Manajemen FEB ULM: JIMI* 2(2): 160–168. <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jim/article/view/1812>
- Pangestuti, I. R. D., Wahyudi, S., dan Robiyanto, R. 2017. Performance Evaluation of Equity Mutual Funds in Indonesia. *Jurnal keuangan dan perbankan*: 21(4). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i4.1503>
- Rambo, J., and Vuuren, G. Van. 2017. An Omega Ratio Analysis of Global Hedge Fund Returns. *Journal of Applied Business Research* 33(3): 565–586. <https://doi.org/10.19030/jabr.v33i3.9947>
- Rini, S., Handayani, S. R., dan Hidayat, R. 2013. Evaluasi Kinerja Portofolio dengan Menggunakan Model Sharpe (Studi pada Perusahaan Yang Listing Pada Indeks LQ 45 di BEI Periode 2012). *Jurnal Administrasi Bisnis* 4(2). <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/197>
- Robiyanto. 2017. Performance Evaluation of Stock Price Indexes in The Indonesia Stock Exchange. *Internasional Research Journal of Business Studies* 10(3): 173-182. <https://doi.org/10.21632/irjbs.10.3.173-182>
- Sharpe, W. F. 1966. Mutual Fund Performance. *Business Ethics: The Magazine of Corporate Responsibility* 12(1): 20–20. <https://doi.org/10.5840/bemag199812115>
- Sortino, F. A., and Price, L. N. 1994. Performance Measurement in A Downside Risk Framework. *The Journal of Investing* 3(3): 59–64. <https://doi.org/10.3905/joi.3.3.59>
- Tuerah, C. 2013. Perbandingan Kinerja Saham LQ 45 Tahun 2012 Menggunakan Metode Jensen, Sharpe dan Treynor. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1(4): 1444–1457. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2925>
- Wulandari, P. A. 2013. Evaluasi Kinerja Reksa Dana Saham Indonesia. *Jurnal Intekna* 3: 227–234. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/view/232/225>

Zulkafli, A. H., Ahmad, Z., dan Eky Ermal, M. 2017. The Performance of Socially Responsible Investments in Indonesia: A study of the Sri Kehati Index (SKI). *Gajah Mada International Journal of Business* 19(1): 59-76. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.17959>

ANALISIS LEVERAGE, DIVIDEND YIELD, ROA DAN EPS TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN LQ45

Latihan Harita⁷

Anton

Sukristanta

Universitas AKI

Abstract

This study aims to analyze the effect of Leverage (DER), Dividend Yield, Return On Assets (ROA), and Earning Per Share (EPS) on Stock Prices. The population in this research are companies included in the LQ45 index during the 2013-2017 period. The sampling method used was purposive sampling and as many as 124 companies as samples during the period 2013-2017. The technique of collecting data is a documentary. Data analysis using regression analysis with SPSS 23. Based on the regression test in this research the results obtained $Y = 2170,748 - 459,706X_1 - 273,485X_2 - 37,474X_3 + 12,573X_4$. The t-test results showed that dividend yield and return on assets (ROA) had a negative and insignificant effect on the stock price. Meanwhile, Leverage (DER) has a negative and significant effect, and Earning Per Share (EPS) has a positive and significant effect on the stock price. The results of the f-test show that simultaneously all variables affect the stock price. The conclusion of this research is that the variables that affect stock prices are DER and EPS, so the higher DER and EPS values will contribute to changes in the stock price of LQ45 companies.

Keywords: Leverage, Dividend Yield, Return On Assets, Earning Per Share, and Stock Price.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Leverage (DER), Dividend Yield, Return On Assets (ROA) dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham. Populasi di dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam indeks LQ45 selama periode 2013-2017. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan sebanyak 124 perusahaan sebagai sampel selama periode 2013-2017. Teknik pengumpulan data bersifat documenter. Analisis data menggunakan analisis regresi dengan SPSS 23. Berdasarkan uji regresi pada penelitian ini diperoleh hasil $Y = 2170,748 - 459,706X_1 - 273,485X_2 - 37,474X_3 + 12,573X_4$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Dividend Yield dan Return On Assets (ROA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham. Sementara itu, Leverage (DER) berpengaruh negatif dan signifikan dan Earning Per Share (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. Serta, hasil dari uji f menunjukkan bahwa secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap Harga Saham. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel yang berpengaruh terhadap harga saham merupakan DER dan EPS sehingga nilai DER dan EPS yang semakin tinggi akan memberikan kontribusi terhadap perubahan harga saham perusahaan LQ45.

Kata kunci: Leverage, Dividend Yield, Return On Assets, Earning Per Share dan Harga Saham.

latihanharita2016@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya setiap perusahaan membutuhkan dana dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Asal sumber pendanaan dalam perusahaan dapat berasal dari sumber internal perusahaan dan sumber eksternal perusahaan. Pendanaan yang berasal dari internal perusahaan misalnya laba ditahan (*retained earning*). Sementara itu, pendanaan yang berasal dari eksternal perusahaan misalnya sumber dana yang berasal dari kreditur yang berarti merupakan hutang perusahaan.

Pasar modal menurut Eduardus Tandelilin (2010) merupakan pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjualbelikan sekuritas, sementara tempat dimana terjadinya jual beli sekuritas disebut dengan bursa efek. Bentuk investasi dalam pasar modal terdiri dari beberapa, yang salah satunya adalah saham. Dalam pasar modal, pihak yang kelebihan dana atau disebut sebagai investor menanamkan modal yang dimiliki dengan membeli saham.

Harga saham juga merupakan salah satu tolak ukur investor dalam mengetahui keadaan perusahaan. Harga saham adalah harga berdasar daripada pasar riil, dan yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung, dengan kata lain jika pasar telah tutup, maka harga pasar yaitu harga pada penutupannya (Musdalifah Azis, 2015).

Harga saham perusahaan-perusahaan LQ45 mengalami perubahan tiap tahunnya, seperti tampak pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Harga Saham

No	Nama Perusahaan	Harga Saham				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Adaro Energy Tbk	1.090	1.040	515	1.695	1.860
2	AKR Corporindo Tbk	4.375	4.120	7.175	6.000	6.350
3	Astra International Tbk	6.800	7.425	6.000	8.275	8.300
4	Bank Central Asia Tbk	9.600	13.125	13.300	15.500	21.900
5	Bank Negara Indonesia (persero) Tbk	3.950	6.100	4.990	5.525	9.900
6	Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk	7.250	2.330	2.285	2.335	3.640
7	Bank Tabungan Negara (persero) Tbk	870	1.205	1.295	1.740	3.570

No	Nama Perusahaan	Harga Saham				
		2013	2014	2015	2016	2017
8	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	7.850	5.388	4.625	5.788	8.000
9	Gudang Garam Tbk	42.000	60.700	55.000	63.900	83.800
10	H.M. Sampoerna Tbk	2.478	2.726	3.760	3.830	4.730

Sumber : Data sekunder (2020)

Menurut Tandelilin (2010), indikator yang penting dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang salah satunya adalah melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan. Rasio solvabilitas (*Leverage*) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya. Sementara rasio yang menggambarkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mengolah hutang dan membayar seluruh kewajibannya adalah *Debt to Equity Ratio* (DER).

Selain menganalisis *Leverage* perusahaan, investor juga melihat besarnya *Dividend* yang akan dibagikan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Kebijakan deviden pada hakikatnya adalah keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham atau ditahan dalam bentuk *Retained Earning* atau investasi dimasa mendatang (Sartono, 2001).

Selain melihat *Dividend*, variabel lain yang berpengaruh terhadap harga saham adalah ROA (*Return On Assets*). *Return On Assets* adalah rasio yang menunjukkan hasil atas penggunaan jumlah aktiva dalam perusahaan (Kasmir, 2014).

Menurut Husnan (2009), tingkat profitabilitas *principal* yang mampu dihasilkan oleh emiten akan mempengaruhi tingkat harga saham, dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk lembar saham *principal* yang beredar dapat dilihat dalam rasio *Earning Per Share* (EPS). *Earning per share* (EPS) atau disebut juga rasio nilai buku, adalah rasio guna mengukur seberapa besar keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham (Kasmir, 2010).

Index LQ45 adalah indeks yang berisi 45 saham paling likuid di pasar modal dengan fundamental kinerja yang baik, dilansir dari CNBCIndonesia.Com. Memiliki nilai transaksi saham yang tinggi menjadikan saham-saham yang terdaftar di indeks LQ45 menjadi pilihan dalam investasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara *Leverage*, *Dividend Yield*, *Return On Assets*, dan *Earning Per Share* terhadap Harga Saham Perusahaan-Perusahaan LQ45 periode 2013-2017.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Teori Agensi Menurut (Jensen dan Meckling, 1976), disebut juga sebagai teori kontraktual yang memandang suatu perusahaan sebagai suatu perikatan kontrak antara anggota-anggota perusahaan. Dalam teori agensi timbul masalah "perilaku yang mementingkan diri sendiri" dalam organisasi. Manajer Sebuah perusahaan relatif memiliki tujuan-tujuan pribadi yang bertentangan dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan para investor atau pemegang saham. Karena manajer memiliki hak untuk mengelola aset perusahaan, sebuah potensi konflik kepentingan muncul antara dua kelompok. Dalam mengurangi konflik antara pemegang saham dan manajer dibutuhkan biaya yang disebut dengan *agency cost* (Jensen dan Meckling, 1976).

Signalling theory menurut (Brigham dan Houston, 2011), merupakan suatu tindakan yang diambil manajemen suatu perusahaan dalam memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut dan mengemukakan tentang bagaimana perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pengguna laporan keuangan (Wolk et al, 2001).

Teori Asimetri merupakan suatu kondisi adanya ketidakseimbangan perolehan informasi baik itu pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan stakeholder pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*). Terdapat asimetri informasi antara manajer dengan pihak luar manajer, dimana pihak manajer mempunyai informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi perusahaan dibandingkan dengan pihak luar (Myers dan Majluf, 1977).

Harga saham menurut Sartono (2011) adalah harga yang terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Begitu sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun. Artinya, naik turunnya harga saham yang diperjual belikan di bursa ditentukan oleh bagaimana kekuatan permintaan dan penawaran itu sendiri.

Menurut Irham Fahmi (2012), *leverage* merupakan ukuran yang digunakan dalam menganalisis laporan keuangan untuk menunjukkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor. Ada beberapa rasio yang dapat dijadikan sebagai indikator dari besarnya *leverage* dan dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai indikator dari penelitian terhadap *leverage*, karena DER mampu memberikan informasi kepada investor dimana dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan berinvestasi.

Keuntungan dari investasi yang dilakukan oleh investor adalah sesuatu yang diharapkan dengan dilakukannya penanaman modal dalam suatu perusahaan. *Dividend yield* merupakan besarnya tingkat pengembalian berupa deviden atas investasi yang telah ditanamkan investor (Khurniaji, 2013). *Dividend yield* adalah suatu cara untuk menentukan seberapa besar suatu perusahaan dalam membagikan deviden kepada pemilik saham dilihat dari harga sahamnya yang sekarang.

Salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan adalah ROA. Fahmi (2012), menyatakan bahwa Return On Assets digunakan untuk melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan dapat memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan harapan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

Darmadji & Fakhrudin (2012) menyatakan bahwa *Earning Per Share* (EPS) adalah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk setiap lembar saham yang beredar. Sementara itu, Irham Fahmi (2012) mengemukakan juga bahwa *Earning Per Share* merupakan bentuk pemberian keuntungan bagi para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *Earning Per Share* (EPS) adalah rasio untuk mengukur seberapa besar keuntungan bagi para pemegang saham.

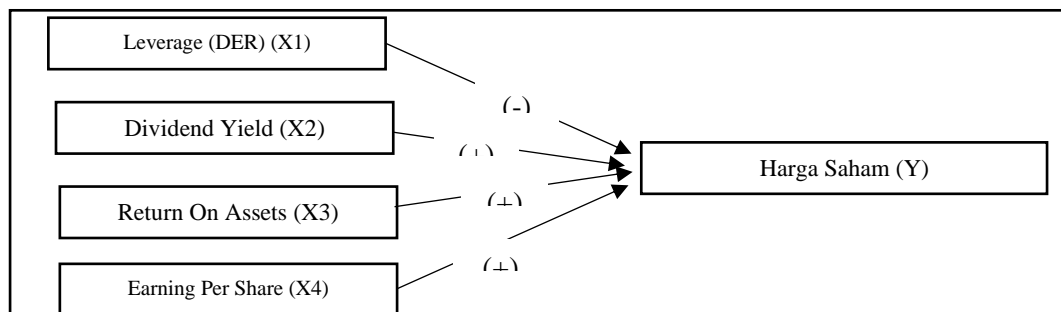
Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Nama & Judul peneliti	Variabel penelitian	Metode Analisis	Hasil penelitian
Ummu Putriana Hanie dan Muhammad Saifi (2018), tentang Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio <i>Leverage</i> Terhadap Harga Saham Studi Pada Perusahaan	Variabel independen : - <i>Current Ratio</i> (X1) - <i>Quick Ratio</i> (X2) - DER (X3) Variabel dependen : - harga saham	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara simultan, variabel bebas berpengaruh terhadap harga saham. Selain itu, variabel CR, QR, dan DER berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Nama & Judul peneliti	Variabel penelitian	Metode Analisis	Hasil penelitian
Index LQ45 Periode 2014-2016.			
Dewi Rosa Indah (2017), tentang Pengaruh <i>Earning Per Share</i> Terhadap Harga Saham PT. Bank Mega Tbk.	Variabel independen: - <i>Earning Per Share</i> Variabel dependen - Harga Saham	Analisis Regresi Linear sederhana	<i>Earning Per Share</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham PT. Bank Mega Tbk.
Ricky Eko Prakoso (2016), tentang Pengaruh <i>Dividend Yield</i> , DPR, EPS, ROE Dan Size Terhadap Harga Saham Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI periode 2012-2014.	Variabel independen : - <i>Dividend Yield</i> - DPR - EPS - ROE - Size. Variabel dependen: - Harga Saham	Analisis Regresi Linear Berganda	<i>Dividend Yield</i> , DPR, EPS dan ROE berpengaruh secara signifikan, sementara <i>Size</i> tidak berpengaruh.
Rosdian Widiawati Watung dan Ventje Ilat (2016), tentang Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Net Profit Margin</i> (NPM), Dan <i>Earning Per Share</i> (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015.	variabel Independen: - <i>Return On Assets</i> (ROA) - <i>Net Profit Margin</i> (NPM) - <i>Earning Per Share</i> (EPS) Variabel Dependen : - Harga Saham	Analisis Regresi Linear Berganda	ROA, NPM dan EPS, berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, secara simultan dan parsial.

Sumber : Data sekunder (2020)

Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Leverage (DER) Terhadap Harga Saham

Menurut Tandelilin (2010), salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan di masa mendatang adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan, sehingga rasio ini merupakan faktor yang mendapat perhatian penting bagi investor dalam menilai suatu perusahaan. Rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya adalah rasio solvabilitas (*Leverage*).

Silviana Agustami dan Pitriani Syahida (2019), tentang Pengaruh Nilai Pasar, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013—2017). Hasil penelitian diperoleh bahwa nilai pasar berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham, sedangkan leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham.

Berbeda dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Pujo Gunarso (2014), tentang Laba Akuntansi, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Di Bursa Efek Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa laba akuntansi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Sementara, Leverage tidak berpengaruh terhadap harga saham.

H1 : *Leverage* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga saham

Pengaruh *Dividend Yield* Terhadap Harga Saham

Menurut Musdalifah Azis (2015), “Harga saham adalah harga pada pasar riil, dan merupakan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya”.

Ricky Eko Prakoso (2016), tentang Pengaruh *Dividend Yield*, DPR, EPS, ROE Dan Size Terhadap Harga Saham Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI periode 2012-2014. Diperoleh hasil bahwa *Dividend Yield*, DPR, EPS dan ROE berpengaruh secara signifikan, sementara Size tidak berpengaruh.

Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh William Agung Wagiri (2013), tentang Pengaruh *Dividend Yield*, B/M (*Book to Market*) Dan *Earning Yield* Terhadap Harga Saham Perusahaan Pada Sektor Aneka Industri Periode 2007-2011,

yang memperoleh hasil bahwa *Dividend Yield* dan *Book To Market* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap harga saham dan *Earning Yield* berpengaruh positif signifikan.

H2 : *Dividend Yield* berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham

Pengaruh *Return On Assets* (ROA) Terhadap Harga Saham

Menurut Hartono (2013) “Harga saham adalah harga suatu saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal”.

Penelitian Rosdian Widiawati Watung dan Ventje Ilat (2016), tentang Pengaruh *Return On Assets* (ROA), *Net Profit Margin* (NPM), Dan *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. Diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa ROA, NPM dan EPS, berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham, secara simultan dan parsial.

Berbeda dengan penelitian dari Ni Komang Santi Ani, Trianasari, Wayan Cipta (2019) tentang Pengaruh ROA Dan ROE Serta EPS Terhadap Harga Saham Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di BEI, yang memperoleh hasil bahwa ROA berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham, sementara ROE berpengaruh positif dan signifikan serta EPS berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga saham.

H3 : Return On Asset (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham
Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham

Menurut Musdalifah Azis (2015), “Harga saham adalah harga pada pasar riil, dan merupakan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupannya”.

Penelitian Fica Marcellyna dan Titin Hartini (2013), tentang Pengaruh *Earning Per Share* (Eps) Terhadap Harga Saham LQ-45 Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan dari penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Earning Per Share* (EPS) terhadap harga saham LQ-45 di BEI. kesimpulan dari penelitian ini adalah *Earning Per Share* (EPS) memiliki pengaruh terhadap harga saham perusahaan yang terdaftar dalam LQ-45 di BEI.

Hasil yang berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Imelda Khairani (2016), tentang Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) dan *Deviden Per Share* terhadap Harga Saham Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2013, yang memperoleh hasil secara serempak maupun parsial tidak ada pengaruh

variabel bebas terhadap variabel terikatnya, dengan kata lain bahwa *earning per share* dan *dividen per share* tidak berpengaruh terhadap harga saham pada sektor pertambangan.

H4 : *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham

METODA

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan LQ45. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yang merupakan metode pemilihan sampel didasarkan pada beberapa kriteria-kriteria tertentu, meliputi : (1) Terdaftar dalam indeks LQ45 dalam periode pengamatan, yakni dari tahun 2013 – 2017, (2) Perusahaan yang membagikan dividen selama periode tahun 2013-2017, (3) Perusahaan yang mempunyai data lengkap terkait harga saham selama tahun 2013-2017, (4) Perusahaan yang dalam laporan keuangannya memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian, (5) Sampel mewakili populasi yang ada.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 184 dengan periode pengamatan selama 5 tahun. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah bersifat *documenter*, yang berupa data sekunder yaitu dengan cara mengunduh data laporan ringkasan kinerja keuangan dari dari website resmi www.idx.co.id.

Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3. Defenisi Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Status Variabel	Definisi Operasional	Skala Ukuran	Cara Mengukur
1	Harga Saham	Dependen (Y)	Harga yang terbentuk di pasar jual beli saham.	Rasio	<i>Closing Price</i>
2	<i>Leverage</i>	Independen (X1)	Kemampuan perusahaan meningkatkan pendapatan pemegang saham melalui penggunaan dana yang memiliki beban tetap.	Rasio	$\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$

No	Nama Variabel	Status Variabel	Definisi Operasional	Skala Ukuran	Cara Mengukur
3	<i>Dividend Yield</i>	Independen (X2)	Menentukan seberapa besar suatu perusahaan dalam membagikan deviden kepada pemilik saham dilihat dari harga sahamnya yang sekarang.	Rasio	$\frac{\text{Dividend per share}}{\text{Harga Saham}}$
4	ROA	Independen (X3)	Rasio untuk mengukur seberapa mampu perusahaan mengelola aktiva yang dimiliki dalam rangka untuk menghasilkan laba bagi perusahaan tersebut.	Rasio	$\frac{EAT}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$
5	EPS	Independen (X4)	Rasio untuk mengukur seberapa besar keuntungan bagi para pemegang saham	Rasio	$\frac{EAT}{\text{jumlah saham beredar}}$

Sumber : Data diolah, 2020.

Metode Analisis Data

Untuk mengetahui apakah *Leverage*, *Dividend Yield*, *Return On Assets* dan *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham baik secara parsial maupun secara simultan, maka digunakan analisis regresi linear berganda dengan melakukan pengujian asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari : Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi dan Uji Heterokedastisitas. Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Harga Saham)

X₁ = Variabel bebas (*Leverage*)

X₂ = Variabel bebas (*Dividend Yield*)

X₃ = Variabel bebas (*Return On Assets*)

X₄ = Variabel bebas (*Earning Per Share*)

β₀ = Konstanta

β₁, β₂, β₃, β₄, = Koefisien masing-masing variabel bebas

e = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan dalam penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER (X1)	128	,15	5,60	1,3987	1,35570
YIELD (X2)	128	,27	6,40	2,0228	1,27538
ROA (X3)	128	,45	32,07	8,4985	6,63574
EPS (X4)	128	-2,75	1.051,37	244,1427	263,72382
Harga Saham (Y)	128	44	16.950	3.711,84	3.666,632
Valid N (listwise)	128				

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 4. Di atas, menunjukkan bahwa bahwa jumlah data dalam penelitian (N) adalah 128 data dan dari hasil tersebut diperoleh bahwa : (1) Variabel *Leverage* (DER) (X1) memiliki nilai minimum 0,15 dan nilai maksimum 5,60 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,3987, serta nilai standar deviasi sebesar 1,35570 dari jumlah data sebanyak 128 selama tahun 2013-2017, (2) Variabel *Dividend Yield* (X2) memiliki nilai minimum 0,27 dan nilai maksimum 6,40 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,0228, serta nilai standar deviasi sebesar 1,27538 dari jumlah data sebanyak 128 selama tahun 2013-2017, (3) Variabel *Return On Assets* (ROA) (X3) memiliki nilai minimum 0,45 dan nilai maksimum 32,07 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 8,4985, serta nilai standar deviasi sebesar 6,63574 dari jumlah data sebanyak 128 selama tahun 2013-2017, (4) Variabel *Earning Per Share* (EPS) (X4) memiliki nilai minimum -2,75 dan nilai maksimum 1.051,37 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 244,1427, serta nilai standar deviasi sebesar 263,72382 dari jumlah data sebanyak 128 selama tahun 2013-2017, (5) Variabel Harga Saham (Y) memiliki nilai minimum 44 dan nilai maksimum 16.950 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3.711,84, serta nilai standar deviasi sebesar 3.666,632 dari jumlah data sebanyak 128 selama tahun 2013-2017.

Uji Asumsi Klasik

Dalam hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, data penelitian tidak lulus uji normalitas, dan uji autokorelasi. Sehingga, data penelitian menggunakan transformasi dengan dua Langkah. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan transformasi data.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
DER (X1)	.019	123	.200*	.995	123	.960
YIELD (X2)	.020	123	.200*	.996	123	.988
ROA (X3)	.014	123	.200*	.998	123	1.000
EPS (X4)	.011	123	.200*	.999	123	1.000
Harga Saham (Y)	.017	123	.200*	.998	123	1.000

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Hasil data olahan SPSS, 2020

Berdasarkan dari tabel 5. di atas, diperoleh hasil bahwa besarnya Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk variabel DER, Yield, ROA, EPS dan Harga Saham adalah $0,200 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi dengan normal.

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas :

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2170.748	583.888		3.718	.000		
DER (X1)	-459.706	183.524	-.170	-2.505	.014	.568	1.762
YIELD (X2)	-273.485	172.072	-.094	-1.589	.115	.752	1.330
ROA (X3)	-37.474	37.579	-.069	-.997	.321	.541	1.849
EPS (X4)	12.573	.832	.877	15.110	.000	.777	1.287

a. Dependent Variable: Harga Saham (Y)

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Berdasarkan dari tabel 6 diatas, diperoleh bahwa, nilai tolerance dan VIF seluruh variabel independen diatas 0,1 dan dibawah 10. Maka dari itu model regresi ini tidak menunjukkan terjadinya multikolinearitas.

Berikut adalah hasil uji heterokedastisitas :

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	993.713	381.154	Beta	2.607	.010
	DER (X1)	102.815	119.802	.103	.858	.393
	YIELD (X2)	-49.702	112.326	-.046	-.442	.659
	ROA (X3)	39.564	24.531	.199	1.613	.109
	EPS (X4)	.314	.543	.060	.578	.565

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Berdasarkan dari tabel 7 di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh oleh seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Berikut hasil uji autokorelasi :

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.831 ^a	.691	.680	1979.18392	1.965

a. Predictors: (Constant), EPS (X4), DER (X1), YIELD (X2), ROA (X3)

b. Dependent Variable: Harga Saham (Y)

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,965. Berdasarkan tabel DW dengan nilai signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n) = 124, dan jumlah variabel (k) = 4 menghasilkan nilai dL = 1.6409, dan nilai dU = 1,7739. Nilai 4-Du = 2,2261 sehingga nilai Durbin-Watson sebesar 1,965 berada di antara nilai dU dan 4-dU. $1,7739 < 1,965 < 2,2261$. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Berikut ini adalah hasil uji statistik F :

Tabel 9. Hasil Uji Statistik F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1032238796.687	4	258059699.172	65.879	.000 ^b
	Residual	462225939.832	118	3917168.982		
	Total	1494464736.519	122			

a. Dependent Variable: Harga Saham (Y)

b. Predictors: (Constant), EPS (X4), DER (X1), YIELD (X2), ROA (X3)

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Berdasarkan dari tabel 9, diperoleh bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu *Leverage* (DER), *Dividend Yield*, *Return On Assets* (ROA), dan *Earning Per Share* (EPS) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap Harga Saham.

Berikut hasil uji statistik t :

Tabel 10. Hasil Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2170.748	583.888		3.718	.000
	DER (X1)	-459.706	183.524	-.170	-2.505	.014
	YIELD (X2)	-273.485	172.072	-.094	-1.589	.115
	ROA (X3)	-37.474	37.579	-.069	-.997	.321
	EPS (X4)	12.573	.832	.877	15.110	.000

a. Dependent Variable: Harga Saham (Y)

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Dari hasil analisis regresi linear berganda, dengan program SPSS seperti yang ada pada tabel 10, dapat disimpulkan bahwa variabel *Leverage* dan *Earning Per Share* berpengaruh terhadap Harga Saham karena nilai signifikansi < 0,05. Sementara itu, variabel *Dividend Yield* dan *Return On Assets* tidak berpengaruh karena nilai signifikansi yang > 0,05. Berikut ini adalah persamaan regresi linear berganda yang dapat dibentuk dalam penelitian ini berdasarkan pada Tabel 10 :

$$Y = 2170,748 - 459,706X1 - 273,485X2 - 37,474X3 + 12,573X4$$

1. Nilai konstanta sebesar 2170,748 yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel independen ($X_1, X_2, X_3, X_4 = 0$) maka harga saham sebesar 2170,748.
2. Nilai koefisien regresi untuk *Leverage* (DER) (X_1) sebesar -459,706 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan *Leverage* sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka akan menurunkan Harga Saham (Y) sebesar -459,706.
3. Nilai koefisien regresi untuk *Dividend Yield* (X_2) sebesar -273,485 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan *Dividend Yield* sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka akan menurunkan Harga Saham (Y) sebesar -273,485.
4. Nilai koefisien regresi untuk *Return On Assets* (X_3) sebesar -37,474 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan *Return On Assets* sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka akan menurunkan Harga Saham (Y) sebesar -37,474.
5. Nilai koefisien regresi untuk *Earning Per Share* (X_4) sebesar 12,573 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan *Earning Per Share* sebesar 100% dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka akan meningkatkan Harga Saham (Y) sebesar 12,573.

Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil koefisien determinasi :

Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.691	.680	1979.18392

a. Predictors: (Constant), EPS (X4), DER (X1), YIELD (X2), ROA (X3)

Sumber : Hasil data olahan SPSS (2020)

Dilihat dari Tabel 11 di atas, diperoleh hasil bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,680 atau 68% yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square*. Hal ini demikian menunjukkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yaitu DER, *Yield*, ROA, dan EPS mampu menjelaskan variasi variabel terikat dalam hal ini adalah Harga Saham sebesar 68%. Sementara itu, sebanyak 32% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, dapat dibuktikan bahwa variabel bebas yaitu yaitu *Leverage* (DER), *Dividend Yield*, *Return On Assets* (ROA), dan *Earning Per Share* (EPS) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap Harga Saham. Penjelasan dari masing-masing hubungan adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *Leverage* (DER) Terhadap Harga Saham

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan besarnya nilai (β_1) adalah -459,706. Nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan arah negatif antara *Leverage* (DER) terhadap Harga Saham. Dari tabel juga menunjukkan bahwa t hitung sebesar -2,505 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014 kurang dari 0,05, artinya *Leverage* (DER) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Harga Saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silviana Agustami dan Pitriani Syahida (2019) serta penelitian Ummu Putriana Hanie dan Muhammad Saifi (2018), dimana *leverage* berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

2. Pengaruh *Dividend Yield* Terhadap Harga Saham

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan besarnya nilai (β_2) adalah -273,485. Nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan arah negatif antara *Dividend Yield* dengan Harga Saham. Dari tabel juga menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -1,589 dengan nilai signifikansi 0,115 atau lebih besar dari 0,05, yang artinya bahwa *Dividend Yield* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh William Agung Wagiri (2013), dimana *Dividend Yield* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap harga saham.

3. Pengaruh *Return On Assets* (ROA) Terhadap Harga Saham

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan besarnya nilai (β_3) adalah -37,474. Nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan arah negatif antara *Return On Assets* (ROA) dengan Harga Saham. Dari tabel juga menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar -0,997 dengan signifikansi 0,321 atau lebih besar dari 0,05, yang artinya bahwa *Return On Assets* (ROA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Harga Saham. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ni Komang Santi Ani, Trianasari, Wayan Cipta (2019), penelitian Gerald Edsel Yermia Egam, Ventje Ilat dan Sonny Pangerapan (2017) dan penelitian Reynard Valentino

dan Lana Sularto (2013), dimana ROA berpengaruh tidak signifikan terhadap harga saham.

4. Pengaruh *Earning Per Share* (EPS) Terhadap Harga Saham

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan besarnya nilai (β_4) adalah 12,573. Nilai koefisien regresi tersebut menunjukkan arah positif antara *Earning Per Share* (EPS) dengan Harga Saham. Dari tabel juga diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 15,110 dengan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05, yang artinya bahwa *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosdian Widiawati Watung dan Ventje Ilat (2016), penelitian Reynard Valentino dan Lana Sularto (2013) dan penelitian Fica Marcellyna dan Titin Hartini (2013), dimana *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

SIMPULAN

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu yaitu Leverage (DER), Dividend Yield, Return On Assets (ROA), dan Earning Per Share (EPS) berpengaruh terhadap Harga Saham perusahaan-perusahaan LQ45 periode 2013-2017. Secara parsial, variabel Leverage (DER) dan Earning Per Share (EPS) yang berpengaruh terhadap Harga Saham perusahaan-perusahaan LQ45 periode 2013-2017.

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan. Dalam penelitian ini menggunakan variabel *Leverage* (DER), *Dividend Yield*, *Return On Assets* (ROA), dan *Earning Per Share* (EPS). Dan masih banyak kemungkinan variabel lain yang dapat memengaruhi Harga Saham seperti inflasi dan tingkat suku bunga.

Objek penelitian dan tahun pengamatan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan LQ45 periode 2013-2017, sehingga baiknya penelitian selanjutnya dapat menambahkan tahun pengamatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustami, S., & Syahida, P. (2019). Pengaruh Nilai Pasar, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013—2017). *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 84–103. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i2.52>
- Agustian, Widi. (2016). Pentingnya Investor Mengerti Cara Menganalisa Saham. <https://idxchannel.okezone.com/read/2016/09/07/278/1483834/pentingnya-investor-mengerti-cara-menganalisa-saham>. (Diakses pada tanggal 30 september 2020).

- Ani, N. K. S., Trianasari, & Cipta, W. (2019). Pengaruh ROA dan ROE serta EPS Terhadap Harga Saham Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 148–157.
- Anonim. (2017). Struktur Organisasi Bursa Efek Indonesia Uraian Tugas Job Description Bursa Efek Indonesia. <https://text-id.123dok.com/document/ozlmp0ry-struktur-organisasi-bursa-efek-indonesia-uraian-tugas-job-description-bursa-efek-indonesia.html>. (Diakses pada tanggal 20 Oktober 2020).
- Ariyanti, S., Topowijono, T., & Sulasmiyati, S. (2016). PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP HARGA SAHAM (Studi pada Perusahaan Konstruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 35(2), 181–188.
- Bathala Chenchuramaiah, T. et, al. 1994. "Manajerial Ownership, Debt Policy, and the Impact of Institutional Holdings : An Agency Perspective. *Financial Management (Online)*" Vol. 23 No.3.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Efendi, F. M., & Ngatno, N. (2018). Pengaruh Return On Assets (ROA Terhadap Harga Saham dengan Earning PerShare (EPS) sebagai Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22568>.
- Eisenhardt, Kathleem. (1989). Agency Theory: An Assesment and Review. *Academy of Management Review*, 14. Hal 57-74.
- Elviani, S., Simbolon, R., & Dewi, S. P. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 29–39.
- Ermiami, C., Amanah, D., Harahap, D. A., & Siregar, E. S. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2017. *Niaga*, 8(2), 131. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14366>.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Bandung : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, S., & Suriyany. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 3(02), 61–70.
- Gunarso, P. (2014). Laba Akuntansi, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 63–71.
- Hanie, U. P. (2018). Pengaruh rasio likuiditas dan rasio leverage terhadap harga saham studi pada perusahaan indeks LQ45 periode 2014-2016. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 95–102.
- Harahap, D. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga saham Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Analytica Islamica*, 5(2), 342–367.
- Hidayat, Anwar. (2012). Pengertian dan Penjelasan Penelitian Kuantitatif – Lengkap. [https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html#:~:text=Metode%20Penelitian%20Kuantitatif,Definisi%20Penelitian%20Kuantitatif,Metodologi%20Penelitian%20Kualitatif%20dan%20Kuantitatif\).kuantitatif](https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html#:~:text=Metode%20Penelitian%20Kuantitatif,Definisi%20Penelitian%20Kuantitatif,Metodologi%20Penelitian%20Kualitatif%20dan%20Kuantitatif).kuantitatif). (Diakses pada tanggal 4 Oktober 2020).
- Himawan, F. (2007). Pengaruh Earning Per Share (EPS) Dan Dividend Yield (DY) Terhadap Saham Perusahaan Pengakuisisi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Jakarta. Skripsi.
- IDXCHANNEL.COM. (2019). Menanti Keuntungan Dividen Saham. <https://idxchannel.okezone.com/read/2019/11/29/278/2135875/menanti-keuntungan-dividen->

-
- Seputar Pengetahuan. (2017). 22 Pengertian Pasar Modal Menurut Para Ahli (Bahas Lengkap). <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/10/pengertian-pasar-modal-menurut-para-ahli.html>. (Diakses pada tanggal 9 September 2020).
- Sidauruk, R. (2017). Pengaruh Likuiditas Dan Leverage Terhadap Rentabilitas Ekonomi Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Financial*, 3(2), 10-18.
- SITOINK'S BLOG. (2012). Jenis Order Saham. <https://sitoink.wordpress.com/2012/04/23/jenis-order-saham/#:~:text=Dalam%20melakukan%20transaksi%20jual%20maupun,order%20dan%20stop%20limit%20order.%20bab%204%20jenis%20order%20saham>. (Diakses pada tanggal 6 Oktober 2020).
- STUDYLIB. (2013). Pengertian Teori Agensi Teori Keagenan (Agency). <https://studylid.com/doc/1071829/a.-pengertian-teori-agensi-teori-keagenan--agency%20teori%20agency>. (Diakses pada tanggal 3 Oktober 2020).
- Syaputra, Holis. (2020). Mempelajari Benefit Pasar Modal. <https://blog.astronacci.com/blog/read/mengenal-pasar-tunai-pada-perdagangan-saham-yuk%20psr%20tunai>. (Diakses pada tanggal 5 Oktober 2020).
- Templeton, G. F. (2011). A two-step approach for transforming continuous variables to normal: Implications and recommendations for IS research. *Communications of the Association for Information Systems*, 28(1), 41-58. <https://doi.org/10.17705/1cais.02804>.
- Wagiri, W. A. (2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap harga saham yang diprosikan dengan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(1), 1-27.
- Watung, R., & Ilat, V. (2016). Pengaruh Return on Asset (Roa), Net Profit Margin (Npm), Dan Earning Per Share (Eps) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 518-529. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i2.13108>.
- Wolk, et al (2001). "Signaling, Agency Theory, Accounting Policy Choice". *Accounting and Business Research*. Vol. 18. No 69:47-56.
www.idx.co.id

ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA REKSA DANA SYARIAH DAN KONVENSIONAL SELAMA PANDEMI COVID-19

Anisha Cahyaningrum⁸

Apriani Dorkas Rambu Atahau, SE., MCom., Ph.D.

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to evaluate the performance of Islamic and conventional mutual funds during the Covid-19 pandemic. 10% of each type of active mutual fund listed on the official Financial Service Authority (FSA) website is taken as sample. Using Sharpe Ratio, Traynor Ratio, and Jensen Ratio methods to analyse data, the results shows that Islamic mutual funds have better performance than conventional mutual funds. Thus, investors can consider Islamic mutual funds as a profitable investment alternative.

Keywords: Islamic mutual funds, Conventional mutual funds, Covid-19

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja reksa dana syariah dan konvensional selama pandemi Covid-19. 10% dari setiap jenis reksa dana aktif yang terdaftar di situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diambil sebagai sample. Dengan menggunakan metode Sharpe Ratio, Traynor Ratio, dan Jensen Ratio untuk menganalisis data, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa reksa dana syariah memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan reksa dana konvensional. Dengan demikian investor dapat mempertimbangkan reksa dana syariah sebagai alternatif investasi yang menguntungkan.

Kata kunci: Reksa dana syariah, Reksa dana konvensional, Covid-19

PENDAHULUAN

Selama pandemi Covid-19 perekonomian Indonesia mengalami penurunan hingga kuartal II 2020 GDP Indonesia mencapai -5,32 persen yang berpotensi resesi (Uly, 2020). Pandemi Covid-19 membatasi produktivitas para pekerja, sehingga berdampak pada sisi penawaran maupun permintaan barang dan jasa. Penurunan penawaran akan memicu inflasi karena berkurangnya pasokan barang dan jasa. Di sisi lain melemahnya daya beli masyarakat akibat banyaknya pekerja yang mengalami PHK berdampak pada penurunan permintaan barang dan jasa (Mukaromah, 2020). Pada kondisi krisis, investasi dapat menjadi peluang untuk membantu masyarakat untuk bertahan. Reksa dana merupakan salah satu alternatif investasi di masa krisis terutama bagi pemula karena lebih mudah dijangkau (Putriadita, 2020). Reksa dana memberikan investor terutama bagi pemula

⁸ cahyaningrumanisha0@gmail.com

banyak keuntungan dengan mekanisme kerja reksa dana dalam berinvestasi. Peningkatan transaksi reksa dana menunjukkan terjadinya peningkatan minat terhadap reksa dana yang dibuktikan dengan bermunculannya produk reksa dana di pasar, sehingga para investor perlu memahami kinerja reksa dana (Qomariah *et al.*, 2016).

Qomariah *et al.* (2016) menyatakan bahwa reksa dana dapat meminimalkan risiko investasi dengan pengumpulan dana investor yang kemudian diinvestasikan dengan berbagai cara. Metode pengumpulan dana membuat para investor dapat mengeluarkan dana yang tidak terlalu besar dengan manajer investasi profesional untuk mengelolanya, sehingga menguntungkan investor dalam menilai sekuritas dan kondisi ekonomi (Ahdiyati Agus Susilo, 2017). Keunggulan lain reksa dana adalah dana dapat ditarik kapan saja dan masih ada peluang investor mendapatkan *capital gain*. Pengelolaan reksa dana terdapat dua pihak eksternal yang profesional yaitu manajer investasi (IM) dan Bank Kustodian. Manajer investasi bertugas untuk mengelola portofolio dan memutuskan semua keputusan mengenai investasi dan Bank Kustodian bertugas sebagai penyimpan surat berharga dan penatausahaan (Pangestuti *et al.*, 2017).

Reksa dana terbagi menjadi 2 jenis sesuai dengan tujuan investasi investor, yaitu: reksa dana konvensional dan reksa dana syariah. Investasi reksa dana konvensional berprinsip dengan berinvestasi di berbagai sarana investasi saham obligasi dan surat berharga lainnya dengan cara yang sesuai dengan ketentuan OJK (Bareksa, 2020). Reksa dana konvensional dibagi menjadi 2 jenis yaitu tertutup dan terbuka. Reksa dana tertutup hanya dijual pada pasar primer saja dan ada kemungkinan dibeli kembali oleh penerbit, sedangkan tertutup diperjual belikan sampai pasar sekunder dan tidak akan dibeli kembali oleh penerbit (Sari, 2018).

Munculnya reksa dana syariah mampu memenuhi kebutuhan investor yang ingin berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah. Berdasarkan data statistik OJK pertumbuhan reksa dana syariah terus naik dari tahun 2015 sampai Agustus 2020 meski di tengah kondisi krisis akibat pandemi (OJK, 2020). Transaksi reksa dana juga mengalami peningkatan melalui berbagai media *platform* mencapai 27 kali lipat selama 2 tahun kebelakang (Kompas, 2020).

Perbedaan antara reksa dana konvensional reksa dana syariah terdapat pada kegiatan operasional dan pembentukan portofolio yang berdasar pada tata cara syariah (Sari, 2018). Pada reksa dana syariah terdapat satu pihak eksternal tambahan yang bertugas mengawasi dan mengarahkan manajer investasi untuk menjalankan prinsip

syariah yaitu Dewan Syariah (Ahdiyat Agus Susilo, 2017). Perbedaan tersebut diduga menimbulkan perbedaan reaksi pada kondisi krisis keuangan. Pada krisis keuangan, reksa dana syariah tidak mudah terpengaruh pada pergerakan pasar karena portofolio investasinya terfokus pada instrument yang lebih stabil karena adanya larangan sistem riba, dan ketidakpastian, sehingga keuntungan dapat maksimal dengan risiko ketidakpastian rendah (Shaliza Alwi et al., 2019).

Sudah banyak peneliti yang meneliti topik ini seperti Abd. Majid dan Maulana, (2012) yang menyatakan kinerja reksa dana syariah lebih rendah dengan metode DEA dan GLS. Temuan Abd. Majid dan Maulana, (2012) diperkuat dengan Esfarenza *et al.* (2018) yang menyatakan kinerja reksa dana konvensional tahun 2013-2016 lebih baik dari IHSG. Yudanto (2017) menemukan temuan yang sama bahwa kinerja reksa dana konvensional lebih tinggi sedikit dari syariah pada krisis 2008, tapi pada krisis 2013 kinerja reksa dana syariah lebih unggul.

Berbeda dengan peneliti sebelumnya penelitian Ahmed dan Siddiqui (2018) di Pakistan menyimpulkan bahwa reksa dana syariah lebih baik dalam penyesuaian risiko, sehingga hasil analisa kinerja reksa dana syariah lebih baik dari konvensional di periode krisis, non krisis, dan gabungan. Pangestuti *et al.* (2017) menemukan bahwa reksa dana berisiko lebih tinggi dari reksa dana syariah. Temuan ini didukung oleh Firman dan Yasa (2019) yang menyatakan bahwa kinerja reksa dana syariah lebih baik dari reksa dana konvensional di kondisi krisis atau tidak dengan menggunakan metode *Sharpe Ratio*. Shaliza Alwi *et al.*, (2019) menyatakan temuan yang sama bahwa kinerja reksa dana syariah sedikit lebih baik dari konvensional pada dua periode krisis keuangan di Malaysia. Kinerja reksa dana syariah didorong dengan *turnover ratio*, *fund size*, *fund age*, dan *fund selection* secara positif dan *expenses ratio* secara negatif (Mulyawan, 2017). Berbeda dengan peneliti-peneliti sebelumnya Huda *et al.* (2018) meneliti menggunakan metode *Sharpe*, *Treynor*, *Jensen*, *M² measure*, dan *T² measure* menemukan bahwa tidak ada perbedaan kinerja yang didukung oleh Sekarini dan Istutik (2019).

Temuan-temuan yang berasal dari peneliti sebelumnya memiliki kesimpulan yang beragam. Namun belum ada yang meneliti dampak Pandemi *Covid-19* terhadap kinerja reksa dana, sehingga menimbulkan celah untuk dilakukannya penelitian ini. Persoalan dari penelitian ini adalah bagaimana perbandingan kinerja reksa dana syariah dan reksa dana konvensional selama pandemi *Covid-19*? Tujuan dari dilakukannya

penelitian ini untuk menguji kinerja reksa dana syariah dan reksa dana konvensional selama pandemi *Covid-19*.

Hasil dari penelitian analisis perbandingan kinerja reksa dana syariah dan reksa dana konvensional selama pandemi *Covid-19* dapat menambah literatur untuk pengembangan teori maupun edukasi. Para investor dapat memanfaatkan hasil ini sebagai pertimbangan saat akan melakukan kegiatan investasi pada reksa dana. Sehingga para investor dapat mengetahui kinerja reksa dana yang akan dipilih dan meminimalkan risiko kerugian di situasi krisis.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Reksa dana konvensional

Reksa dana adalah bentuk investasi yang ditujukan pada para investor pemula yang masih terbatas dalam analisa investasi dengan modal yang kecil. Reksa dana memungkinkan investor memiliki portofolio yang beragam dengan modal yang kecil dengan metode pengumpulan modal, sehingga modal dapat dialihkan pada alat investasi yang membutuhkan modal besar seperti deposito, saham, atau obligasi. Reksa dana memudahkan investor dalam memilih, menganalisis, dan memantau alat investasi sehingga lebih efisien waktu. Sebanding dengan keuntungan yang didapatkan, reksa dana memiliki risiko seperti harga alat investasi yang menurun, likuiditas yang sering disebabkan karena banyak investor yang menjual reksa dana yang dimiliki dan wanprestasi (Idx, 2020). Cara kerja reksa dana adalah dengan mengumpulkan modal investor, kemudian manajer investasi akan menginvestasikan modal pada alat investasi terbaik serta dicatat oleh bank kustodian, dan pembagian keuntungan pada para investor. Reksa dana tidak dijamin oleh bank sehingga tidak ada jaminan pemerintah atau jaminan simpan untuk itu dibutuhkan kecermatan memahami prospektus (rencana investasi) sesuai dengan tujuan atau tidak (Sari, 2018). Reksa dana dibagi menjadi 4 jenis kategori berdasarkan portofolionya :

1. Reksa Dana Pasar Uang : menginvestasi modal pada alat investing yang bersifat utang jangka pendek (<1 tahun) diperuntukan untuk menjaga likuiditas dan memelihara modal.
2. Reksa Dana Pendapatan Tetap : menginvestasikan 80 persen aktiva dalam bentuk utang dengan harapan keuntungan yang stabil dengan risiko yang lebih besar dari reksa dana pasar uang.

3. Reksa Dana Saham : menginvestasikan 80 persen aktiva pada saham dengan keuntungan lebih besar dari jenis reksa dana sebelumnya sebanding dengan risiko yang lebih besar dari sebelumnya.
4. Reksa Dana Campuran : menginvestasikan modal pada alat investasi bersifat utang dan ekuitas.

Reksa dana syariah

Ahdiyati Agus Susilo (2017) mendefinisikan reksa dana syariah dengan bentuk investasi dengan mengumpulkan dana untuk dipelihara menggunakan tata cara Islam. Tata cara Islam dalam berinvestasi mengatur seluruh kegiatan didalamnya dari penghimpunan dana hingga pemilihan investasi yang sesuai dengan ketentuan syariat yang ada dalam fatwa MUI (Ahdiyati Agus Susilo, 2017; Sari, 2018). Pada dasarnya reksa dana konvensional dan syariah memiliki prinsip yang sama, tapi terdapat perbedaan antara kedua jenis reksa dana ini yaitu:

1. Reksa dana syariah terdapat pengawas tambahan yang bernama Dewan Pengawas Syariah yang bertujuan untuk mengawasi seluruh kegiatan dalam reksa dana agar tidak menyimpang dari tata cara Islam.
2. Alat investasi yang dipilih oleh manajer investasi dalam reksa dana syariah harus menghindari perjudian, pelacuran, makanan dan minuman yang haram, berkaitan dengan riba, dan yang lainnya sesuai ketentuan syariat Islam.
3. Reksa dana syariah menghindari kegiatan yang berkaitan dengan gharar dan riba, dan terdapat proses pembersihan dengan mengamalkan keuntungan yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah.

Pengembangan hipotesis

Pandemi *Covid-19* menyebabkan banyak sektor industri mengalami penurunan termasuk industri keuangan setelah penurunan industri produksi (Novika, 2020). Pada masa krisis ini merupakan waktu yang tepat untuk investor berinvestasi menggunakan alat investasi dengan hasil analisis yang baik. Permasalahan bagi investor pemula adalah kurangnya kemampuan untuk menganalisa alat investasi. Sehingga reksa dana merupakan pilihan tepat untuk investasi karena adanya manajer investasi yang akan menganalisa alat investasi untuk portofolio investor. Pada prinsipnya di kondisi krisis banyak harga akan turun drastis dan manajer investasi tidak akan membuang kesempatan untuk mengambil keuntungan dari penurunan ini, karena alat investasi yang baik akan bertahan dan akan kembali setelah krisis selesai (Pástor & Vorsatz, 2020).

Penelitian Pástor dan Vorsatz (2020) di Amerika Serikat menemukan bahwa reksa dana mengalami penurunan kinerja selama pandemi *Covid-19*. Sedangkan hasil penelitian Anwar dan Arif (2017) di Bangladesh dan menemukan bahwa kinerja reksa dana buruk secara keseluruhan karena belum berkembangnya reksa dana di Bangladesh. Lebih spesifik Mansor *et al.* (2015) menemukan bahwa pada pelaporan kinerja ke publik memperlihatkan bahwa reksa dana saham syariah dan konvensional tidak ada perbedaan, tapi setelah adanya pemotongan *return* oleh komisi, perbedaan kinerja yang sesungguhnya terlihat pada reksa dana saham syariah dan konvensional. Penelitian Boo *et al.* (2017) menemukan temuan yang sama di Malaysia bahwa reksa dana syariah berkinerja lebih baik pada kelas aset berisiko sekalipun sebelum dan selama masa krisis dan kinerja terbaik dicapai pada periode krisis finansial global. Omri *et al.* (2019) mendukung penelitian sebelumnya dengan menemukan perbedaan pada kinerja reksa dana syariah dan konvensional pasca krisis finansial. Reksa dana syariah terlihat memiliki kinerja yang lebih baik dari konvensional dengan risiko yang sama sehingga menyimpulkan bahwa tidak ada dampak negatif dari batasan-batasan syariah.

Unggulnya kinerja reksa dana syariah dibandingkan reksa dana konvensional juga ditemukan dalam penelitian Qomariah *et al.* (2016); Ahmed dan Siddiqui (2018); Firman dan Yasa (2019); Pangestuti *et al.* (2017); dan Shaliza Alwi *et al.* (2019). Boo *et al.* (2017) menyatakan bahwa penyebab kinerja reksa dana syariah lebih unggul karena adanya manajemen risiko dan karakteristik kepemilikannya yang lebih baik. Mansor *et al.* (2015) menyatakan bahwa reksa dana syariah memiliki fee yang lebih kecil dari konvensional (terutama pada reksa dana ekuitas) sehingga nilai *return* efektif reksa dana syariah akan lebih tinggi. Hal ini didukung pula oleh Qomariah *et al.* (2016). Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa :

H1 : Kinerja reksa dana syariah lebih unggul dibandingkan kinerja reksa dana konvensional selama pandemi *Covid-19*.

METODA

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder yang didapat dari OJK dan BI. Setiap jenis reksa dana yaitu konvensional dan syariah akan diambil 10 persen sebagai sampel dari kurang lebih 2256 reksadana aktif yang dicatat oleh OJK. Data diambil pada periode selama pandemi *Covid-19* yaitu April – Oktober 2020. Penelitian ini memiliki variabel operasional yaitu *return* dan *return* bebas risiko reksa dana yang dihitung dengan data NAB bulanan menggunakan rumus berikut ini (Huda *et al.*, 2018; Sekarini & Istutik, 2019):

Rumus *return* reksa dana pada hari ke t:

$$R_i = \frac{\text{Nilai Aktiva Bersih}_t - \text{Nilai Aktiva Bersih}_{t-1}}{\text{Nilai Aktiva Bersih}_{t-1}}$$

Dimana R_i merupakan simbol untuk *return* reksa dana ke-i. Setelah *return* ditentukan, *return* bebas risiko dihitung menggunakan rumus berikut ini (Ahmed & Siddiqui, 2018; Sekarini & Istutik, 2019):

$$R_f = \frac{\Sigma \text{Suku Bunga SBI}}{n}$$

R_f merupakan simbol untuk *return* bebas risiko, sedangkan simbol n adalah jumlah periode yang diteliti dan $\Sigma \text{Suku Bunga SBI}$ merupakan jumlah suku bunga SBI pada periode yang diteliti. Alat analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* yang akan dibahas lebih lanjut sebagai berikut ini.

Sharpe Ratio

Perhitungan dalam *Sharpe Ratio* merupakan salah satu metode sederhana dan dapat memudahkan dalam penilaian kinerja yang menggunakan perhitungan *reward to variability* yang berbasis risiko non-sistematis (Pangestuti *et al.*, 2017; Yudanto, 2017). Hasil *reward to variability* diperoleh dari risiko premi yang dibagi dengan deviasi standarnya, sehingga dapat mengukur premi risiko dari satu risiko total (Yudanto, 2017). Nilai *reward to variability* yang dihasilkan mencerminkan kinerja portofolio, dimana semakin besar akan semakin baik (Yudanto, 2017). Kelebihan dari metode ini adalah dapat menghitung kelebihan *return* setelah dibandingkan dengan total risiko yang ada.

Treynor Ratio

Metode *Sharpe* dan *Treynor Ratio* dapat dengan baik menguji portofolio dengan menentukan peringkat kinerja portofolio. Perhitungan dalam *Treynor Ratio* menggunakan *reward to volatility* dengan menghitung *return* per risiko sistematis (Pangestuti *et al.*, 2017). Menurut Yudanto (2017), metode *Treynor* terdapat asumsi bahwa risiko tidak sistematis

dapat diabaikan karena portofolionya sudah terdiversifikasi dengan baik. Sehingga *reward to volatility* dihitung dari selisih rata-rata *return* dengan *return* bebas risiko yang dibagi dengan *beta*. Dimana *beta* merupakan simbol untuk risiko sistematis (Ahmed & Siddiqui, 2018; Boo et al., 2017). Nilai *reward to volatility* yang semakin besar menunjukkan bahwa kinerja reksa dana semakin besar (Yudanto, 2017).

Jensen Ratio

Jensen Ratio merupakan modifikasi dari *Sharpe Ratio* dengan *Sortino Ratio* yang menggunakan utilizing downside deviation untuk pengganti deviasi standar, karena lebih relevan (Pangestuti et al., 2017). Perhitungan dalam *Jensen Ratio* mengukur pengembalian portofolio berdasarkan risiko yang memperhatikan kinerja pasar yang disebut dengan *alpha* (Ahmed & Siddiqui, 2018; Shaliza Alwi et al., 2019). *Alpha* didapatkan dengan menggunakan rumus berikut ini (Ahmed & Siddiqui, 2018; Boo et al., 2017; Pangestuti et al., 2017):

$$\alpha = (R_i - R_f) - \beta(\text{Return Pasar}_i - R_f)$$

Berbeda dengan cara analisis metode *Sharpe* dan *Treynor Ratio*, penilaian kinerja menggunakan metode *Jensen Ratio* ini dilihat dari nilai *alpha* positif atau minus. Nilai positif pada hasil perhitungan *Jensen Alpha* menandakan bahwa kinerja portofolio lebih baik dari pasar dan sebaliknya (Yudanto, 2017). Metode *Jensen* dapat digunakan untuk melengkapi pengukuran kinerja dengan metode *Sharpe* dan *Treynor*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada penelitian ini, tahap awal pengujian adalah dengan mencari nilai *return* dari 159 sampel reksa dana konvensional dan 26 sampel reksa dana syariah. Hasil rata-rata *return* reksa dana konvensional memiliki nilai yang lebih kecil dari rata-rata *return* reksa dana syariah yaitu $0,1532 < 0,5513$. Namun, standar deviasi *return* reksa dana konvensional lebih besar dari *return* reksa dana syariah yaitu $1,78 > 1,65$. Setelah data *return* reksa dana diketahui, pengujian dapat dilanjutkan menghitung nilai *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio*; analisis deskriptifnya, dan uji Parametrik. Sebelum melakukan pengujian Parametrik, data nilai *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* haruslah berdistribusi normal dan homogen.

Tabel 1. Analisis Deskriptif Sharpe, Treynor, dan Jensen Ratio Reksa Dana Konvensional

	N	Minimum	Maximum	Rata-Rata	Std. Deviasi	Variasi
SHARPE_K	159	-50,0001	3,6654	-8,261158	9,5083090	90,408
TREYNOR_K	159	-0,0493	0,9825	0,005660	0,0780902	0,006
JENSEN_K	159	-7779,4774	17461,8999	-65,629104	2914,4395859	8493958,100
Data Valid	159					

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 2. Analisis Deskriptif Sharpe, Treynor, dan Jensen Ratio Reksa Dana Syariah

	N	Minimum	Maximum	Rata-Rata	Std. Deviasi	Variasi
SHARPE_S	26	-18,0749	2,3073	-4,174662	6,7075843	44,992
TREYNOR_S	26	-0,0177	7,1347	0,543669	1,7490994	3,059
JENSEN_S	26	-304,4195	254,9494	2,342708	128,0395420	16394,124
Data Valid	26					

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan pengujian deskriptif didapatkan hasil keseluruhan rata rata nilai *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* reksa dana syariah lebih besar dari rata-rata nilai *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* reksa dana konvensional. Pada penelitian ini pengujian normalitas menggunakan alat uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hipotesis nol (H_0) pada pengujian ini menunjukkan bahwa data reksa dana berdistribusi normal. Sedangkan H_1 pada pengujian ini menunjukkan bahwa data reksa dana tidak berdistribusi normal. Berikut ini hasil pengujian normalitas pada reksa dana konvensional dan reksa dana syariah menggunakan SPSS yang dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Reksa Dana Konvensional

	CODE_KONVENTIO NAL	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statist ic	df	Sig.	Statist ic	df	Sig.
NK_KONVENTIO NAL	SHARPE	0,178	15	0,00	0,855	15	0,00
	TREYNOR	0,520	15	0,00	0,061	15	0,00
	JENSEN	0,239	15	0,00	0,778	15	0,00
			9	0		9	0

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data Diolah (2020)

Variabel yang digunakan pada pengujian normalitas di atas menggunakan nilai kinerja dengan metode *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* reksa dana konvensional. Setiap variabel pada Tabel 3 menggunakan data masing-masing 159 yang dapat dilihat pada kolom df. Pengujian *Kolmogorov-Smirnov* terhadap reksa dana konvensional dapat menunjukkan bahwa setiap variabel tidak berdistribusi normal. Ketidaknormalan data diatas dapat

dilihat dari nilai *sig. Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari nilai *alpha* (5 persen), sehingga H_1 diterima pada pengujian ini. Kesimpulan bahwa data tidak berdistribusi normal membuat pengujian berikutnya menggunakan pengujian non-parametrik yaitu *Kruskall Wallis*.

Pada Tabel 4 dapat dilihat memiliki variabel yang berasal pada data nilai kinerja dengan metode *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* reksa dana syariah. Jumlah data yang digunakan pada pengujian normalitas masing-masing variabelnya 26 yang dilihat pada kolom df. Kolom *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 4 membuktikan bahwa data tidak signifikan karena nilai *sig. Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari nilai *alpha* (5 persen), sehingga H_1 diterima pada pengujian ini. Dapat disimpulkan bahwa pada pengujian

Tabel 4. Tests of Normality

	CODE_SYARIAH	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
NK_SYARIAH	SHARPE	0,234	26	0,001	0,779	26	0,000
	TREYNOR	0,506	26	0,000	0,357	26	0,000
	JENSEN	0,306	26	0,000	0,833	26	0,001

a. Lilliefors Significance Correction

normalitas reksa dana konvensional memiliki data yang tidak berdistribusi normal. Data yang tidak normal membuat pengujian berikutnya tidak dapat menggunakan uji parametrik, sehingga pengujian berikutnya menggunakan uji non-parametrik yaitu *Kruskall Wallis*. Sebelum memutuskan pengujian *Kruskall Wallis*, uji *Homogeneity of Variance* harus dilakukan untuk melihat data memiliki *variance* yang sama atau tidak. Data dengan *variance* yang sama membuat pengujian selanjutnya menggunakan uji parametrik. Berikut ini hasil uji *Homogeneity of Variance* pada reksa dana konvensional dan syariah yang dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Hasil Uji Homogeneity of Variance Reksa Dana Konvensional

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
68,948	2	474	0,000

Sumber: Data Diolah (2020)

Pada pengujian ini memiliki hipotesis nol (H_0) pada pengujian ini menunjukkan bahwa data reksa dana *variance* yang sama. Sedangkan H_1 pada pengujian ini menunjukkan bahwa data reksa dana *variance* yang tidak sama. Nilai *sig. Levene Statistic* pada Tabel 4 yaitu 0,00 yang lebih kecil dari *alpha* 5 persen ($0,00 < 0,05$) menunjukkan bahwa H_1 dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data nilai kinerja reksa dana konvensional memiliki *variance* yang tidak sama.

Tabel 6. Hasil Uji Homogeneity of Variance Reksa Dana Syariah

Test of Homogeneity of Variances			
NK_SYARIAH			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
13,299	2	75	0,000

Sumber: Data Diolah (2020)

Pada nilai kinerja reksa dana syariah memiliki nilai *sig. Levene Statistic* yang lebih kecil dari *alpha* ($0,00 < 0,05$) yang terlihat pada Tabel 6. Hasil uji *Homogeneity of Variance* reksa dana syariah menolak H_0 dan dapat menerima H_1 , sehingga dapat disimpulkan bahwa data nilai kinerja reksa dana syariah memiliki *variance* yang tidak sama. Berdasarkan hasil uji *Homogeneity of Variance* reksa dana konvensional dan syariah pada Tabel 5 dan Tabel 6 ditemukan bahwa pengujian selanjutnya tidak dapat menggunakan uji Parametrik. Pengujian statistik berikutnya yang dapat dilakukan untuk mengetahui adanya perbedaan kinerja reksa dana konvensional dan syariah adalah dengan pengujian *Kruskall Wallis*. Pemilihan pengujian *Kruskall Wallis* dilakukan karena data tidak terdistribusi normal dan memiliki *variance* yang berbeda.

Tabel 7. Hasil Uji Kruskall Wallis

NO	METODE	Mean Konvensional	Mean Syariah	P-value	Ket.
1	<i>Sharpe Ratio</i>	89,16	116,46	0,016	Terdapat Perbedaan
2	<i>Treynor Ratio</i>	94,28	85,15	0,321	Tidak Berbeda
3	<i>Jensen Ratio</i>	89,74	112,92	0,041	Terdapat Perbedaan

Sumber: Data Diolah (2020)

H_0 yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan pada data. Sedangkan H_1 menunjukkan bahwa data kinerja reksa dana konvensional dan syariah memiliki perbedaan. Total data yang digunakan pada pengujian *Kruskall Wallis* adalah 185. *Asymp. Sig.* yang dihasilkan dari pengujian *Kruskall Wallis* adalah 0,016; dimana nilai ini lebih kecil dari *alpha* 5 persen ($0,016 < 0,05$). Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menerima H_1 dan menolak H_0 yang berarti kinerja reksa dana konvensional dan syariah menggunakan metode *Sharpe Ratio* memiliki perbedaan. Pada tabel *Mean Rank* menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode *Sharpe Ratio* kinerja reksa dana syariah lebih baik dari reksa dana konvensional, karena nilai Mean Rank reksa dana syariah lebih besar dari konvensional ($116,46 > 89,16$).

Jumlah sampel yang digunakan pada metode *Treynor* sama dengan metode *Sharpe* yaitu 185. Nilai *Asymp. Sig.* Tabel 7 untuk metode *Treynor* memiliki nilai yang lebih besar dari *alpha* 5 persen ($0,321 > 0,05$) dan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

kinerja reksa dana konvensional dan syariah menggunakan metode *Sharpe Ratio* tidak signifikan atau tidak memiliki perbedaan. Namun, kinerja reksa dana konvensional lebih baik dari syariah yang terlihat dari nilai Mean Rank yang lebih besar ($94,28 > 85,15$).

185 sampel digunakan pada pengujian *Kruskall Wallis* pada metode *Jensen Ratio*. Pada pengujian *Kruskall Wallis* pada metode *Jensen Ratio* terbukti secara signifikan bahwa menerima H_1 . H_1 diterima karena nilai *Asymp. Sig.* Tabel 7 untuk metode *Jensen* memiliki nilai lebih kecil dari *alpha* ($0,041 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pengujian *Kruskall Wallis* pada kinerja reksa dana konvensional dan syariah metode *Jensen Ratio* memiliki perbedaan. Berdasarkan nilai *Mean Rank* kinerja reksa dana syariah lebih baik dari konvensional karena memiliki nilai lebih besar dari reksa dana konvensional ($112,92 > 89,74$).

PEMBAHASAN

Analisis kinerja suatu reksa dana memiliki beragam teknik, pada penelitian ini *return* and *risk* merupakan beberapa indikator yang sangat dipertimbangkan pada analisis reksa dana. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, rata-rata *return* reksa dana konvensional lebih kecil dari syariah dengan *risk* yang lebih besar. Hasil pengujian *return* ini dapat diartikan bahwa secara *return and risk* reksa dana syariah lebih baik karena memiliki pengembalian yang tinggi dengan risiko yang rendah. Jumlah sampel reksa dana konvensional dan syariah yang lebih sedikit mungkin saja menjadi faktor kesimpulan ini terjadi. Namun, terbukti bahwa reksa dana syariah baik, dengan terus naiknya grafik NAB (Nilai Aktiva Bersih) reksa dana syariah dari 2015 hingga kini (OJK, 2020).

Selain itu penelitian ini juga melakukan pengukuran dengan metode *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif rata-rata hasil kinerja reksa dana syariah lebih tinggi dengan menggunakan *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio*. Kemudian dari data *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio* dari reksa dana konvensional dan syariah akan dicari apakah ada perbedaannya. Pada uji *Kruskall Wallis* didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan signifikan kinerja reksa dana konvensional dan syariah menggunakan metode *Sharpe* dan *Jensen Ratio* dengan kinerja reksa dana syariah yang lebih baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan Boo et al (2017) yang menemukan bahwa reksa dana syariah berkinerja lebih baik pada kelas aset berisiko sekalipun sebelum dan selama masa krisis dan kinerja terbaik dicapai pada periode krisis finansial global. Sedangkan berdasarkan metode *Treynor* reksa dana konvensional lebih baik dari syariah, namun tidak ada perbedaan yang

signifikan. Hal ini sama dengan hasil temuan Mansor *et al.* (2015) menemukan bahwa pada pelaporan kinerja ke publik memperlihatkan bahwa reksa dana saham syariah dan konvensional tidak ada perbedaan.

SIMPULAN

Pengujian analisis perbandingan reksa dana konvensional dan syariah pada pandemi yang dilakukan dari April–Oktober 2020 menggunakan metode *Sharpe*, *Treynor*, dan *Jensen Ratio*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kinerja reksa dana konvensional dan syariah dengan metode *Sharpe*, dan *Jensen Ratio*. Rata rata kinerja reksa dana syariah berdasarkan *Sharpe* adalah sebesar 116,46; dengan metode *Jensen* adalah sebesar 112,92, nilai ini menunjukkan bahwa kinerja reksa dana syariah lebih baik dari konvensional pada masa pandemi. Sedangkan berkebalikan dengan metode *Sharpe*, dan *Jensen Ratio* kinerja reksa dana konvensional dinilai lebih baik dari syariah dengan metode *Jensen Ratio*, namun tidak ada perbedaan yang signifikan antara kedua kinerja reksa dana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Majid, M. S., & Maulana, H. (2012). A Comparative Analysis of the Productivity of Islamic and Conventional Mutual Funds in Indonesia: Data Envelopment Analysis (DEA) and General Least Square (GLS) Approaches. *Gajah Mada International Journal of Business*, 14(2), 183. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5439>
- Ahdiyati Agus Susilo. (2017). Investasi Reksa Dana Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Iqtishodiyah)*, 3(1), 19–35. <https://www.ejournal.inzah.ac.id/index.php/iqtishodiyah/article/view/219>
- Ahmed, I., & Siddiqui, D. A. (2018). Comparative Analysis of Islamic and Conventional Mutual Funds' Performance during Financial Crisis and Non-Crisis Periods in Pakistan. *SSRN Electronic Journal*, 0092, 1–31. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3305600>
- Anwar, S., & Arif, T. (2017). Evaluation of Mutual Funds Performance in Bangladesh: Investors and Market Perspective. *Global Journal of Management And Business Research*, 16(9), 1–9. <https://doi.org/2249-4588>
- Bareksa. (2020). Perbedaan Utama Reksadana Syariah & Konvensional, Untung Hingga 18,5 Persen YTD. Bareksa. <https://www.bareksa.com/berita/id/text/2019/09/24/perbedaan-utama-reksadana-syariah-konvensional-untung-hingga-185-persen-ytd/23217/news>
- Boo, Y. L., Ee, M. S., Li, B., & Rashid, M. (2017). Islamic Or Conventional Mutual Funds: Who Has The Upper Hand? Evidence from Malaysia. *Pacific-Basin Finance Journal*, 42, 183–192. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2016.01.004>
- Esfarenza, Z., Sulastri, S., & Thamrin, H. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Reksa Dana Saham Konvensional Pendekatan Metode Sharpe Dan Treynor Measurement. *JEMBATAN*, 15(2), 63–74. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v15i2.6652>

- Firman, A. O. A., & Yasa, G. W. (2019). Analisis Komparatif Kinerja Reksa Dana Konvensional dan Syariah pada Periode Krisis dan Non Krisis. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 590. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v28.i01.p23>
- Huda, N., Nazwirman, N., & Hudori, K. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Reksa Dana Saham Syariah dan Konvensional Periode 2012-2015. *IQTISHADIA*, 10(2), 184. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v10i2.2242>
- Idx. (2020). Reksa Dana. Idx. <https://www.idx.co.id/produk/reksa-dana/>
- Kompas. (2020). Transaksi Pembelian Reksa Dana di Tokopedia Naik Hampir 27 Kali Lipat. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2020/09/02/180900126/transaksi-pembelian-reksa-dana-di-tokopedia-naik-hampir-27-kali-lipat-?page=all#page2>
- Mansor, F., Bhatti, M. I., & Ariff, M. (2015). New Evidence On The Impact Of Fees On Mutual Fund Performance Of Two Types Of Funds. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 35, 102–115. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2014.12.009>
- Mukaromah, V. F. (2020). Indonesia Bersiap Alami Resesi Ekonomi, Ini Dampaknya bagi Masyarakat. Kompas. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/23/070000065/indonesia-bersiap-alami-resesi-ekonomi-ini-dampaknya-bagi-masyarakat?page=all#page2>
- Mulyawan, S. (2017). Kinerja Reksa Dana Syariah Dan Beberapa Faktor Yang Memengaruhinya: Studi Di Pasar Modal Indonesia 2010-2013. *IJTIHAD Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, 16(2), 217. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v16i2.217-236>
- Novika, S. (2020). Corona Berubah Jadi Krisis Ekonomi Global, Ini Dampaknya Buat RI. *Detik Finance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4956381/corona-berubah-jadi-krisis-ekonomi-global-ini-dampaknya-buat-ri>
- OJK. (2020). Statistik Reksa Dana Syariah - Agustus 2020. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/reksa-dana-syariah/Pages/Statistik-Reksa-Dana-Syariah---Agustus-2020.aspx>
- Omri, A., Soussou, K., & Ben Sedrine Goucha, N. (2019). On The Post-Financial Crisis Performance Of Islamic Mutual Funds: The Case Of Riyad Funds. *Applied Economics*, 51(18), 1929–1946. <https://doi.org/10.1080/00036846.2018.1529403>
- Pangestuti, I. R. D., Wahyudi, S., & Robiyanto, R. (2017). Performance Evaluation of Equity Based Mutual Funds in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(4), 527–542. https://www.researchgate.net/profile/Irene_Pangestuti/publication/330964690_Performance_Evaluation_of_Equity_Mutual_Funds_in_Indonesia/links/5ea7fc5192851cde0c902a9e/Performance-Evaluation-of-Equity-Mutual-Funds-in-Indonesia.pdf
- Pástor, L., & Vorsatz, M. B. (2020). Mutual Fund Performance and Flows during the COVID-19 Crisis. *The Review of Asset Pricing Studies*, 1–48. <https://doi.org/10.1093/rapstu/raaa015>
- Putriadita, D. (2020). Ada pandemi, DPS Manulife Investment Management sarankan dua instrumen syariah ini. *Kontan*. <https://investasi.kontan.co.id/news/ada-pandemi-dps-manulife-investment-management-sarankan-dua-instrumen-syariah-ini>
- Qomariah, N., Sari, M. I., & Budiarti, D. A. (2016). Perbandingan Kinerja Reksadana Syariah Dan Reksadana Konvensional (Pada Reksadana Saham Dan Reksadana Pendapatan Tetap Yang Terdaftar Di Bei Periode 2010-2014). *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(3), 417–427. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.273>
- Sari, R. P. (2018). Perbandingan Reksadana Syariah Dengan Reksadana Konvensional Dalam Dunia Perbankan. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah (Al-Intaj)*, 4(1), 89–104. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i1.1203>
- Sekarini, E. N., & Istutik. (2019). Analisis Perbandingan Kinerja Reksa Dana Konvensional Dengan Reksa Dana Syariah Di Indonesia. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 13(2), 196–208. <http://j-adbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/view/79>

- Shaliza Alwi, Rosimah Ahmad, Irma Zura Amir Hashim, & Norbaizura Mohd Naim. (2019). Investigating the Islamic and Conventional Mutual Fund Performance: Evidence From Malaysia Equity Market. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 15(7), 371–384. <https://doi.org/10.17265/1548-6583/2019.07.004>
- Uly, Y. A. (2020). Indonesia Terancam Resesi, Pemerintah Diminta Rombak Kebijakan Pemulihan Ekonomi. *Kompas*. <https://money.kompas.com/read/2020/08/06/150900826/indonesia-terancam-resesi-pemerintah-diminta-rombak-kebijakan-pemulihan?page=all>
- Yudanto, A. A. (2017). Performance Analysis Of Sharia And Conventional Mutual Funds During 2008 And 2013 Crisis Periods. *INFO ARTHA*, 1(434), 39–60. <https://doi.org/10.31092/jia.v1i1.69>

ANALISIS PERBEDAAN PERILAKU *IMPULSE BUYING* BERDASARKAN GENDER PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA

R.A.Nurlinda⁹

Aisyah Yuliyani

Universitas Esa Unggul

Abstract

Unplanned buying behavior or impulsive buying from consumers is something that is interesting, because it is the largest market share in today's modern market and one of the important causes of impulse buying behavior is gender. This study aims to determine whether there are differences in Impulse Buying between men and women and to determine whether the Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Situational Factors, and Positive Emotion variables cause differences in impulse buying between men and women. The sample used was 140 respondents, each 70 male respondents and 70 female respondents with purposive sampling technique. The method used in this research is discriminant analysis by first doing the validity and reliability test. The results of this study indicate that there are differences between men and women in Impulse Buying in Tokopedia, from these results it is also known that the variables that distinguish male and female impulse buying are fashion involvement, Situational Factors and Positive Emotion and situational factors are the most dominant variables distinguishing impulse buying men and women. The results of this study are expected to help all parties engaged in or associated with e-commerce in improving the quality of their services so that they can provide convenience for third consumers shopping online.

Keywords: *Impulse buying, Gender, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Situational Factors, and Positive Emotion.*

Abstrak

Perilaku pembelian yang tidak direncanakan atau pembelian impulsif dari konsumen merupakan sesuatu yang menarik, karena merupakan pangsa pasar terbesar dalam pasar modern saat ini dan salah satu yang menjadi penyebab penting terjadinya perilaku impulse buying adalah jenis kelamin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan Impulse Buying antara pria dan wanita serta mengetahui apakah variabel Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Faktor Situasional, dan Positive Emotion yang menyebabkan perbedaan impulse buying pada pria dan wanita. Sampel yang digunakan sebanyak 140 responden, masing-masing 70 responden pria dan 70 responden wanita dengan teknik purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis diskriminan dengan terlebih dahulu melakukan uji validasi dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam Impulse Buying di Tokopedia, dari hasil tersebut juga diketahui bahwa Variabel yang membedakan impulse buying pria dan wanita adalah fashion involvement, Faktor Situasional dan Positive Emotion dan Faktor situasional merupakan variabel yang paling dominan membedakan impulse buying pria dan wanita. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu segala pihak yang bergerak atau berhubungan dengan e-commerce dalam meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen ketiga berbelanja online

Kata Kunci : *Impulse buying, Jenis Kelamin, Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Faktor Situasional, dan Positive Emotion.*

⁹nurlinda@esaunggul.ac.id

PENDAHULUAN

Pada saat ini perilaku berbelanja online sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, Menurut data *Wearesocial dan Hootsuite*, sekitar 90% pengguna internet di Indonesia pernah berbelanja online. Belanja online merupakan proses ketika consumer membeli barang atau jasa dari penjual secara real time melalui jejaring internet (Zhang, Xu, Zhao, & Yu, 2018). Dengan perkembangan bisnis saat ini munculnya *electronic commerce* atau biasa disebut dengan *e-commerce* sebagai wadah para pembisnis untuk memulai proses perdagangan (pembelian, penjualan, pertukaran produk, jasa atau informasi) yang dilakukan melalui perangkat mobile atau komputer yang terhubung dengan internet.

E-commerce hadir untuk mempermudah penjual maupun pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk maupun jasa tanpa harus melakukan tatap muka secara langsung. Demikian pula Tokopedia.com yang merupakan toko online pertama di Indonesia. Marketplace Tokopedia menyediakan peluang bisnis dan menjual berbagai jenis produk dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan toko umumnya. Dalam upaya memberikan kenyamanan kepada konsumen saat berbelanja, Tokopedia menyediakan mesin pencari (*search engine*) yang memudahkan konsumen dalam pencarian produk, dan fitur direktori yang dimanfaatkan sebagai katalog belanja. Tokopedia menduduki urutan pertama sejak 2018 hingga 2019 dikarenakan ada 168 juta kunjungan yang hampir meningkat 10% dari kuartal sebelumnya.

Perilaku pembelian Konsumen di Indonesia yang menunjukkan bahwa kebanyakan segmen anak muda yang sering melakukan *impulse buying* bahkan tergolong impulsif. Adanya *impulse buying* menjadikan toko online di Indonesia menawarkan berbagai keunggulan dalam menyediakan pelayanan yang menarik Konsumen dan dapat berbelanja dengan leluasa, berikut merupakan tabel persaingan toko online di Indonesia.

Konsumen lebih suka menghabiskan waktu mereka untuk berbelanja (*shopping*), bersosialisasi satu sama lain dan memenuhi semua keinginan mereka sehingga ini bisa mengarah pada pembelian impulsif (Hursepuny & Oktafani, 2018). Liantifa & Siswadi, (2019), Maulana & Novalia (2019) menyatakan bahwa *Shopping Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Seseorang yang sudah mengikuti perkembangan gaya hidup seperti dengan fashion, rela menghabiskan waktu untuk mengikuti trend terbaru, di mana dalam penelitian Tawas & Mandey (2014) menyatakan *fashion involvement* berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* dikarenakan adanya keterkaitan pada *e-commerce* dan perlu meningkatkan *fashion involvement* yaitu dengan

memperbesar ketertarikan pelanggan pada produk kategori fashion dari dalam negeri maupun luar negeri yang terkenal dengan kualitas dengan harga yang terjangkau. Menurut Widiartaka & Purnami (2014) lingkungan toko memiliki pengaruh yang signifikan pada kondisi emosional, termasuk kesenangan dan gairah, yang pada akhirnya akan mempengaruhi consumer untuk membeli secara impulse saat berada di *e-commerce*.

Beberapa literatur yang meneliti pembelian impulsif menunjukkan bahwa ada hubungan antara gender dan *impulse buying behavior* (Tifferet & Herstein, 2012), lebih spesifik lagi menurut Purwanto & Wijaya (2018) mengatakan beda gender umumnya akan memiliki kecenderungan yang berbeda, sedangkan Aprilianty, F & Purwanegara, (2015). menunjukkan bahwa consumer wanita yang berusia 18-24 tahun memiliki kecenderungan tinggi untuk melakukan pembelian secara impulsif. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui perbedaan dalam impulse buying antara pria dan wanita di Tokopedia, (2) untuk mengetahui manakah dari variabel shopping lifestyle, fashion involvement, faktor situasional dan positive emotion yang menyebabkan perbedaan impulse buying pada pria dan wanita di Tokopedia.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Impulse Buying

Impulse buying adalah perilaku berbelanja seseorang yang terjadi secara cepat (Setyningrum, Arifin, & Yulianto, 2016) *Impulse buying* adalah aspek perilaku konsumen yang meresap dan salah satu pertimbangan utama untuk aktivitas pemasaran karena kerumintan dan luasnya kejadian impulse buying di berbagai jenis produ(Chang, Yan, & Eckman, 2014). Ketika calon konsumen melihat lebih banyak pembeli pada sebuah toko, maka akan mendesak mereka melakukan pembelian impulsif (Chan, Cheung, & Lee, 2017). Menurut In'am, Suharyono, & Yulianto (2016) pembelian spontan atau *impulse buying* merupakan keputusan pembelian yang dibuat oleh pelanggan secara spontan atau seketika saat melihat sebuah produk. Impulsif merupakan bagian dari perilaku konsumen terhadap sebuah keputusan pembelian, dimana pembelian tersebut dilakukan secara tidak terencana yang disebabkan oleh berbagai faktor.

Shopping Lifestyle

Shopping Lifestyle dapat diartikan sebagai perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan sehubungan dengan serangkaian tanggapan dan pendapat pribadi tentang pembelian produk (Tirmizi, Kashif-Ur-Rehman, & Saif, 2009). Menurut Zablocki dan Kanter

dalam Japariato & Sugiharto (2012). Cara kita berbelanja mencerminkan status, martabat dan kebiasaan. *Shopping Lifestyle* menunjukkan cara seseorang memilih untuk mengalokasikan pendapatan, baik dari segi alokasi dana untuk berbagai produk dan layanan, maupun alternatif tertentu dalam membedakan kategori yang serupa *Shopping lifestyle* menurut Darma & Japariato (2014) digambarkan dengan dimensi sebagai berikut: Kegiatan (*Activities*), Minat (*Interest*) dan Opini (*Opinion*)

Fashion Involvement

Menurut Fauziyyah & Oktafani (2018) mendefinisikan keterlibatan sebagai tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan atau minat yang dibangkitkan oleh stimulus di dalam situasi tertentu. *Fashion involvement* adalah tingkat ketertarikan yang di wujudkan dari tingkat keterlibatan berbagai hal yang berhubungan dengan pakaian atau perlengkapan yang fashionable (Tirmizi et al., 2009). *Fashion involvement* memiliki 5 dimensi utama yang dikonseptualisasikan dari tingkat kesadaran rendah hingga tinggi menurut Natalie A. & Japariato (2019). 5 Dimensi tersebut adalah *Fashion innovativeness and time of purchase*, *Fashion interpersonal communication*, *Fashion interest*, *Fashion eligibility*, *Fashion awareness* dan *reaction to fashion trend*,

Faktor Situasional

Menurut Rizki (2016) faktor situasional adalah eksternal yang datang dari lingkungan toko online saat konsumen merasakan stimuli visual tertentu (produk atau promosi) yang menciptakan pembelian pada toko online. Faktor situasional merupakan semua faktor-faktor tertentu untuk waktu dan tempat yang tidak diikuti dari pengetahuan tentang sifat stabil dari konsumen dan stimulus, dan yang memiliki pengaruh perilaku saat terjadi (Mothersbaugh & Hawkins, 2016). Terdapat variabel yang diukur dengan tujuh indikator, yaitu: Design website di toko online menarik, Penjual ditoko online memberikan respon yang cepat, Display (tampilan) tentang produk di toko online jelas, Produk di toko online mudah untuk ditemukan, Konsumen sering menyarankan untuk berbelanja di toko online, Produk yang dibeli di toko online adalah produk yang sudah terkenal dan Toko online sering melakukan kegiatan promosi.

Positive Emotion

Menurut Dewi (2015), Marianty (2012) dan Andriyanto, Suyadi, & Fanani (2016) Emosi positif adalah emosi yang mampu menghadirkan perasaan positif terhadap seseorang yang mengalaminya. Emosi positif dapat didatangkan dari sebelum terjadinya mood seseorang, kecondongan sifat afektif seseorang dan reaksi pada lingkungan yang

mendukung seperti ketertarikan pada item barang, pelayanan yang diberikan ke konsumen, ataupun adanya promosi penjualan. Menurut Darma & Japariato (2014) *positive emotion* dapat diuraikan menjadi 3 dimensi, yaitu: Pleasure, Arousal dan Dominance.

Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)

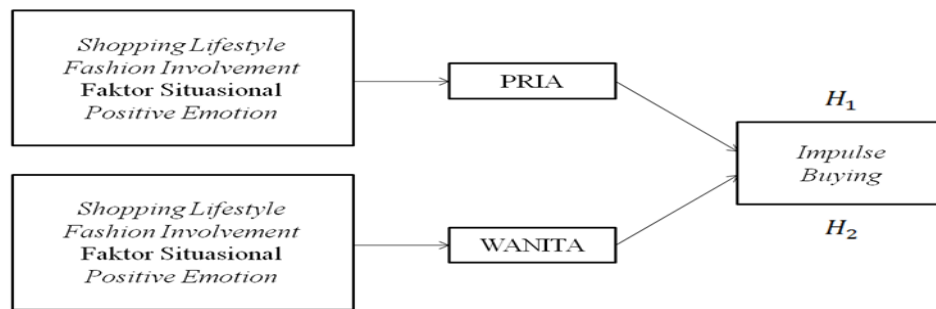
Berdasarkan Hasil analisis penelitian yang dilakukan oleh Diba, (2013), Rizki (2016), dan Afandi & Hartati (2019) menyatakan bahwa hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam keputusan pembelian impulsif. Terdapat perbedaan antara remaja putra dan remaja putri dalam kontrol diri. Remaja putri lebih dominan pada pembelian impulsif dan memiliki peranan kontrol diri yang buruk.

H₁: Terdapat perbedaan dalam pembelian impulsif antara pria dan wanita di Tokopedia.

Hasil uji beda yang dilakukan Ningrum & Matulesy (2018) memberikan analisis yang sudah dilakukan dapat diketahui hasil penelitian menemukan bahwa wanita lebih impulsif dibandingkan pria. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan shopping lifestyle antara pria dan wanita. Menurut Pramesti & Iqbal (2018) hasil penelitian menggunakan uji one way anova ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada Shopping Lifestyle pada Generasi X, Y, Z. Menurut Sultana, (2016) tiga faktor yang mempengaruhi fashion involvement yaitu: materialism, usia, dan jenis kelamin. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Tulungen (2013) dan Astari & Widagda K., (2014) menerangkan bahwa hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui terdapat perbedaan perbedaan signifikan dengan impulse buying wanita yang lebih tinggi dari pria ketika memiliki faktor situasional menunjukkan bahwa rata-rata antara pria dan wanita berbeda.

H₂ : Variabel shopping lifestyle, fashion involvement, faktor situasional dan positive emotion yang menyebabkan perbedaan impulse buying pada pria dan wanita di Tokopedia.

Berdasarkan kajian pustaka dan pengembangan hipotesis yang telah dijabarkan pada bagian sebelumnya, maka dapat diperoleh model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

METODA

Penelitian ini dilakukan dengan model pendekatan kuantitatif artinya pengumpulan data yang bertujuan mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori, dan hipotesis yang dikaitkan dengan fenomena alam. Penelitian kuantitatif biasanya menggunakan desain ekplanasi, dimana objek telahan penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah untuk mengetahui adanya perbedaan atau tidak antar variabel yang di hipotesiskan. Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang di uji kebenarannya

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data yang diperoleh dari responden secara langsung melalui kuesioner, kemudian data tersebut dikuantitatifkan dengan memberikan skor atau angka pada masing-masing jawaban responden. (Sujarweni, 2013) Penelitian ini menggunakan bobot berdasarkan skala likert 1-4 untuk mendapatkan data yang bersifat interval. Skala likert digunakan untuk mengukur *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Situational Factors, dan Positive Emotion*.

Pengukuran dengan skala likert adalah untuk kategori pernyataan dengan jawaban sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini data primer yang digunakan merupakan data yang diperoleh melalui hasil penyebaran kuisisioner pada sampel yang telah ditentukan berupa data mentah yang berisi tanggapan konsumen tentang *Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Situational Factors, dan Positive Emotion*. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal, internet dan sumber bacaan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang pernah membeli di Tokopedia dan pernah melakukan *impulse buying*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui.

Sampel

Pengambilan sampel disesuaikan dengan banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan dalam kuisioner tersebut (Hair, 2010). Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 140 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2017), dengan kriteria adalah konsumen yang mempunyai aplikasi Tokopedia, pernah melakukan *impulse buying* di Tokopedia 2 bulan terakhir

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Tujuan dari uji validitas adalah mengetahui ketepatan atas kecermatan suatu instrument pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya supaya data dapat diperoleh secara relevan atau jelas dan sesuai dengan maksud diadakannya pengukuran tersebut. Pernyataan yang dikatakan valid atau dapat diukur adalah: jika signifikan dari korelasi (r) < 0,05 maka dikatakan valid dan jika signifikan dari korelasi (r) > 0,05 maka dikatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2017) Instrument yang reliabel bila dapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berbeda dalam rentang 0-1, semakin mendekati angka 1 dan $\geq 0,6$, maka dinyatakan reliabilitas semakin tinggi. Sebaliknya bila semakin 0 (nol) maka reliabilitasnya semakin rendah.

Analisis Diskriminan

Data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisis dengan Analisis Diskriminan. Pengelompokan ini bersifat mutually exclusive, dalam artian jika obyek A sudah masuk

kelompok 1, maka ia tidak mungkin juga dapat menjadi anggota kelompok 2. Analisis kemudian dapat dikembangkan pada 'variabel mana saja yang membuat kelompok 1 berbeda dengan kelompok 2, berapa persen yang masuk ke kelompok 1, berapa persen yang masuk ke kelompok 2. Oleh karena ada sejumlah variabel independen, maka akan terdapat satu variabel dependent (tergantung), ciri analisis diskriminan adalah jenis data dari variabel dependent bertipe nominal (kategori), seperti kode 0 dan 1, atau kode 1, 2 dan 3 serta kombinasi lainnya (Malhotra, 2009). Untuk mempermudah dalam proses perhitungan, maka digunakan alat bantu dengan menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Dari hasil uji validitas, dari 28 pertanyaan terdiri dari 6 pertanyaan tentang *Shopping Lifestyle (SP)*, 10 pertanyaan tentang *Fashion Involvement (FI)*, 7 pertanyaan tentang *Faktor Situasional (FS)* dan 5 pertanyaan tentang *Positive Emotion (PE)*. Berdasarkan hasil uji validitas terdapat satu pernyataan tidak valid karena memiliki nilai diatas $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan dari 28 pernyataan hanya 27 yang layak digunakan dan dapat mengukur indikator dan variabel dari penelitian ini. Adapun hasil Ujian Validitas dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini:

No	Kuesioner	Nilai sig Hitung	Nilai Sig Standar	Keterangan
1	SP1	0,003	0,00	Valid
2	SP2	0,000	0,00	Valid
3	SP3	0,000	0,05	Valid
4	SP4	0,000	0,05	Valid
5	SP5	0,000	0,05	Valid
6	SP6	0,000	0,05	Valid
7	FI1	0,000	0,05	Valid
8	FI2	0,000	0,05	Valid
9	FI3	0,005	0,05	Valid
10	FI4	0,001	0,05	Valid
11	FI5	0,000	0,05	Valid
12	FI6	0,000	0,05	Valid
13	FI7	0,000	0,05	Valid
14	FI8	0,067	0,05	Tidak Valid
15	FI9	0,035	0,05	Valid
16	FI10	0,000	0,05	Valid
17	FS1	0,000	0,05	Valid
18	FS2	0,000	0,05	Valid
19	FS3	0,000	0,05	Valid
20	FS4	0,000	0,05	Valid
21	FS5	0,000	0,05	Valid
22	FS6	0,000	0,05	Valid
23	FS7	0,000	0,05	Valid
24	PE1	0,000	0,05	Valid
25	PE2	0,000	0,05	Valid
26	PE3	0,000	0,05	Valid
27	PE4	0,000	0,05	Valid
28	PE5	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (2020)

Gambar 2 Uji Validitas

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk pengujian terhadap kualitas data primer, dengan tujuan untuk mengukur konsistensi seluruh pertanyaan dalam penelitian ini. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Shopping Lifestyle</i>	0,773	Reliabel
<i>Fahion Involvement</i>	0,837	Sangat Reliabel
Faktor Situasional	0,864	Sangat Reliabel
<i>Positive Emotion</i>	0,837	Sangat Reliabel

Sumber: Data Diolah (2020)

Gambar 3 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 diatas terlihat semua pernyataan dalam *shopping lifestyle* dinyatakan reliabel karena memiliki nilai >0.60 , sedangkan semua pernyataan dalam *fashion involvement*, faktor situasional dan *positive emotion* dinyatakan sangat reliabel karena memiliki nilai > 0.81 .

Analisis Diskriminan

Berdasarkan nilai Box's M adalah 24,544 dengan nilai sig 0,708 ($>0,05$) maka H_0 diterima. Dengan demikian, artinya H_0 diterima, sehingga varians kedua kelompok dalam penelitian ini yaitu pria dan wanita data identik/homogeny dari kriteria ini, ini artinya bahwa analisis diskriminan dapat dilakukan.

Selanjutnya yaitu menguji signifikan dari fungsi diskriminan dengan cara melihat nilai Wilk's Lambda dan tingkat signifikan *chi square*.

Test of Fuction (s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig
1	0,746	39,789	4	0,000
Sumber: Data Diolah (2020)				

Gambar 4. Wilks' Lambda

Dari tabel 3 diatas diperoleh nilai wilk's lambda sebesar 0,746, maka dapat diartikan bahwa terdapat perbedaan antara kelompok pria dan wanita. Pada tabel diatas juga diperoleh nilai *chi square* sebesar 39,789 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ($< 0,05$). Berdasarkan hasil dari data tersebut bisa disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara kelompok pria dan wanita atau dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 diterima.

Fuction	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical
				Correlation
1	1,740 ^a	100,0	100,0	0,804
a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis				
Sumber: Data Diolah (2020)				

Gambar 5. Eigenvalue

Dari tabel 4 diatas, diperoleh nilai *canonical correlation* sebesar 0,804 atau besarnya square *canonical correlation* bila dikuadratkan $(0,804 \times 0,804) = 0,646416$ yang mengartikan bahwa 65% varians dari variabel *shopping lifestyle, fashion involvement, faktor situasional, dan positive emotion* dalam perbedaan *impulse buying* antara kedua kelompok pria dan wanita dapat dijelaskan dari model analisis diskriminan yang dibentuk. Nilai *canonical correlation* sebesar 0,804 berarti berhubungan sangat tinggi karena mendekati angka 1

Berdasarkan tabel *Canonical Discriminant Function Coefficients* dapat disimpulkan bahwa ada tiga variabel yang membedakan *impulse buying* antara kelompok pria dan wanita yaitu *fashion involvement, faktor situasional dan positive emotion*. Ada 2 indikator dari variabel *fashion involvement* yang membedakan *impulse buying* antara kelompok pria dan wanita, yaitu tertarik untuk melakukan pembelian produk fashion di

Tokopedia dengan nilai koefisien sebesar 0,637 dan selalu mengikuti *trend fashion* sepanjang masa dengan nilai koefisien sebesar -0,595.

	Function
	1
FI5_Pembelian produk	0,637
FI9_Trend Fashion	-0,595
FS7_Promosi	0,660
PE5_Tidak Dapat Mengendalikan Diri	0,570
(Constant)	-3,557
Unstandardized coefficients	
Sumber: Data Diolah (2020)	

Gambar 6. Canonical Discriminant Function Coefficients

Selanjutnya ada 1 indikator dari faktor situasional yang membedakan *impulse buying* antara kelompok pria dan wanita yaitu tertarik dengan kegiatan promosi di Tokopedia dengan nilai koefisien sebesar 0,660 serta ada 1 indikator dari *positive emotion* yang membedakan *impulse buying* antara kelompok pria dan wanita yaitu ketika mereka berbelanja di Tokopedia tidak dapat mengendalikan diri dengan nilai koefisien sebesar 0,570.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa indikator dari variabel faktor situasional mempunyai nilai yang tertinggi dibandingkan dengan pernyataan dari indikator variabel lainnya yaitu sebesar 0,660, hal ini berarti bahwa variabel faktor situasional merupakan variabel yang paling membedakan dalam keputusan *impulse buying* antara kelompok pria dan wanita dengan kata lain hipotesis 2 diterima. Adapun persamaan model diskriminan dari hasil analisis dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = -3,557 + 0,637\text{Pembelian Produk} - 0,595\text{Trend Fasion} + 0,660\text{Promosi} + 0,570\text{Tidak dapat mengendalikan diri}$$

Dari tabel 6 dapat dilihat bahwa terdapat *Group centroid* yang merupakan nilai dari rata-rata pada diskriminan dari setiap pernyataan di dalam masing-masing kelompok. *Group centroid* untuk kelompok jenis kelamin wanita yaitu 0,579, sedangkan untuk kelompok jenis kelamin pria yaitu -0,579. Dapat dikatakan hal ini berarti bahwa secara rata-rata skor diskriminan kedua kelompok berbeda. Sehingga fungsi diskriminan dapat memberikan perbedaan baik pada kelompok pria atau wanita.

Jenis Kelamin	Function
Wanita	0,579
Pria	-0,579
Unstandardized canonical discriminant functions evaluated at group means	
Sumber: Data Diolah (2020)	

Gambar 7. Functions at Group Centroids

Secara keseluruhan model diskriminan yang terbentuk mempunyai tingkat validasi yang cukup tinggi yaitu sebesar 72,1% yang dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini:

		Jenis Kelamin	Predicted Group Membership		Total
			Wanita	Pria	
Original	Count	Wanita	53	17	70
		Pria	22	48	70
	%	Wanita	75,7	24,3	100,0
		Pria	31,4	68,6	100,0
Cross-validated ^b	Count	Wanita	53	17	70
		Pria	22	48	70
	%	Wanita	75,7	24,3	100,0
		Pria	31,4	68,6	100,0
a. 72,1% of original grouped cases correctly classified					
b. Cross validation is done only for those cases in the analysis in cross validation,					
c. 72,1% of cross-validated grouped cases correctly classified					
Sumber: Data Diolah (2020)					

Gambar 8. Classification Results

Dengan demikian dapat diartikan bahwa model diskriminan layak digunakan untuk analisis diskriminan atau digunakan pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, membuktikan bahwa terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam *impulse buying*. Dimana responden wanita kebanyakan berusia 17-21 tahun yang berstatus pelajar atau mahasiswa cenderung melakukan *impulse buying* dengan adanya faktor promo diskon, gratis ongkir, barang atau produk dengan kualitas harga yang bagus dan tertarik dengan iklan atau tampilan di aplikasi Tokopedia. Renanita (2017) yang menunjukkan pembelian yang dilakukan secara online didorong oleh faktor-faktor emosi seperti emosi konsumen, rendahnya kontrol kognitif juga perilaku spontan konsumen. Sedangkan responden pria kebanyakan berusia 22-26 tahun yang berstatus sebagai karyawan lebih cenderung melakukan *impulse buying* dengan adanya faktor dari membeli sesuai kebutuhan, ini artinya pria akan melakukan pembelian *impulse buying*

ketika mereka melihat bahwa produk yang ditawarkan di Tokopedia memang sesuai dengan yang mereka butuhkan. Hal ini sesuai dengan penelitian Kusumowidagdo (2010) menyatakan bahwa gender berpengaruh terhadap perilaku belanja dimana pria merupakan pebelanja *utilitarian* (konsumen yang berfokus pada manfaat yang nyata ketika berbelanja) sedangkan wanita kebanyakan merupakan pebelanja hedonis (konsumen yang mengandalkan respon emosional ketika berbelanja)

Berdasarkan hasil penelitian ini, membuktikan bahwa adanya perbedaan antara pria dan wanita dalam *impulse buying* berdasarkan variabel *Fashion Involvement*, Faktor Situasional dan *Positive Emotion*. Pada variabel *fashion involvement*, yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian *impulse buying* karena mereka senang melakukan pembelian produk fashion dan karena mereka selalu mengikuti trend fashion sepanjang masa. Konsumen melakukan *impulse buying* di Tokopedia karena produk fashion yang ditawarkan selalu mengikuti perkembangan mode fashion terbaru dengan kualitas dan bahan yang bagus serta harga yang sesuai dengan kantong para konsumen. Dari variabel faktor situasional yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan *impulse buying* karena adanya promosi yang dilakukan Tokopedia, dimana Tokopedia selalu mengadakan promosi diskon atau promosi dengan iklan yang ditayangkan melalui situs media sosial dan televisi hingga membuat konsumen tertarik untuk mengunjungi situs aplikasi Tokopedia. Selanjutnya pada variabel *positive emotion*, yang membuat konsumen melakukan *impulse buying* karena saat berbelanja mereka tidak dapat mengendalikan diri. Konsumen pria yang tidak bisa menahan diri untuk melakukan *impulse buying* apabila melihat produk yang ditawarkan di Tokopedia sesuai dengan kebutuhan mereka sedangkan wanita yang tidak bisa menahan diri untuk melakukan *impulse buying* ketika Tokopedia melakukan promo seperti *cashback*, hadiah, dan juga *flash sale* artinya konsumen selalu mengikuti perkembangan *fashion* dan melihat produk yang sedang *trend* di aplikasi Tokopedia. Dari ketiga variabel tersebut yang paling membedakan *impulse buying* antara pria dan wanita adalah variabel faktor situasional yaitu promosi di Tokopedia. Hal ini berarti bahwa konsumen terdorong untuk melakukan *impulse buying* di Tokopedia karena promosi atau iklan berupa diskon harga, bonus pembelian dengan *cashback* serta gratis ongkir dengan minimal pembelian. Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian Renanita (2017) dimana hasil penelitian menemukan bahwa wanita lebih impulsif dibandingkan pria. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan *shopping lifestyle* antara pria dan wanita. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Rizki (2016) yang menunjukkan bahwa

terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam pembelian impulsif pada toko online, dari hasil tersebut juga diketahui bahwa variabel emosi positif adalah yang paling dominan membedakan dibandingkan variabel shopping lifestyle, fashion involvement dan faktor situasional

SIMPULAN

Terdapat perbedaan dalam *impulse buying* antara pria dan wanita pada saat berbelanja di Tokopedia. Pria melakukan *impulse buying* karena faktor membeli produk yang mereka butuhkan sedangkan wanita melakukan *impulse buying* lebih karena faktor promo yang ditawarkan oleh Tokopedia. Variabel yang membedakan *impulse buying* pria dan wanita adalah *fashion involvement* dengan indikator yaitu tertarik untuk melakukan pembelian produk fashion di Tokopedia dan selalu mengikuti trend fashion sepanjang masa, Variabel faktor situasional dengan indikator yaitu tertarik dengan kegiatan promosi di Tokopedia dan *positive emotion* dengan indikator yaitu ketika mereka berbelanja di Tokopedia tidak dapat mengendalikan diri. Sedangkan Variabel yang paling dominan dalam membedakan *impulse buying* antara pria dan wanita adalah variabel faktor situasional yaitu tertarik dengan adanya kegiatan promosi. Artinya, pria dan wanita melakukan *impulse buying* di Tokopedia karena adanya promosi yang *Cashback*, hadiah, dan juga *flash sale*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam segala pihak yang beralasan atau berhubungan dengan *e-commerce*. Peneliti berharap secara khusus hasil penelitian ini dapat membantu pihak Tokopedia. Dalam hal *Shopping Lifestyle*, Tokopedia dapat mengikuti perkembangan gaya hidup atau cara orang dalam melakukan *up to date* pada perkembangan saat ini. Selain itu Tokopedia dapat meningkatkan *Positive Emotion* dengan cara memberikan rasa nyaman pada saat melakukan pembelian hingga konsumen merasakan kesenangan saat membeli. Hal-hal tersebut diharapkan dapat membantu Tokopedia dalam bersaing dengan *e-commerce* lain pada era perkembangan saat ini berbelanja *online* menjadi pilihan penting bagi para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. R., & Hartati, S. (2019). Pembelian Impulsif pada Remaja Akhir Ditinjau dari Kontrol Diri. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44103>
- Andriyanto, D., Suyadi, I., & Fanani, D. (2016). PENGARUH FASHION INVOLVEMENT DAN POSITIVE EMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING (Survey pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Ariva Sultana. (2016). HUBUNGAN SELF CONTROL DENGAN FASHION INVOLVEMENT PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA. Skripsi.
- Astari, L., & Widagda K., I. (2014). PENGARUH PERBEDAAN JENIS KELAMIN DAN KONTROL DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK PARFUM. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.
- Chan, T. K. H., Cheung, C. M. K., & Lee, Z. W. Y. (2017). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Information and Management*. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.06.001>
- Chang, H. J., Yan, R. N., & Eckman, M. (2014). Moderating effects of situational characteristics on impulse buying. *International Journal of Retail and Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2013-0074>
- Darma, L. A., & Japarianto, E. (2014). Analisa Pengaruh Hedonic Shopping Value terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Dewi, N. (2015). PENGARUH FASHION INVOLVEMET DAN KECENDERNGAN HEDONIC CONSUMPTION DENGAN MEDIATOR EMOSI POSITIF TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF BERORIENTASI FASHION (Survei Pada Pembeli Pakaian Di Mal Olympic Garden Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 26(2), 86284.
- Diba, D. S. (2013). PERANAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA REMAJA BERDASARKAN PERBEDAAN JENIS KELAMIN DI SAMARINDA. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Fauziyyah, A. N., & Oktafani, F. (2018). PENGARUH SHOPPING LIFESTYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR. *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.994>
- Hair. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Prentice Hall. In *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee _ Id. *E-Proceeding of Management*.
- In'am, M., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (Survei pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian Impulsif di Distro 3Second Cabang Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Japarianto, E., & Sugiharto, S. (2012). PENGARUH SHOPPING LIFE STYLE DAN FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR MASYARAKAT HIGH INCOME SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.6.1.32-41>
- Kusumowidagdo, A. (2010). Pengaruh desain atmosfer toko terhadap perilaku belanja studi atas pengaruh gender terhadap respon pengunjung toko. *International Research Journal of Business Studies*.

- Liantifa, M., & Siswadhi, F. (2019). SHOPPING LIFESTYLE AS A MEDIATION VARIABLE IN THE EFFECT OF HEDONIC SHOPPING VALUE ON BUYING IMPULSE IN ONLINE SHOP. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i2.210>
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1. Jakarta: PT Indeks.
- Marianty, R. (2012). Pengaruh Keterlibatan Fashion Emosi Positif Dan Kecenderungan Konsumsi Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Maulana, A., . M., & Novalia, N. (2019). The Effect of Shopping Life Style and Positive Emotion on Buying Impulse (Case Study of the Palembang City Hypermarket). *Information Management and Business Review*. <https://doi.org/10.22610/imbr.v11i1.2844>
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Thirteenth Edition. In Mc Graw Hill Education .
- Natalie A., A., & Japariato, E. (2019). ANALISIS PENGARUH FASHION INVOLVEMENT TERHADAP IMPULSE BUYING MELALUI HEDONIC VALUE DI H&M STORE PAKUWON MALL SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.40-46>
- Ningrum, E. C., & Matulesy, A. (2018). Self image dan impulsive buying terhadap produk fashion pada dewasa awal. *FENOMENA*. <https://doi.org/10.30996/fn.v27i1.1483>
- Pramesti, N. Y., & Iqbal, M. (2018). Analisis Perbedaan Antara Shopping Lifestyle Dan Status Consumption Pada Generasi X, Y, Z (Survei Tentang Hijab Fashion Pada Wanita Berhijab di Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 63(1), 90–99.
- Purwanto, D., & Wijaya, T. (2018). Pengaruh Gender, Promosi Penjualan dan Sifat atrealisme Terhadap Perilaku Impulse Buying Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomu Universitas Negeri Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Renanita, T. (2017). Kecenderungan Pembelian Impulsif Online Ditinjau dari Penjelajahan Website Yang Bersifat Hedonis dan Jenis Kelamin pada Generasi Y. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v1i1.4457>
- Rizki, R. (2016). Analisis Perbedaan Keputusan Pembelian Implusif Di Toko Online Berdasarkan Jenis Kelamin. 53(9).
- Setyningrum, F., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2016). PENGARUH HEDONIC MOTIVES TERHADAP SHOPPING LIFESTYLE DAN IMPULSE BUYING (Survei pada Konsumen Superindo Supermarket Yang Melakukan Impulse Buying). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujawerni (2013). *Metode Penelitian*. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Tawas, H., & Mandey, S. (2014). MEREK DAN FASHION INVOLVEMENT PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2.4466>
- Tifferet, S., & Herstein, R. (2012). Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption. *Journal of Product and Brand Management*. <https://doi.org/10.1108/10610421211228793>
- Tirmizi, M. A., Kashif-Ur-Rehman, & Saif, M. I. (2009). An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets. *European Journal of Scientific Research*.
- Tulungen, C. E. (2013). Comparative Analysis of Impulse Buying Based on Gender Differences. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1349–1357. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2914>
- Widiartaka, W., & Purnami, N. (2014). PENGARUH LINGKUNGAN TOKO DAN FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN TAK TERENCANA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*.

Zhang, K. Z. K., Xu, H., Zhao, S., & Yu, Y. (2018). Online reviews and impulse buying behavior: the role of browsing and impulsiveness. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2016-0377>

ANALISIS POTENSI KEBANGKRUTAN PADA MASA PANDEMIK COVID-19 DENGAN METODE SPRINGATE PADA SEKTOR PERUSAHAAN JASA (SUBSEKTOR HOTEL, RESTORAN DAN PARIWISATA) YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA

NABILA RARASWATI

MOH. KHOIRUMAN

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Abstract

The purpose of this research aims to know the potential bankruptcy or the service companies (subsector hotels, restaurants and tourism) during the coronavirus COVID-19 pandemic that listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) by using Springate S-Score . The method used in this research is descriptive method with 10 service companies (subsector hotels, restaurants and tourism)research objects with 4 quarters each during the coronavirus COVID-19 pandemic that listed in Indonesia Stock Exchange (IDX). The sources of this research is secondary data from the financial report data and a general overview about the companies . The sampling technique used is random sampling with 10 companies during the past 16 month . Based on the analysis performed, 6 of 10 sample service companies (subsector hotels, restaurants and tourism) predicted bankruptcy because of the coronavirus COVID-19 pandemic.

Keywords : Bankruptcy ,Springate method,Financial Ratio ,Pandemic Covid-19

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui potensi kebangkrutan perusahaan jasa (subsektor hotel, restoran, dan pariwisata) pada masa pandemik covid-19 yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan analisis Springate S-Score . Metode yang digunakan adalah metode diskriptif dengan obyek penelitian 10 perusahaan jasa (subsektor hotel, restoran, dan pariwisata) dengan masing masing 4 triwulan sejak adanya pandemik covid-19 yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber penelitian adalah data sekunder berupa data laporan keuangan perusahaan dan gambaran umum perusahaan . Teknik sampling yang digunakan yaitu Random Sampling dengan memperoleh 10 perusahaan selama 16 bulan terakhir . Berdasarkan analisis yang dilakukan, 6 dari 10 sampel perusahaan jasa (subsektor hotel, restoran , dan pariwisata) diprediksi bangkrut karena adanya pandemik covid-19.

Kata Kunci : Kebangkrutan, metode Springate, Rasio Keuangan, Pandemik Covid-19

nabilararas5@gmail.com

PENDAHULUAN

Kebangkrutan sering didefinisikan sebagai likuidiasi atau penutupan perusahaan . Kebangkrutan adalah keadaan atau situasi dimana perusahaan gagal atau tidak mampu lagi memenuhi kewajiban – kewajiban kepada debitor karena perusahaan mengalami kekurangan dan ketidakcukupan dana untuk menjalankan atau melanjutkan usahanya (Ramadhani . 2009:17)

Kebangkrutan suatu perusahaan dapat dilihat dan diukur melalui laporan keuangan dengan cara menganalisis laporan keuangan . Analisis laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi yang terkait dengan posisi keuangan perusahaan serta hasil-hasil yang telah dicapai sehubungan dengan pemulihan strategi perusahaan yang diterapkan.(Adnan (2000:132))

Selain itu, kebangkrutan juga bisa disebabkan oleh adanya krisis ekonomi, seperti pada saat ini terjadi krisis ekonomi yang berdampak pada semua sektor perusahaan diindonesia yaitu Pandemi Covid-19.

Peristiwa Pandemi Covid-19 merupakan virus corona yang pertama kali muncul dari Wuhan, China pada akhir desember 2019. Wabah dari Covid-19 menyebabkan gangguan pernafasan pada manusia yang, mengakibatkan Kota Wuhan, tempat dimana wabah ini dimulai harus memutuskan Lockdown demi memperlambat laju penyebaran virus.

Adanya peristiwa Pandemi Virus Corona (Covid-19) ini bukan hanya memberikan ancaman kepada kesehatan saja akan tetapi juga pada pertumbuhan perekonomian pada suatu Negara . Dampak penyebaran Virus Corona (Covid-19) belum dapat dihitung secara pasti . Namun perlambatan sistem ekonomi sudah terasa ,terutama disektor industri,pariwisata,perdagangan,transportasi dan investasi . Tidak bisa dihindari begitupun Indonesia, bertambahnya khusus prositif corona membawa efek bagi Bursa Saham (iNew.id 06 April 2020).

Pasar modal masih tertekan ditengah perjuangan Indonesia melawan Pandemi Virus Corona (Covid-19). Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), indeks acuan utama di Bursa Efek Indonesia begitu tertekan , demikian pula dengan kinerja reksa dana . mengacu data BEI hingga tanggal 08 April 2020 IHSG sudah melorot 26,44 % dengan catatan jual bersih (Net Sell)asing Rp. 15,01 triliun dipasar regular , sementara dipasar Non-resuler (tunai dan negosiasi) terjadi aksi beli (Net Buy) asing Rp. 2,94 triliun .

DiIndonesia, masih melawan Virus Covid , begitupun dengan Negara lain . jumlah khusus Covid-19 terus bertambah dengan beberapa dan beberapa melaporkan kesembuhan , akan tetapi tidak sedikit yang meninggal . Jumlah khusus Covid-19 yang terkonfirmasi per tanggal 02 Mei 2020 adalah 10.843, seorang dinyatakan sembuh sebanyak 1.665 orang dari 10.843 yang terkonfirmasi ,dan meninggal sebanyak 831 orang dari 10.843 yang terkonfirmasi . Adanya Virus Covid-19 juga mempengaruhi IHSG , dimana harga saham melemah seiring kekhawatiran pasar terhadap dampak besar dari wabah Virus Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia , (Kemenkes RI)

Dampak penyebaran Virus Covid-19 dirasakan oleh pengusaha hotel , restoran , dan maskapai penerbangan yang memiliki pangsa dan nilai investasi yang massif . Dinamika ini dinamakan Force Majeure atau kondisi yang tidak dapat dihindari (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Maret 2020)

Anjloknya Okupansi hingga angka 40 % membawa dampak yang cukup,besar bagi keberlangsungan bisnis hotel , pasalnya hotel mempunyai karyawan dan property dalam jumlah besar . beberapa hotel di Batam dan Bali meminta karyawannya untuk cuti disaat permintaan sepi . (Katadata.co.id Maret 2020)

Keruntuhan pada sektor Hotel, Restoran , Pariwisata disebabkan pemberlakuan kebijakan Physical Distancing dalam upaya pencegahan Virus Covid-19 oleh pemerintah Indonesia . (Maulana Oktober 2020)

Analisis kebangkrutan dilakukan untuk mendapatkan peringatan kebangkrutan awal . Makin awal peringatan tersebut , makin baik bagi pihak manajemen. Karena pihak manajemen dapat dengan segera melakukan perbaikan-perbaikan (Wiranto 2006:2) .

Metode yang biasa digunakan untuk memprediksi kesulitan keuangan ada berbagai macam diantaranya Metode Springate . Metode ini dikembangkan oleh Gordon L. V Springate (1978) dengan menggunakan analisis multi diskriminan , dengan menggunakan 40 perusahaan sebagai sampelnya . Model Springate dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan dengan tingkat ke akurasian mencapai 92,5%.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti *“ANALISIS POTENSI KEBANGKRUTAN PADA MASA PANDEMIK COVID-19 DENGAN METODE SPRINGATE PADA SEKTOR PERUSAHAAN JASA (SUBSEKTOR HOTEL,RESTORAN DAN PARIWISATA) YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA”*.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Analisis Laporan Keuangan

Pengertian Laporan Keuangan
Menurut Munawir

Menurut Munawir bahwa pengertian dari laporan keuangan terdiri dari neraca dan suatu perhitungan laba-rugi serta laporan mengenai perubahan ekuitas nya. Neraca tersebut dapat menunjukkan atau menggambarkan jumlah suatu aset, kewajiban dan juga mengenai ekuitas dari sebuah perusahaan pada tanggal tertentu.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia bahwa definisi mengenai laporan keuangan yaitu terdiri dari proses laporan keuangan yang pada umumnya terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan posisi keuangan, catatan dan laporan lain serta materi akan penjelasan yang merupakan bagian suatu integral dari laporan keuangan.

Kebangkrutan

Pengertian Kebangkrutan

Menurut Lesmana (2003:174), kebangkrutan adalah ketidakpastian mengenai kemampuan atas suatu perusahaan untuk melanjutkan kegiatan operasinya jika kondisi keuangan yang dimiliki mengalami penurunan.

Kebangkrutan (bankruptcy) merupakan kondisi dimana perusahaan tidak mampu lagi untuk melunasi kewajibannya. Kondisi ini biasanya tidak muncul begitu saja di perusahaan, ada indikasi awal dari perusahaan tersebut yang biasanya dapat dikenali lebih dini kalau laporan keuangan dianalisis secara lebih cermat dengan suatu cara tertentu. Rasio keuangan dapat digunakan sebagai indikasi adanya kebangkrutan di perusahaan (Toto, 2011:332).

Faktor Penyebab Kebangkrutan

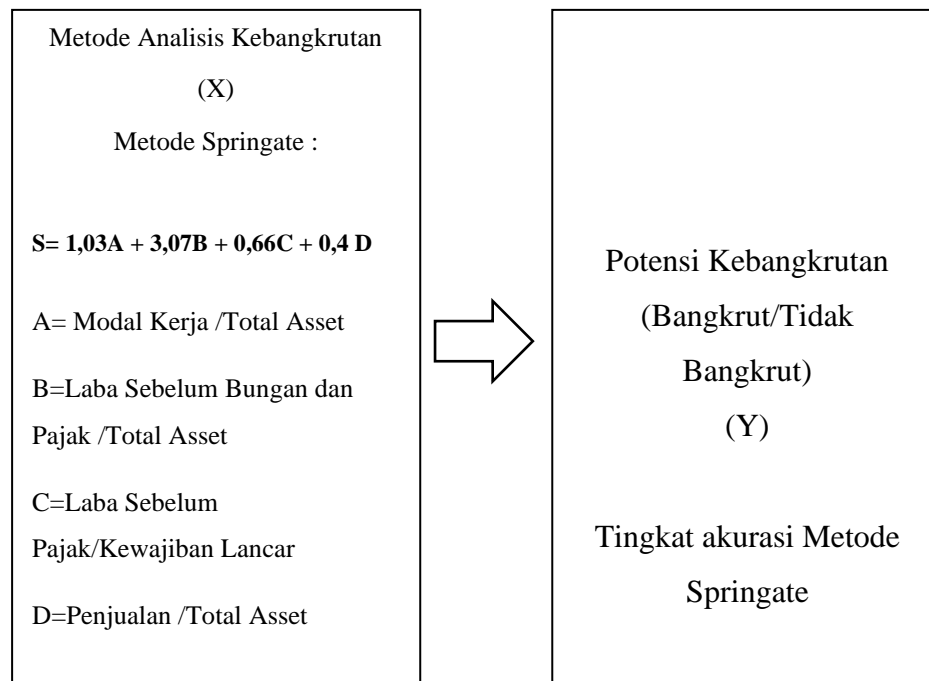
Secara umum faktor-faktor penyebab kebangkrutan dijelaskan sebagai berikut (Reny, 2011:28):

1. Faktor Ekonomi. Faktor-faktor penyebab kebangkrutan dari sektor ekonomi adalah gejala inflasi dan deflasi dalam harga barang dan jasa, kebijakan keuangan, suku bunga dan devaluasi uang dalam hubungannya dengan uang asing serta neraca pembayaran, surplus dalam hubungannya dengan perdagangan luar negeri.

2. Faktor Sosial. Faktor sosial yang sangat berpengaruh terhadap kebangkrutan cenderung pada perubahan gaya hidup masyarakat yang mempengaruhi permintaan terhadap produk dan jasa ataupun cara perusahaan berhubungan dengan karyawan.
3. Faktor Teknologi. Penggunaan teknologi informasi juga menyebabkan biaya yang ditanggung perusahaan membengkak terutama untuk pemeliharaan dan implementasi yang tidak terencana, sistemnya tidak terpadu dan para manajer pengguna kurang profesional.
4. Faktor Pemerintah. Kebijakan pemerintah terhadap pencabutan subsidi pada perusahaan dan industri, pengenaan tarif ekspor dan impor barang yang berubah, kebijakan undang-undang baru bagi perbankan atau tenaga kerja dan lain-lain.
5. Faktor Pelanggan. Perusahaan harus mengidentifikasi sifat konsumen, untuk menghindari kehilangan konsumen, juga untuk menciptakan peluang, menemukan konsumen baru dan menghindari menurunnya hasil penjualan dan mencegah konsumen berpaling ke pesaing.
6. Faktor Pemasok. Perusahaan dan pemasok harus tetap bekerjasama dengan baik karena kekuatan pemasok untuk menaikkan harga dan mengurangi keuntungan pembelinya tergantung pada seberapa besar pemasok ini berhubungan dengan perdagangan bebas.
7. Faktor Pesaing. Perusahaan juga jangan melupakan persaingan karena kalau produk pesaing lebih diterima di masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan konsumen dan hal tersebut akan berakibat menurunnya pendapatan perusahaan.

Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual

a. Kerangka Konseptual



b. Pengembangan Hipotesis

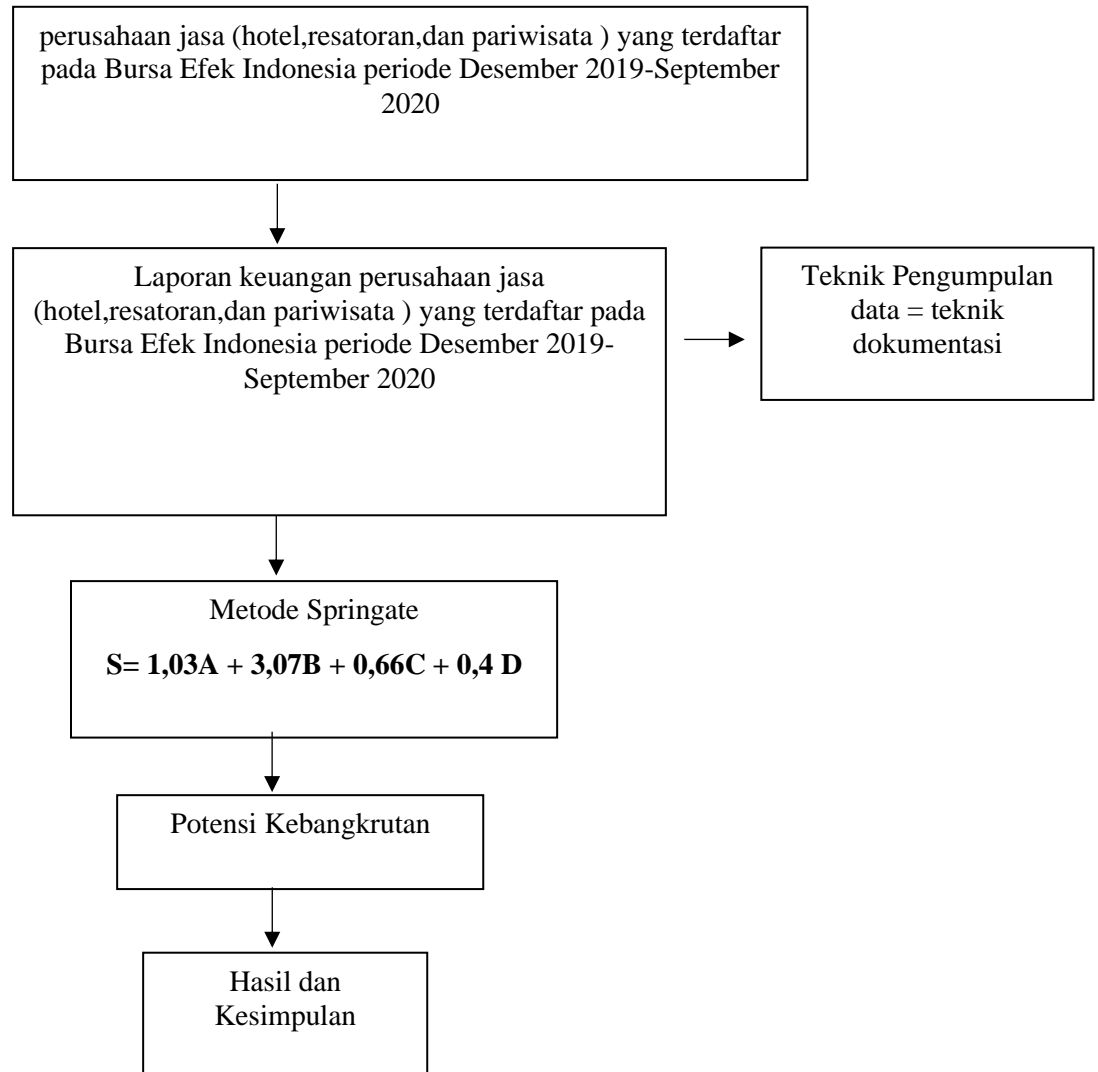
Berdasarkan uraian diatas , maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah “ Diduga terdapat potensi kebangkrutan pada perusahaan sektor jasa (Hotel, Restoran dan Pariwisata) yang terdaftar pada BEI disebabkan Pandemi Covid-19 yang dihitung dengan metode Springate pada akhir tahun 2019 sampai dengan akhir tahun 2020 “

METODA

Penelitian ini mengenai kebangkrutan pada perusahaan jasa (hotel,restoran,dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September 2020 dengan menggunakan metode Springate . Berdasarkan kerangka pemikiran yang dikemukakan sebelumnya dapat disederhanakan dengan kerangka penulisan.

Dari kerangka pemikiran tersebut dapat diuraikan bahwa metode Springate didapatkan dari masing-masing perusahaan jasa (hotel,restoran,dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September 2020. Metode Springate ini nanti yang akan menunjukkan seberapa besar nilai skor kebangkrutan pada

perusahaan terkait yang sedang diteliti yang kemudian akan diteliti kemudian akan diuji dengan menggunakan rumus $S = 1,03A + 3,07B + 0,66C + 0,4D$. Kerangka penelitian yang dapat digambarkan sebagai berikut :



Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari website resmi Bursa Efek Indonesia. Data-data yang dikumpulkan yaitu berupa laporan keuangan perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September 2020 dan data terkait yang berfungsi untuk menghitung variabel dalam penelitian. Selain itu, data sekunder lainnya juga diperoleh dari berbagai macam sumber melalui studi kepustakaan, yang merupakan teknik pengumpulan data dari teori-teori yang bersumber dari berbagai referensi yang mendukung penelitian ini meliputi; jurnal, skripsi, artikel, literature , buku-buku, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Populasi

“Populasi adalah jumlah semua obyek atas individu yang memiliki karakteristik tertentu , jelas , dan lengkap yang akan diteliti .” (Hasan ,2000).

Menurut Margono (1996), populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan . Populasi dalam penelitian ini berjumlah 35 perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September . Menurut Edison Sutan Kayo dengan terakhir update tanggal 21 November 2020 pada website sahamok.net

Sampel

“Sampel adalah bagian dari populasi , sebagai contoh yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu .” (Margono, 1996). Menurut Sugiyono (2003), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut . Pengembalian sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Random Sampling , dimana sampel yang akan diambil sebanyak 10 perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September dengan rincian 4 triwulan dikali 10 perusahaan , maka sampel data pada penelitian ini berjumlah 40 sampel data perusahaan, dengan begitu minimal data yang harus diteliti (30 data) sudah terpenuhi (Menurut Cohen et al 2007 halaman 101). Metode tersebut memberikan peluang atau kesempatan kepada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel yang representative .

Berikut perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September yang dijadikan sampel :

Tabel 1. Sampel Perusahaan yang diteliti.

No	Kode	Nama Emitten
1	BAYU	Bayu Buana Tbk
2	BUVA	Bukit Uluwatu Villa Tbk
3	FAST	Fast Food Indonesia Tbk
4	HOTL	Saraswati Griya Lestari Tbk
5	JIHD	Jakarta International Hotel & Development Tbk
6	PGLI	Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk
7	PJAA	Pembangunan Jaya Ancol Tbk
8	HRME	Menteng Heritage Realty Tbk
9	PTSP	Pioneerindo Gourmet International Tbk
10	SHID	Hotel Sahid Jaya International Tbk

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif, dimana analisis ini digunakan untuk mendiskripsikan laporan keuangan yang telah terkumpul secara kuantitatif untuk mengukur, mengetahui, menggambarkan kemungkinan terjadinya kebangkrutan pada perusahaan perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata). Keseluruhan data laporan keuangan pada perusahaan perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September selanjutnya dianalisis untuk dapat memberikan data. Peneliti menggunakan analisis data metode Springate.

Menghitung rasio keuangan dengan menggunakan metode Springate (Baharudin, 2015), yaitu :

- a. Modal Kerja terhadap Total Asset

Sumber data diperoleh dari neraca keuangan perusahaan. Rasio ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$A = \frac{\text{Modal Kerja}}{\text{Total Asset}}$$

b. Laba Sebelum Bunga dan Pajak terhadap Total Asset

Laba Sebelum Bunga dan Pajak diperoleh dari laporan laba rugi , dan total asset diperoleh dari neraca perusahaan . Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$B = \frac{\text{Laba Sebelum Bunga dan Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

c. Laba Bersih Sebelum Pajak terhadap Kewajiban Lancar

Laba Bersih Pajak diperoleh dari laporan laba rugi , dan Kewajiban Lancar diperoleh dari neraca perusahaan . Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$C = \frac{\text{Laba Bersih sebelum Pajak}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

d. Penjualan terhadap Total Asset

Penjualan diperoleh dari laporan laba rugi , dan total asset diperoleh dari neraca perusahaan . Rasio ini dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$D = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Asset}}$$

Setelah mengetahui nilai-nilai dari rasio keuangan kemudian tahap selanjutnya dilakukan perhitungan prediksi kebangkrutan menggunakan metode Springate . Setiap metode memiliki nilai cut off sebagai batas penilaian perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan atau sehat.

Perhitungan prediksi kebangkrutan menggunakan metode Springate melalui rumus (Peter dan Yoseph ,2011).

Dimana :

A = Modal kerja terhadap Total asset

B = Laba Sebelum Bunga dan Pajak terhadap total asset

C = Laba Sebelum Pajak terhadap Kewajiban Lancar

D = Penjualan terhadap Total Asset

Tabel 2. Nilai Cut off Metode Springate

Nilai Cut off	Prediksi
< 0,861	Bangkrut
> 0,861	Tidak bangkrut

HASIL DAN PEMBAHASAN**Tabel 3. Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Bayu Buana Tbk.**

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
1	BAYU					
	2019	0,59088249	0,045199308	0,110159045	2,131868532	1,672823225
	3					
	2020	0,62447324	0,003564759	0,009460456	0,475622764	0,850644251
	1					
	2020	0,59328732	-0,009080835	-0,023967148	0,551398561	0,787948878
	2					
	2020	0,60873959	-0,017259016	-0,046788674	0,632311331	0,796060608
	3					

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *1,672823225* . Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,850644251*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,787948878* . Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,796060608*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 4. Perhitungan Nilai S-Score pada PT.Bukit Uluwatu Villa Tbk.

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
2	BUVA					
	2019	0,69677359	-0,009259889	-0,070889606	0,10825003	0,685761813
	3					
	2020	0,65941201	-0,005006082	-0,026188354	0,012071307	0,651369912
	1					
	2020	0,6345383	-0,010926409	-0,04845189	0,013018884	0,593259679
	2					

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
	2020 3	0,62006932	-0,018033869	-0,072905505	0,014525106	0,540999829

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,685761813*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,651369912*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,593259679*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,540999829*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 5 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Fast Food Indonesia Tbk.

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
3	FAST					
	2019 3	0,77583555	0,065029529	0,315014235	1,578369993	1,838008658
	2020 1	0,74896903	0,001936841	0,004654188	0,043710216	0,797940055
	2020 2	0,71788232	-0,051896432	-0,187901032	0,697946497	0,735260662
	2020 3	0,69996604	-0,103862509	-0,354103203	1,020766871	0,576705751

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *1,838008658*. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,797940055*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,735260662*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,576705751*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 6 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Saraswati Griya Lestari Tbk.

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
4	HOTL					
	2019 3	0,84588291	0,00471084	0,013517902	0,070715984	0,922929886
	2020 1	0,85658361	-0,001433404	-0,018431022	0,02132208	0,874244921
	2020 2	0,84408972	-0,012695595	-0,096902412	0,024442759	0,776258445
	2020 3	0,8335174	-0,021154794	-0,146066632	0	0,697173722

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,922929886. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,874244921. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,776258445. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,697173722. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 7 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Jakarta International Hotel & Development Tbk

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
5	JHHD					
	2019 3	0,9700967	0,004302316	-0,254055959	0,085043808	0,878748304
	2020 1	0,97152206	-0,002951767	-0,321619049	0,021452887	0,78791838
	2020 2	0,97532263	-0,009590963	-0,914128941	0,027462545	0,382797971
	2020 3	0,96528156	-0,014389886	-0,985425944	0,038058498	0,314905331

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate:

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,878748304. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,78791838. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,382797971*. Nilai ini $< 0,861$ maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,314905331*. Nilai $< 0,861$ maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 8 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
6	PGLI					
	2019 3	0,89746822	-0,006451219	0,174466943	0,154573367	1,081564557
	2020 1	0,86802058	-0,004143108	0,010818527	0,049672318	0,908351007
	2020 2	0,8877368	-0,020157177	-0,084827591	0,072625751	0,825550459
	2020 3	0,89112956	-0,031231773	-0,140618153	0,101705343	0,76985606

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *1,081564557*. Nilai ini $> 0,861$ maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,908351007*. Nilai ini $> 0,861$ maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,825550459*. Nilai ini $< 0,861$ maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,76985606*. Nilai $< 0,861$ maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 9 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Pembangunan Jaya Ancol Tbk

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
7	PJAA					
	2019 3	0,93637104	-0,051336194	0,98594482	0,164344385	1,523321386
	2020 1	0,94224445	-0,014106088	0,166769348	0,048494721	1,056671753
	2020 2	0,94745538	-0,023406278	-0,251231226	0,080619796	0,770457078
	2020 3	0,93494351	-0,0381859	-0,793638401	0,114503911	0,367761319

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *1,523321386*. Nilai ini $> 0,861$ maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.

- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 1,056671753. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat. Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,770457078. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,367761319. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 10 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Menteng Heritage Realty Tbk.

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
8	HRME					
	2019 3	0,79557747	0,078449592	0,310802822	0,251793231	1,366132196
	2020 1	0,84372772	0,004247699	-0,001613914	0,052792889	0,902131962
	2020 2	0,76850607	-0,021059337	-0,127978394	0,056439679	0,665019219
	2020 3	0,64473515	-0,040387209	-0,154964913	0,072397313	0,46677055

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 1,366132196. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,902131962. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat. Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,665019219. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,46677055. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 11 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Pioneerindo Gourmet International Tbk.

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
9	PTSP					
	2019 3	0,71495398	0,092463241	0,29622989	1,662861077	1,880920904
	2020 1	0,66288479	-0,016484862	-0,054854084	0,411088719	0,760394603
	2020 2	0,61936981	-0,118436518	-0,327762449	0,585275911	0,292137942
	2020 3	0,59375419	-0,162555683	-0,427558784	0,827568322	0,1613594

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *1,880920904*. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,760394603*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,292137942*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,1613594*. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

Tabel 12 Perhitungan Nilai S-Score pada PT. Hotel Sahid Jaya International Tbk.

No	Kode	A	B	C	D	S-Score
10	SHID					
	2019 3	0,93029229	-0,007265794	-0,194553776	0,066812866	0,834214727
	2020 1	0,93377454	-0,004179508	-0,100650037	0,017380812	0,889479989
	2020 2	0,94181574	-0,011717825	-0,265502198	0,021482	0,767457842
	2020 3	0,93534872	-0,019865881	-0,377521674	0,027387444	0,664211596

Sumber : Hasil Olah Data 2021

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui kondisi kebangkrutan perusahaan dengan nilai S-Score dengan kriteria Springate :

- Untuk tahun 2019 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,834214727*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 1 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,889479989*. Nilai ini > 0,861 maka perusahaan dikategorikan tidak bangkrut/sehat.
- Untuk tahun 2020 Triwulan 2 nilai S-Score pada perusahaan sebesar *0,767457842*. Nilai ini < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

- Untuk tahun 2020 Triwulan 3 nilai S-Score pada perusahaan sebesar 0,664211596. Nilai < 0,861 maka perusahaan dikategorikan bangkrut.

SIMPULAN

Tabel 13. Simpulan

kode PT	S-Score				Rata-rata	Ket
	2019 triwulan3	2020 triwulan 1	2020 triwulan 2	2020 triwulan 3		
BAYU	1,67282322 5	0,85064425 1	0,78794887 8	0,79606060 8	1,026869 241	TIDAK BANGKRUT
BUVA	0,68576181 3	0,65136991 2	0,59325967 9	0,54099982 9	0,617847 808	BANGKRUT
FAST	1,83800865 8	0,79794005 5	0,73526066 2	0,57670575 1	0,986978 782	TIDAK BANGKRUT
HOTL	0,92292988 6	0,87424492 1	0,77625844 5	0,69717372 2	0,817651 744	BANGKRUT
JHD	0,87874830 4	0,78791838	0,38279797 1	0,31490533 1	0,591092 497	BANGKRUT
PGLI	1,08156455 7	0,90835100 7	0,82555045 9	0,76985606	0,896330 521	TIDAK BANGKRUT
PJAA	1,52332138 6	1,05667175 3	0,77045707 8	0,36776131 9	0,929552 884	TIDAK BANGKRUT
HRME	1,36613219 6	0,90213196 2	0,66501921 9	0,46677055	0,850013 482	BANGKRUT
PTSP	1,88092090 4	0,76039460 3	0,29213794 2	0,1613594	0,773703 212	BANGKRUT
SHID	0,83421472 7	0,88947998 9	0,76745784 2	0,66421159 6	0,788841 039	BANGKRUT

Dari hasil perhitungan S-Score yang dilakukan pada perusahaan jasa (hotel, resatoran, dan pariwisata) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode Desember 2019-September 2020 selama masa *Pandemik Covid-19* dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 6 dari 10 perusahaan yang mengalami kebangkrutan dan 4 perusahaan lainnya dinyatakan dalam keadaan sehat/tidak bangkrut. Perusahaan yang mengalami kebangkrutan antara lain adalah PT. Bukit Uluwatu Villa Tbk dengan nilai rata-rata sebesar (0,617847808), PT. Saraswati Griya Lestari Tbk dengan nilai rata-rata sebesar (0,817651744), PT. Jakarta International Hotel & Development Tbk dengan nilai rata-rata sebesar, PT. Menteng Heritage Realty Tbk dengan nilai rata-rata sebesar (0,591092497),

(0,850013482)PT.Pioneerindo Gourmet International Tbk dengan nilai rata-rata sebesar(0,77370321), PT.Hotel Sahid Jaya International Tbk dengan nilai rata-rata sebesar(0,788841039). Keenam perusahaan tersebut mempunyai nilai rata-rata < 0,861 selama masa *Pandemik Covid-19* . 4 perusahaan yang dinyatakan dalam keadaan sehat/tidak bangkrut adalah PT.Bayu Buana Tbk dengan nilai rata-rata sebesar(1,026869241), PT.Fast Food Indonesia Tbk dengan nilai rata-rata sebesar(0,986978782), PT.Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk dengan nilai rata-rata sebesar(0,896330521), PT.Pembangunan Jaya Ancol Tbk dengan nilai rata-rata sebesar 0,929552884) . Perusahaan yang mengalami kebangkrutan diharapkan melakukan perbaikan pada tahun tahun setelah masa *Pandemik Covid-19* berakhir , dan perusahaan tersebut dapat dikategorikan sehat/tidak bangkrut diharapkan dapat mempertahankan kinerja perusahaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://id.scribd.com/document/397577143/PROPOSAL-PENELITIAN-yaya-new-docx> .*Proposal yaya new.docx* diakses pada tanggal 20 november 2020
- Riani Fifriani,Perdana Wahyu Santosa (2018).*Prediksi Kebangkrutan Model Springate Pada Industri Telekomunikasi* .Jurnal .Jakarta Pusat.Universitas YARSI.
- Bursa Efek Indonesia* .(2020).Laporan Keuangan Triwulan. www.idx.co.id
Diakses pada tanggal 26 November 2020.
- Burhanuddin & Amalia .R (2015). Analisis Penggunaan Metode Altman Z-Score dan Metode Springate untuk Mengetahui Potensi Terjadinya Financial Distress pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen Periode 2009-2013 .Jurnal . Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- Harahap& Syafri ,S.(2007) .*Analisis Krisis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Ikatan Akuntan Indonesia . (2009) .*Standar Akuntansi Keuangan* . Jakarta : Salemba Empat
- Margono (1996).*Metodologi Penelitian Pendidikan* . Jakarta : Rineka Cipta
- <https://www.sahamok.net/> Perusahaan Sektor Jasa Sub Sektor Hotel,Restoran dan Pariwisata .
<https://www.sahamok.net/emiten/sektor-perdagangan-jasa-investasi/sub-sektor-hotel-restoran-pariwisata/> diakses pada tanggal 21 November 2020
- Peter , Y (2011). Analisis Kebangkrutan dengan Metode Z-Score Altman , Springate , Zmijewski Pada PT.Indofood Sukses Makmur Tbk. Periode 2005-2009
- <http://eprints.ums.ac.id/43506/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> Putri Rahayu,(2016)*Analisis Penggunaan Metode Springate (S-Score) Sebagai Prediktor Kebangkrutan.Jurnal.Surakarta.Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Diakses pada 6 Januari 2021

ANALISIS RISK AVERSION, EXCESSIVE OPTIMISM, DAN OVERCONFIDENCE PADA KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM DAN FOREIGN EXCHANGE (FOREX) DENGAN EFEK MODERASI BUDAYA DAN IKLIM BISNIS

Sarsiti

Universitas Satya Wacana Salatiga

Universitas Surakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of risk aversion, excessive optimism, and overconfidence on stock and forex investment decisions with moderating effects on culture and business climate. The sample of respondents was selected using a non-probability sampling method, in order to obtain 140 respondents from stock and forex investors. Data analysis in this study used MRA (Moderated Regression Analysis). Based on the research results, it is known that risk aversion has no effect on stock investment decisions, but partially risk aversion has a significant effect on forex, this is because investors with a high level of risk aversion will be very careful in making investment decisions. However, the results of the study show that excessive optimism and overconfidence have a significant effect on stock and forex investment decisions, this is because investment decisions require high optimism and confidence. The results showed that business culture and climate did not provide a potential moderating effect for the influence of risk aversion, excessive optimism, and over confidence on stock and forex investment decisions.

Keyword: Investation, stock, forex

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh risk aversion, excessive optimism, dan overconfidence pada keputusan investasi Saham dan forex dengan efek moderasi budaya dan iklim bisnis. Sampel responden dipilih dengan menggunakan metode non probability sampling, sehingga diperoleh 140 responden dari investor saham dan forex. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan MRA (Moderated Regression Analysis). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa risk aversion tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi saham, namun secara parsial risk aversion berpengaruh signifikan terhadap forex, hal ini disebabkan investor dengan tingkat risk aversion yang tinggi akan sangat hati-hati dalam melakukan keputusan investasi. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa excessive optimism dan overconfidence berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham dan forex, hal ini disebabkan keputusan investasi membutuhkan sebuah optimisme dan kepercayaan yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya dan iklim bisnis tidak memberikan efek moderasi potensial untuk pengaruh risk aversion, excessive optimism, dan over confidence pada keputusan investasi saham dan forex.

Kata kunci: Investasi, saham, forex

sitiunsa76@gmail.com

PENDAHULUAN

Investasi saham dan *Forex* merupakan dua bidang bisnis yang mengalami perkembangan sangat pesat, sehingga menjadikan dunia investasi menjadi sangat menarik. Namun, pandemi Covid-19 telah mempengaruhi segala sektor perekonomian di dunia, tidak terkecuali pada sektor investasi di Indonesia (Rusyida & Pratama, 2020). Pandemi Covid-19 memaksa setiap individu untuk dapat bertahan dalam ketidakpastian (*uncertainties*). Dewasa ini pemerintah sudah mulai mencanangkan wacana untuk transisi menuju pada kehidupan normal baru (*new normal*), yang dampaknya pada berbagai perubahan kebijakan termasuk dalam hal investasi. Perubahan kebijakan pemerintah dalam aspek investasi perlu disikapi oleh para investor. Investor harus berhati-hati dalam berinvestasi yang holistik dan beragam, sebab hampir seluruh bursa saham dan *Forex* di seluruh dunia mengalami penurunan (Tambunan, 2020).

Perubahan regulasi serta kondisi pandemi Covid-19 menjadi dasar yang rasional bagi investor untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi pada sektor saham maupun *forex*, adapun salah satu faktor yang mempengaruhi adalah *risk aversion* (menolak resiko). *Risk aversion* merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan investasi saham maupun *forex*, hal ini sebagaimana penelitian (Farooq & Sajid, 2015) yang menyatakan bahwa *risk averse* mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi, begitu juga penelitian (Satti, Din & Ali, 2013) yang menunjukkan bahwa keputusan dalam berinvestasi dipengaruhi oleh faktor *risk aversion*. Hasil penelitian ini ternyata tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Susilowati, 2017) dan (Usman & Wulandari, 2019) yang menunjukkan bahwa *risk aversion* tidak berpengaruh terhadap keputusan dalam investasi, sehingga memunculkan adanya kesenjangan penelitian untuk pengaruh *risk aversion* terhadap keputusan investasi.

Perilaku keuangan yang dilakukan oleh seorang investor juga dipengaruhi oleh adanya optimisme yang berlebihan (*Excessive Optimism*) dengan kondisi pasar. *Excessive Optimism* menunjukkan sebuah kepercayaan diri bahwa masa depan akan menjadi lebih baik, sehingga membentuk perasaan investor untuk memiliki emosi yang positif. Investor yang memiliki *excessive optimism* merupakan investor yang sudah terbiasa dan mempunyai pengalaman dalam berinvestasi, sehingga dapat memberikan pengaruh dalam

pengambilan keputusan investasi (Usman & Wulandari, 2019). Hasil penelitian (Ton & Dao, 2014) dengan menggunakan metode SEM menunjukkan bahwa *excessive optimism* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, sementara dengan *coefficient of correlation* penelitian (Manuel & Mathew, 2017) menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan dalam investasi adalah *excessive optimism*, sehingga muncul kesenjangan dalam metode analisis data untuk mengetahui pengaruh *excessive optimism*.

Keputusan seorang investor dalam berinvestasi tidak dapat dilepaskan dari adanya kepercayaan dan keyakinan dari dalam diri. Keyakinan diri dari investor dalam melakukan perdagangan dapat menjadi *overconfidence* karena investor mempunyai kemampuan, pengetahuan dan potensi keuntungan yang diperoleh di masa yang akan datang, sehingga rasa kepercayaan diri yang berlebihan (*overconfidence*) menjadikan seorang investor melakukan transaksi dengan berlebihan yang justru berdampak pada *return* portofolio (Firah, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Budiarto & Susanti, 2017) memperoleh hasil pengujian bahwa *overconfidence* berpengaruh positif terhadap keputusan dalam investasi, sementara penelitian (Michailova, Mačiulis, & Tvaronavičienė, 2017) menunjukkan bahwa *overconfidence* memiliki pengaruh negatif yang signifikan pada eksperimen pasar aset. Penelitian (Combrink & Lew, 2020) juga menunjukkan bahwa *overconfidence* menunjukkan hubungan yang negatif dengan keputusan pengambilan investasi.

Keputusan dalam investasi saham maupun *Forex* ini tidak dapat dilepaskan dari teori perilaku keuangan (*behavioral finance*). Perilaku keuangan mengacu pada literatur psikologi dan ilmu kognitif untuk mengkaji mengapa individu sering mengambil keputusan menyimpang dari pilihan rasional dengan cara sistematis (Chira, Adams, & Thornton, 2011). *Behavioral finance* adalah studi yang mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan, perusahaan, dan pasar keuangan (Subash, 2012). *Behavioral finance* dapat meningkatkan nilai investasi dengan mengidentifikasi bias dan kesalahan investasi. *Behavioral Finance* didasarkan pada asumsi bahwa struktur informasi dan karakteristik pelaku pasar secara sistematis mempengaruhi keputusan investasi individu serta kinerja pasar keuangan (Dervishaj, 2018).

Teori pengambilan keputusan investasi sangat penting bagi calon investor, karena seringkali investor membuat kesalahan pengambilan keputusan atas investasinya. Kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi sering terjadi pada calon investor karena adanya faktor perilaku bias investor. Perilaku keuangan seorang investor dalam berinvestasi juga ditunjang oleh cara seseorang mengelola keuangan dan keputusan investasi terkait dengan aspek budaya. Budaya merupakan bentuk perwujudan dari etnis sehingga sekelompok etnis tertentu bisa memiliki budaya berbeda dengan etnis lainnya. Kajian empiris membuktikan bahwa orang Amerika keturunan Afrika lebih kecil kemungkinan memiliki saham dibanding orang Amerika kulit putih. Orang Amerika kulit putih mengantungkan pada investasi yang berisiko lebih tinggi (Ariani et al., 2016).

Budaya memainkan peran penting dalam penataan perilaku dan mempengaruhi perilaku dan sikap positif dan negatif (Snyder, 2019). Perbedaan budaya terutama dalam agama dan bahasa tidak dapat diabaikan ketika menilai alasan mengapa perilaku investor berbeda di berbagai negara (Baker & Nofsinger, 2011). Perbedaan budaya dalam estimasi dan penilaian nilai dapat menghasilkan hasil ekonomi dan bisnis aktual saat menilai portofolio aset dan investasi serta dalam pengambilan keputusan. Misalnya, investor di negara-negara Anglo-Saxon (dengan ekuitas premium yang lebih tinggi) bersedia untuk membelanjakan lebih banyak untuk ekuitas daripada yang dari negara lain (Enskog, 2015).

Hasil penelitian (Bonna & Awobgo-Moah Amoah, 2020) menunjukkan bahwa berdasarkan karakteristik budaya orang Ghana lebih menyukai investasi bebas risiko berdurasi pendek daripada investasi berisiko berdurasi panjang. Investor Ghana tidak agresif dalam mengumpulkan dan menganalisis informasi keuangan sebelum mengambil keputusan investasi. Keputusan investasi mereka dipengaruhi oleh orang lain, intuisi, kenyamanan dan keamanan, dan sistem kepercayaan, daripada analisis rasional informasi, dan hubungan *risk-reward* yang diturunkan dari model keuangan. Penggunaan intuisi dan informasi yang diturunkan dari kerabat, anggota keluarga dan lainnya dalam pengambilan keputusan investasi membuka jalan bagi faktor budaya untuk mempengaruhi keputusan investasi. Nilai-nilai budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi di Ghana.

Keputusan investasi merupakan suatu keputusan melepaskan dana saat sekarang dengan harapan untuk menghasilkan arus dana masa datang dengan jumlah yang lebih besar dari dana yang dilepaskan pada saat investasi awal. Perkembangan iklim bisnis yang pesat berdampak pada meningkatnya daya saing antar investor sehingga investor dituntut untuk beradaptasi dengan inovasi strategi bisnisnya (Al Ibrahim & Adib, 2018). Investasi akan menguntungkan apabila iklim bisnis sedang baik sehingga manfaat penggunaan dana lebih besar dibandingkan biaya, tetapi iklim bisnis yang tidak menentu dapat menyebabkan biaya investasi lebih besar terhadap manfaat. Demikian juga dengan penggunaan modal investasi akan menguntungkan apabila investor tidak memiliki tuntutan yang terlalu tinggi akan tingkat pengembalian investasi (Sasurya & Asandimitra, 2018). Berdasarkan hal itu, maka muncul sebuah kesenjangan penelitian bahwa optimisme dan kepercayaan diri dalam berinvestasi timbul apabila iklim bisnis baik, sehingga timbul keyakinan dalam berinvestasi.

Kebijakan pemerintah dengan mendorong pertumbuhan ekonomi menjadi momentum yang tepat bagi para investor untuk kembali berinvestasi, dengan dimulainya masa *new normal* pola investasi pada sektor *trading forex* mulai marak dan mengalami perkembangan yang sangat pesat daripada saham, namun edukasi tentang *forex* masih sangat kurang. Penelitian ini merupakan sebuah implementasi dari teori keputusan investasi seperti dalam fenomena penelitian diatas yang bertujuan untuk mengetahui apakah *risk aversion*, *excessive optimism*, dan *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham dan *forex* dengan budaya dan iklim bisnis sebagai variabel moderasi. Penelitian ini juga akan memberikan manfaat bagi calon investor dan masyarakat pada umumnya akan suatu edukasi dalam pemilihan keputusan investasi. Banyaknya informasi dari luar yang mengatakan bahwa *forex* adalah salah satu investasi yang buruk, sedangkan saham adalah salah satu investasi yang murah akan tetapi kurang menarik para pelaku investor, maka dari itu kami mencoba meneliti secara perilaku.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Behavior Finance

Behavior finance adalah ilmu yang di dalamnya ada interaksi dari berbagai disiplin ilmu (interdisipliner) dan terus berintegrasi sehingga dalam pembahasannya tidak bisa dilakukan isolasi. *Behavioral finance* tumbuh dari berbagai asumsi dan ide dari perilaku ekonomi. Dalam *behavioral finance* juga melibatkan emosi, sifat, kesukaan dan berbagai macam hal yang ada pada diri manusia sebagai makhluk intelektual dan sosial yang akan berinteraksi melandasi munculnya keputusan dalam melakukan tindakan (Wiryaningtyas, 2016).

Seorang investor yang mampu menangkap peluang (*opportunity*), biasanya investor yang banyak belajar dari fenomena yang terjadi pada pasar bisnis. Mereka memiliki kecenderungan untuk mencari tahu potensi mendapatkan return yang tinggi berdasarkan informasi pada pasar efisien. Pasar efisien adalah pasar yang dapat memberikan informasi mengenai harga yang terjadi pada pasar secara akurat, benar dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pasar yang tidak efisien adalah pasar yang memberikan informasi bias dan tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga akan berdampak pada pengambilan keputusan yang dilakukan oleh investor. Pada terori ini dijelaskan bahwa teori investasi tidak lagi dipandang sebagai sebuah teori yang kaku, melainkan sebuah teori yang mengikut sertakan aspek-aspek psikologi yang mempengaruhi seorang investor dalam membuat keputusan

Penjelasan diatas menyatakan bahwa *behavioral finance* merupakan hal penting dalam proses pengambilan keputusan karena manusia ataupun makhluk hidup tidak hanya berfikir secara rasional tetapi juga secara irrasional. Faktor irrasional ini merupakan sifat yang melekat pada diri manusia tersebut dan dapat berubah-ubah. Sehingga harus diimbangi dengan sifat dan pemikiran secara rasional agar investor dapat mengambil keputusan dengan bijak.

Keputusan Investasi

Investasi merupakan penanaman modal pada perusahaan baik dalam bentuk aktiva riil maupun dalam bentuk aktiva finansial. Salah satu tujuan investor dalam berinvestasi adalah untuk memperoleh pendapatan yang akan diterima dimasa depan. Untuk memperoleh tingkat pendapatan yang maksimal, investor harus menentukan keputusan investasinya secara tepat. Keputusan investasi ini dapat mencakup jenis aktiva atau

investasi apa yang akan dikelola, jangka waktu investasi dan keputusan-keputusan lain yang terkait dengan investasi tersebut (Wulandari & Iramani, 2014).

Pembuat keputusan investasi merupakan sebuah tugas yang sulit. Investor harus memiliki kemampuan analisis serta bijak dalam menentukan keputusan investasi. Sikap investor dalam pengambilan keputusan investasi ada 2 (dua) yaitu sikap rasional dan irasional. Sikap rasional adalah sikap seseorang yang berpikir menggunakan akal sehat sedangkan sikap irasional adalah sikap berpikir seseorang yang tidak didasari akal sehat (Putra, Ananingtyas, Sari, Dewi, & Silvy, 2016). Namun kenyataannya dalam *Teori Bounded Rationality* bahwa individu memiliki rasionalitas yang terbatas. Model pengambilan keputusan *satisficing model* yang menjelaskan bahwa sebagai akibat dari rasionalitas individu yang terbatas, individu lebih memilih keputusan yang sekiranya dapat memperoleh hasil yang memuaskan dan sesuai dengan harapannya dibandingkan dengan memaksimalkan hasil (Cristofaro, 2017).

Risk Aversion

Risk aversion merupakan perilaku dari investor yang menolak adanya resiko dalam investasi. Investor dengan tingkat *risk averse* yang tinggi cenderung berupaya untuk mendapatkan keamanan, sehingga memiliki pertimbangan yang baik atau menggunakan strategi tertentu dalam mengurangi risiko yang dipersepsikan (Gozali, 2015). *Risk aversion* merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan investasi saham maupun *forex*, hal ini sebagaimana penelitian Farooq & Sajid (2015) yang menyatakan bahwa *risk averse* mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi, begitu juga penelitian Satti, et.al yang menunjukkan bahwa keputusan dalam berinvestasi dipengaruhi oleh faktor *risk aversion* (Satti et al., 2013). Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{1a} : *Risk aversion* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham

H_{1b} : *Risk aversion* berpengaruh terhadap keputusan investasi *forex*

Excessive Optimism

Optimisme yang berlebihan (*excessive optimism*) menunjukkan sebuah kepercayaan diri bahwa masa depan akan menjadi lebih baik, sehingga membentuk perasaan investor untuk memiliki emosi yang positif. Investor yang memiliki *excessive optimism* merupakan investor yang sudah terbiasa dan mempunyai pengalaman dalam berinvestasi, sehingga dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan investasi (Usman & Wulandari, 2019). Hasil penelitian (Ton & Dao, 2014) dengan menggunakan metode SEM

menunjukkan bahwa optimisme berlebihan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, sementara dengan *coefficient of correlation* penelitian (Manuel & Mathew, 2017) menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan dalam investasi adalah adanya optimisme.

Perilaku *excessive optimism* dapat memberikan dampak yang buruk terhadap investor. Investor yang *excessive optimism* membuat investor kurang berhati-hati dalam membuat keputusan serta kurang memperhatikan risiko dari investasinya, sehingga dapat menurunkan kinerja portofolio investasinya. Perilaku optimisme semakin meningkat seiring dengan waktu dan pengalaman berinvestasi (Hoffmann & Post, 2012). Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{2a} : *Excessive optimism* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham

H_{2b} : *Excessive optimism* berpengaruh terhadap keputusan investasi *forex*

Overconfidence

Investor dapat menjadi *overconfidence* terhadap kemampuan, pengetahuan dan potensi keuntungan yang diperoleh di masa yang akan datang, sehingga rasa *overconfidence* menjadikan seorang investor melakukan transaksi dengan berlebihan yang justru berdampak pada *return* portofolio (Firah, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Budiarto & Susanti, 2017) memperoleh hasil pengujian bahwa *overconfidence* berpengaruh positif terhadap keputusan dalam investasi, sementara penelitian (Michailova et al., 2017) menunjukkan bahwa *overconfidence* memiliki pengaruh negatif yang signifikan pada eksperimen pasar aset. Penelitian yang dilakukan oleh (Combrink & Lew, 2020) juga menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan (*overconfidence*) yang tinggi menunjukkan hubungan yang negatif dengan keputusan pengambilan investasi.

Investor yang memiliki perilaku *overconfidence* menyebabkan orang *overestimate* terhadap pengetahuan yang dimiliki, *underestimate* terhadap risiko, Tinggi rendahnya tingkat *overconfidence* investor dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan investasi. Seorang investor dengan tingkat *overconfidence* yang tinggi akan semakin berani dalam membuat keputusan investasi. Sedangkan investor dengan *overconfidence* rendah cenderung sangat berhati-hati dalam membuat sebuah keputusan. Dalam beberapa kasus terdapat pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investor dalam pasar bursa. Seperti yang diungkapkan oleh (Adel & Mariem, 2013) bahwa pentingnya bias kepercayaan diri dalam analisis khusus pasar modal di Tunisia. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{3a} : *Overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham

H_{3b} : *Overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi *forex*

Budaya

Budaya adalah penggolongan manusia berdasarkan kepercayaan, nilai, kebiasaan, adat istiadat, norma bahasa, sejarah, geografis, dan hubungan kekerabatan. Suatu negara memiliki budaya yang berbeda-beda. Indonesia mengenal adanya budaya Jawa, China, Batak, Madura dan sebagainya. Budaya China memiliki prinsip generasi turun-menurun yang merupakan ciri khas warisan leluhur. Hal ini menjadi pondasi kuat bagi pedagang etnis China. Dalam prinsip tersebut terdapat suatu sistem yang disebut lingkaran dalam. Lingkaran dalam mengacu kepada melibatkan keluarga dalam merencanakan keuangan keluarga. Perbedaan karakteristik di atas yang juga akan memberikan perbedaan dalam pengelolaan keuangan. Karakter budaya dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti pendapatan, kebiasaan lingkungan, jenis pekerjaan dan hal lainnya. Perbedaan cara pengelolaan keuangan tersebut membuat etnis memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan (Robb & Woodyard, 2011).

Perilaku keuangan seorang investor dalam berinvestasi juga ditunjang oleh cara seseorang mengelola keuangan dan keputusan investasi terkait dengan aspek budaya. Budaya bisa merupakan bentuk perwujudan dari etnis sehingga sekelompok etnis tertentu bisa memiliki budaya berbeda dengan etnis lainnya. Kajian empiris membuktikan bahwa orang Amerika keturunan Afrika lebih kecil kemungkinan memiliki saham dibanding orang Amerika kulit putih. Orang Amerika kulit putih mengantungkan pada investasi yang berisiko lebih tinggi (Ariani et al., 2016). Di Indonesia budaya investasi sudah diajarkan turun temurun oleh nenek moyang. Masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan investasi dalam bentuk tanah dan emas, karena bentuk investasi ini tidak membutuhkan perhitungan yang mendetail dan mempunyai potensi keuntungan di masa yang akan datang (Kemu, 2016). Investasi dalam bentuk tanah dan emas mempunyai risiko kerugian yang sangat minim (*risk aversion*), sehingga masyarakat Indonesia mempunyai optimisme yang berlebihan (*excessive optimism*) dan kepercayaan diri yang berlebih (*overconfidence*) dengan adanya budaya investasi dalam bentuk tanah dan emas. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{4a} : *Risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham dengan efek moderasi budaya

H_{4b} : *Risk aversion, excessive optimism* dan *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi *forex* dengan efek moderasi budaya

Iklm Bisnis

Iklm bisnis didefinisikan sebagai kebijakan institusional, dan kondisi lingkungan yang berpengaruh terhadap tingkat pengembalian dan risiko suatu investasi. Terdapat tiga faktor utama dari iklim investasi, yaitu: fundamental makro–dalam hal ini adalah stabilitas ekonomi makro, keterbukaan ekonomi, persaingan pasar, sosial, dan stabilitas politik; pemerintahan dan kelembagaan, transparansi dan efisiensi dari kebijakan; perpajakan; legal sistem; kekuatan sektor finansial; serta kondisi pada ketenagakerjaan; dan infrastruktur–transportasi (jalan dan pelabuhan), telekomunikasi, listrik dan air (Haryotedjo, 2012).

BKPM sebagai institusi pemerintah turut melakukan upaya-upaya untuk menjaga iklim investasi salah satunya adalah mempermudah proses perizinan usaha terutama bagi bisnis di sektor kesehatan, hal ini dilakukan untuk merespon pesatnya minat pelaku usaha yang tinggi dalam pengajuan izin kesehatan di masa pandemi ini. Di tengah tekanan ekonomi akibat pandemi COVID-19, realisasi investasi di Indonesia pada semester I 2020 masih menunjukkan tren positif. BKPM melaporkan pada periode semester I 2020 realisasi investasinya mencapai 402,6 triliun, naik 1,8% dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya. Nilai realisasi investasi semester I 2020 mencapai 46,2% dari target investasi 2020 sebesar Rp871,2 triliun (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2020). Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{5a} : *Risk aversion, excessive optimism* dan *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham dengan efek moderasi iklim bisnis

H_{5b} : *Risk aversion, excessive optimism* dan *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi *forex* dengan efek moderasi iklim bisnis

METODE PENELITIAN

Pemilihan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa tanggapan tentang *risk aversion, excessive optimisme* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi dengan budaya dan iklim bisnis sebagai moderasi. Penelitian ini dilakukan antara bulan Oktober-November 2020, hal ini disebabkan bulan tersebut merupakan periode awal *New Normal*. Sampel responden dipilih dengan menggunakan

metode *non probability sampling*, dengan kriteria responden adalah investor/pelaku produk di pasar modal (saham, obligasi, reksadana dan lain-lain), investor *forex* yang sudah satu tahun menjadi peserta pada produk. Sampel penelitian 140 responden. Analisis data dilakukan dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan investasi saham dan *forex*. Keputusan investasi merupakan sebuah keputusan untuk menanamkan modal pada aset dengan tujuan keuntungan dimasa mendatang. Keputusan investasi ini dapat mencakup jenis aktiva atau investasi apa yang akan dikelola, jangka waktu investasi dan keputusan-keputusan lain yang terkait dengan invstasi tersebut (Wulandari & Iramani, 2014). Variabel keputusan investasi saham dan *forex* diukur dengan menggunakan skala likert.

Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah budaya dan iklim bisnis.

1. Budaya adalah penggolongan manusia berdasarkan kepercayaan, nilai, kebiasaan, adat istiadat, norma bahasa, sejarah, geografis, dan hubungan kekerabatan. Karakter budaya dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti pendapatan yang berbeda, kebiasaan lingkungan, jenis pekerjaan dan hal lainnya. Perbedaan cara pengelolaan keuangan tersebut membuat etnis memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan (Robb & Woodyard, 2011). Variabel budaya diukur dengan menggunakan skala likert.
2. Iklim bisnis didefinisikan sebagai kebijakan, institusional, dan kondisi lingkungan yang berpengaruh terhadap tingkat pengembalian dan risiko suatu investasi. Terdapat tiga faktor utama yang menyusun iklim investasi, yaitu: fundamental makro–dalam hal ini adalah stabilitas ekonomi makro, keterbukaan ekonomi, persaingan pasar, sosial, dan stabilitas politik; pemerintahan dan kelembagaan, transparansi dan efisiensi dari kebijakan; perpajakan; legal sistem; kekuatan sektor finansial; serta kondisi pada ketenagakerjaan; dan infrastruktur–transportasi (jalan dan pelabuhan), telekomunikasi, listrik dan air (Haryotedjo, 2012). Variabel iklim bisnis diukur dengan menggunakan skala likert.

Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya. Variabel independen adalah *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence*.

1. *Risk aversion* merupakan perilaku dari investor yang menolak adanya resiko dalam investasi. Investor dengan tingkat *risk averse* yang tinggi cenderung berupaya untuk mendapatkan keamanan, sehingga memiliki pertimbangan yang baik atau menggunakan strategi tertentu dalam mengurangi risiko yang dipersepsikan (Gozali, 2015). Variabel *risk aversion* diukur dengan menggunakan skala likert.
2. *Excessive optimism* menunjukkan sebuah kepercayaan diri bahwa masa depan akan menjadi lebih baik, sehingga membentuk perasaan investor untuk memiliki emosi yang positif. Investor yang memiliki *excessive optimism* merupakan investor yang sudah terbiasa dan mempunyai pengalaman dalam berinvestasi, sehingga dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan investasi (Usman & Wulandari, 2019). Variabel *excessive optimism* diukur dengan menggunakan skala likert.
3. *Overconfidence* merupakan investor yang mempunyai kompetensi baik dalam perdagangan saham maupun *forex* yang senantiasa melakukan transaksi berdasarkan keyakinan, sehingga intensitas dalam melakukan perdagangan lebih tinggi. Investor dapat menjadi *overconfidence* terhadap kemampuan, pengetahuan dan potensi keuntungan yang diperoleh di masa yang akan datang, sehingga *overconfidence* menjadikan seorang investor melakukan transaksi dengan berlebihan yang justru berdampak pada *return* portofolio (Firah, 2017). Variabel *overconfidence* diukur dengan menggunakan skala likert.

Teknik Analisis Data

Data penelitian yang telah dikumpulkan diuji dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) melalui bantuan *software* SPSS 22.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan tentang hasil penelitian dimulai dari demografi partisipan penelitian dan statistik diskriptif sebagai berikut:

Tabel 1. Data Demografi Partisipan

Karakteristik Partisipan	Valid (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	74	52,8
Perempuan	66	47,2
Usia		
16 - 25 Tahun	21	15,0
26 - 35 Tahun	104	74,3
36 - 45 Tahun	15	10,7

Sumber: data diolah (2020)

Sebaran data demografi partisipan penelitian (Tabel 1) menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian adalah laki-laki (52,8%), usia produktif antara 26-35 tahun (74,3%), sehingga diketahui bahwa para investor melakukan keputusan investasi saham dan *forex* untuk masa depan. Adapun selanjutnya untuk mengetahui pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham dan *forex* dengan efek moderasi budaya dan iklim bisnis adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisa Multiple Regression pada Investasi Saham dan Forex

Variabel	Investasi Saham			Investasi Forex		
	β	t_{hitung}	Sig.	β	t_{hitung}	Sig.
<i>Risk Aversion</i>	-0,092	-1,079	0,283	0,288	4,858	0,000
<i>Excessive Optimism</i>	0,477	4,323	0,000	0,162	2,114	0,036
<i>Overconfidence</i>	0,224	2,558	0,012	0,207	3,414	0,001

Sumber: Data Olah (2020)

Berdasarkan hasil analisis data pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham dan *forex* dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Pengaruh *risk aversion* terhadap keputusan investasi saham

Pengaruh *risk aversion* terhadap keputusan investasi saham diperoleh nilai koefisien sebesar -0,092; hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *risk aversion* maka berdampak negatif terhadap penurunan keputusan investasi saham. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} = -1,079$ ($p = 0,283 > 0,05$), maka H_{1a} ditolak, artinya *risk aversion* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham. *Risk aversion* merupakan perilaku dari investor yang menolak adanya resiko dalam investasi. Investor dengan tingkat *risk averse* yang tinggi cenderung berupaya untuk mendapatkan keamanan, sehingga memiliki pertimbangan yang baik atau menggunakan strategi tertentu dalam mengurangi risiko yang dipersepsikan (Gozali, 2015).

Pengaruh *risk aversion* terhadap keputusan investasi forex

Pengaruh *risk aversion* terhadap keputusan investasi *forex* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,288; hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *risk aversion* maka berdampak positif terhadap peningkatan keputusan investasi *forex*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,858 ($p = 0,000 < 0,05$), maka H_{1b} diterima, artinya *risk aversion* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *forex*. Hal ini disebabkan investasi *forex* hasilnya dapat diketahui dengan cepat dan lebih bersifat

instan, sehingga investor dengan *risk aversion* tinggi akan melakukan berbagai pertimbangan dalam investasi *forex* apabila tidak ada risiko.

Risk aversion merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan investasi saham maupun *forex*, hal ini sebagaimana penelitian dilakukan oleh (Farooq & Sajid, 2015) yang menyatakan bahwa *risk averse* mempunyai peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi, begitu juga penelitian (Satti, et.al,2013) yang menunjukkan bahwa keputusan dalam berinvestasi dipengaruhi oleh faktor *risk aversion*.

Pengaruh *excessive optimism* terhadap keputusan investasi saham

Pengaruh *excessive optimism* terhadap keputusan investasi saham diperoleh nilai koefisien sebesar 0,477; hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *excessive optimism* maka berdampak positif terhadap peningkatan keputusan investasi saham. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,323 dengan ($p=0,0000 < 0,05$), maka H_{2a} diterima, artinya *excessive optimism* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham. Hal ini disebabkan investor yang memiliki *excessive optimism* merupakan investor yang sudah terbiasa dan mempunyai pengalaman dalam berinvestasi, sehingga dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan investasi (Usman & Wulandari, 2019).

Pengaruh *excessive optimism* terhadap keputusan investasi *forex*

Pengaruh *excessive optimism* terhadap keputusan investasi *forex* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,162; hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *excessive optimism* maka berdampak positif terhadap peningkatan keputusan investasi *forex*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,412$ ($p=0,036 < 0,05$), maka H_{2b} diterima, artinya *excessive optimism* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *forex*. Hal ini disebabkan *excessive optimism* timbul karena adanya pengalaman dalam berinvestasi, sehingga dengan tingginya optimisme dari seorang investor akan memberikan dampak akan keberhasilan dalam investasi *forex*. Perilaku optimisme semakin meningkat seiring dengan waktu dan pengalaman berinvestasi (Hoffmann & Post, 2012).

Pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham

Pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham diperoleh nilai koefisien sebesar 0,224; hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *overconfidence* maka berdampak positif terhadap peningkatan keputusan investasi saham. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,558 dengan ($p=0,012$

< 0,05), maka H_{3a} diterima, artinya *overconfidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham. Kepercayaan diri merupakan kunci dari sebuah keberhasilan, karena investor yang mempunyai *overconfidence*, umumnya mempunyai pengalaman dalam berinvestasi pada sektor saham. Investor dapat menjadi *overconfidence* terhadap kemampuan, pengetahuan dan potensi keuntungan yang diperoleh di masa yang akan datang, sehingga *overconfidence* menjadikan seorang investor melakukan transaksi dengan berlebihan yang justru berdampak pada *return* portofolio (Firah, 2017).

Pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi *forex*

Pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi *forex* diperoleh nilai koefisien sebesar 0,207; hal ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan pada *overconfidence* maka berdampak positif terhadap peningkatan keputusan investasi *forex*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,414 ($p= 0,001 < 0,05$), maka H_{3b} diterima, artinya *overconfidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *forex*. Investor yang memiliki perilaku *overconfidence* menyebabkan orang *overestimate* terhadap pengetahuan yang dimiliki, *underestimate* terhadap risiko. Tingginya rendahnya tingkat *overconfidence* investor dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku *overconfidence* berpengaruh dalam hal pengambilan keputusan investasi. Seperti yang diungkapkan oleh (Adel & Mariem, 2013) bahwa pentingnya bias kepercayaan diri dalam analisis khusus pasar modal di Tunisia.

Tabel 3. Hasil MRA pada Investasi Saham dan Forex dengan efek Moderasi Budaya

Variabel	Investasi Saham			Investasi Forex		
	β	t_{hitung}	Sig.	β	t_{hitung}	Sig.
<i>Risk Aversion</i>	0,821	0,959	0,339	0,622	1,047	0,297
<i>Excessive Optimism</i>	2,384	1,820	0,071	2,082	2,290	0,024
<i>Overconfidence</i>	0,183	0,262	0,794	0,037	0,076	0,940
Budaya	2,919	2,847	0,005	2,099	2,951	0,004
RA*Budaya	-0,069	-1,046	0,297	-0,027	-0,585	0,560
EO*Budaya	-0,156	-1,492	0,138	-0,155	-2,124	0,036
OC*Budaya	0,000	0,003	0,997	0,014	0,356	0,723

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil *moderated regression analysis* untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham dan *forex* dengan efek moderasi budaya dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham dengan efek moderasi budaya

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai β_2 adalah 2,919 ($p < 0,05$), sementara nilai β_3 untuk *risk aversion* adalah -0,069 ($p > 0,05$); *excessive optimism* adalah -0,156 ($p > 0,05$) dan *overconfidence* adalah 0,000 ($p > 0,05$). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai β_2 signifikan sementara β_3 tidak signifikan artinya budaya menjadi prediktor moderasi, sehingga menunjukkan bahwa H_{4a} ditolak, artinya budaya berperan sebagai variabel prediktor moderasi (tidak memoderasi) untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham.

Budaya China memiliki prinsip generasi turun-menurun yang merupakan ciri khas warisan leluhur. Hal ini menjadi pondasi kuat bagi pedagang etnis China. Dalam prinsip tersebut terdapat suatu sistem yang disebut lingkaran dalam. Lingkaran dalam mengacu kepada melibatkan keluarga dalam merencanakan keuangan keluarga. Karakter budaya dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti perbedaan pendapatan, kebiasaan lingkungan, jenis pekerjaan. Perbedaan cara pengelolaan keuangan tersebut membuat etnis memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan (Robb & Woodyard, 2011).

Pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi *forex* dengan efek moderasi budaya

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai β_2 adalah 2,099 ($p < 0,05$), sementara nilai β_3 untuk *risk aversion* adalah -0,027 ($p > 0,05$); *excessive optimism* adalah -0,155 ($p > 0,05$) dan *overconfidence* adalah 0,014 ($p > 0,05$). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai β_2 signifikan sementara β_3 tidak signifikan, artinya budaya

menjadi prediktor moderasi, sehingga menunjukkan bahwa H_{4b} ditolak, artinya budaya berperan sebagai variabel prediktor moderasi (tidak memoderasi) untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi forex.

Perilaku keuangan seorang investor dalam berinvestasi juga ditunjang oleh cara seseorang mengelola keuangan dan keputusan investasi terkait dengan aspek budaya. Budaya bisa merupakan bentuk perwujudan dari etnis sehingga sekelompok etnis tertentu bisa memiliki budaya berbeda dengan etnis lainnya. Kajian empiris membuktikan bahwa orang Amerika keturunan Afrika lebih kecil kemungkinan memiliki saham dibanding orang Amerika kulit putih. Orang Amerika kulit putih mengantungkan pada investasi yang berisiko lebih tinggi (Ariani et al., 2016).

Tabel 4. Hasil MRA pada Investasi Saham dan Forex dengan Efek Moderasi Iklim Bisnis

Variabel	Investasi Saham			Investasi Forex		
	β	t_{hitung}	Sig.	β	t_{hitung}	Sig.
<i>Risk Aversion</i>	-0,262	-0,374	0,709	-0,008	-0,016	0,987
<i>Excessive Optimism</i>	0,785	0,789	0,432	0,439	0,647	0,519
<i>Overconfidence</i>	1,334	1,687	0,094	1,061	1,969	0,051
Iklim Bisnis	1,560	1,959	0,052	1,098	2,024	0,045
RA*Iklim Bisnis	0,011	0,212	0,832	0,022	0,587	0,558
EO*Iklim Bisnis	-0,027	-0,350	0,727	-0,024	-0,457	0,649
OC*Iklim Bisnis	-0,092	-1,497	0,137	-0,071	-1,695	0,092

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil *moderated regression analysis* untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham dan *forex* dengan efek moderasi iklim bisnis dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

Pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham dengan efek moderasi iklim bisnis

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai β_2 adalah 1,560 ($p > 0,05$), sementara nilai β_3 untuk *risk aversion* adalah 0,011 ($p > 0,05$); *excessive optimism* adalah -0,027 ($p > 0,05$) dan *overconfidence* adalah -0,092 ($p > 0,05$). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai β_2 tidak signifikan, β_3 tidak signifikan, artinya iklim bisnis menjadi moderasi potensial, sehingga menunjukkan bahwa H_{5a} diterima, artinya iklim bisnis potensial menjadi moderasi untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi saham.

Secara umum, pengembangan iklim bisnis perlu difokuskan pada upaya untuk mengurangi berbagai kendala yang menghambat kinerja perdagangan dan investasi. Sebagai langkah awal untuk memperbaiki keadaan tersebut, pemerintah Indonesia perlu

mempunyai indikator yang dapat digunakan secara berkala untuk memantau iklim investasi baik dalam kerangka perekonomian nasional maupun perekonomian daerah (Haryotedjo, 2012).

Pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi forex dengan efek moderasi iklim bisnis

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai β_2 adalah 1,098 ($p < 0,05$), sementara nilai β_3 untuk *risk aversion* adalah 0,022 ($p > 0,05$); *excessive optimism* adalah -0,024 ($p > 0,05$) dan *overconfidence* adalah -0,071 ($p > 0,05$). Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai β_2 signifikan sementara β_3 tidak signifikan, artinya iklim bisnis menjadi prediktor moderasi, sehingga menunjukkan bahwa H_{5b} ditolak, artinya iklim bisnis berperan sebagai variabel prediktor moderasi (tidak memoderasi) untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi forex.

Pemerintah semakin serius dan gencar mendorong kebijakan hilirisasi industri karena dinilai mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi nasional secara signifikan. Saat ini, Indonesia termasuk dalam empat negara Asia (selain China, Jepang dan India) yang memiliki nilai tambah sektor manufaktur tertinggi di dunia. Nilai tambah industri nasional meningkat hingga USD 34 miliar, dari tahun 2014 sebesar USD 202,82 miliar, menjadi USD 236,69 miliar pada tahun 2018 (Satya, 2019).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *risk aversion* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi saham, hal ini disebabkan investor dengan tingkat *risk aversion* yang tinggi akan sangat hati-hati dalam melakukan keputusan investasi, kondisi perekonomian Indonesia yang belum stabil menjadi alasan bagi investor dengan *risk aversion* untuk tidak melakukan keputusan investasi. Sedangkan, *excessive optimism* dan *overconfidence* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham dan forex, hal ini disebabkan keputusan investasi membutuhkan sebuah optimisme dan kepercayaan yang tinggi, adanya pengalaman dan informasi yang valid akan menjadikan investor optimis dan percaya akan keberhasilan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya tidak memberikan efek moderasi pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism*, dan *overconfidence* pada keputusan investasi saham dan forex. Iklim bisnis menjadi moderasi potensial untuk pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism*, dan *overconfidence* pada keputusan investasi saham tetapi sedang iklim bisnis tidak memberi efek moedrasi

pengaruh *risk aversion*, *excessive optimism*, dan *overconfidence* pada keputusan investasi *forex*.

Berdasarkan hasil penelitian ini saran yang penulis berikan agar penelitian selanjutnya menjadikan variabel budaya dan iklim bisnis sebagai variabel independen yang turut mempengaruhi keputusan investasi dari investor, sehingga dapat diketahui lebih jelas peran dari variabel tersebut dalam keputusan investasi, selain itu untuk memperoleh hasil pengukuran yang lebih akurat dan objektif, penelitian dapat mengembangkan instrumen penelitian dengan mengakomodasi adanya fitur mengenai return dalam investasi saham maupun *forex*, sehingga responden dapat membandingkan antara tingkat return yang diterima dengan investasi saham maupun *forex*. Penelitian selanjutnya juga diharapkan selain menguji pengaruh dari faktor psikologis, penelitian selanjutnya dapat menambahkan faktor-faktor lain, seperti misalnya faktor demografis, untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan individual investasi saham dan *forex*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adel, B., & Mariem, T. (2013). The Impact of Overconfidence on Investors' Decisions. *Business and Economic Research*, 3(2), 53. <https://doi.org/10.5296/ber.v3i2.4200>
- Al Ibrahim, M., & Adib, N. (2018). Perilaku Investor Individu dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi Kasus Pada Investor Saham Individu di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(1).
- Ariani, S., Rahmah, P. A. A. A., Putri, Y. R., Rohmah, M., Budiningrum, A., & Lutfi, L. (2016). Pengaruh literasi keuangan, locus of control, dan etnis terhadap pengambilan keputusan investasi. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.706>
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2020). Kemudahan Investasi dan Strategi Memulihkan Investasi di Indonesia. Retrieved from <https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/kemudahan-investasi-dan-strategi-memulihkan-investasi-di-indonesia>
- Baker, H. K., & Nofsinger, J. R. (2011). Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets. *Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets*. <https://doi.org/10.1002/9781118258415>
- Bonna, A., & Awobgo-Moah Amoah, R. (2020). Influence of Culture on Investment Decisions: A Cross-Sectional Study of Ghanaian Population. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 11(6(J)), 38–51. [https://doi.org/10.22610/jeb.v11i6\(j\).2955](https://doi.org/10.22610/jeb.v11i6(j).2955)
- Budiarto & Susanti, 2017. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance terhadap Keputusan Investasi (Studi pada investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(2), 1–9.
- Chira, I., Adams, M., & Thornton, B. (2011). Behavioral Bias Within The Decision Making Process. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 6(8). <https://doi.org/10.19030/jber.v6i8.2456>

- Combrink, S., & Lew, C. (2020). Potential Underdog Bias, Overconfidence and Risk Propensity in Investor Decision-Making Behavior. *Journal of Behavioral Finance*, 21(4), 337–351. <https://doi.org/10.1080/15427560.2019.1692843>
- Cristofaro, M. (2017). Herbert Simon's bounded rationality: Its historical evolution in management and cross-fertilizing contribution. *Journal of Management History*. <https://doi.org/10.1108/JMH-11-2016-0060>
- Dervishaj, B. (2018). Psychological Biases, Main Factors of Financial Behaviour - A Literature Review | European Journal of Medicine and Natural Sciences. *European Journal of Medicine and Natural Sciences*, 2(2), 54–64. Retrieved from <http://journals.euser.org/index.php/ejmn/article/view/4390>
- Enskog, D. (2015). How Culture Impacts Investment Behavior. *Credit Suisse*. Retrieved from <https://www.credit-suisse.com/about-us-news/en/articles/news-and-expertise/how-culture-impacts-investment-behavior-201502.html>
- Farooq, A., & Sajid, M. (2015). Factors Affecting Investment Decision Making: Evidence from Equity Fund Managers and Individual Investors in Pakistan. *Research Journal of Finance and Accounting Online*, 6(9), 2222–2847.
- Firah, A. (2017). Pengaruh Kompetensi dan Overconfidence Investor Terhadap Keputusan Investasi Investor Saham di Kota Medan. *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi*, 6(2), 288–301.
- Gozali, A. (2015). Pengaruh Risk Aversion, Brand Trust, dan Brand Affect Terhadap Brand Loyalty Gadget Merek Apple di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 4(1), 1–16.
- Haryotedjo, B. (2012). Analisis Iklim Investasi Daerah (Studi Kasus: Kota Semarang). *Jurnal Bina Praja*, 01-10. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.01-10>
- Hoffmann, A. O. I., & Post, T. (2012). What Makes Investors Optimistic, What Makes them Afraid? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2184220>
- Kemu, S. Z. (2016). Literasi Pasar Modal Masyarakat Indonesia. *Kajian*, 21(2). Retrieved from file:///C:/Users/ak pc game boyolali/Downloads/773-1638-1-SM.pdf
- Manuel, J., & Mathew, G. (2017). Impact of Cognitive Biases in Investment Decisions of Individual Investors in Stock Market. *International Journal of Engineering Technology*, 5(6), 531–538.
- Michailova, J., Mačiulis, A., & Tvaronavičienė, M. (2017). Overconfidence, risk aversion and individual financial decisions in experimental asset markets. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 30(1), 1119–1131. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1311234>
- Putra, I. P. S., Ananingsiyas, H., Sari, D. R., Dewi, A. S., & Silvy, M. (2016). Pengaruh tingkat literasi keuangan, experienced regret, dan risk tolerance pada pemilihan jenis investasi. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 271. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.707>
- Robb, C. A., & Woodyard, A. S. (2011). Financial knowledge and best practice behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 60–70.
- Rusyida, W. Y., & Pratama, V. Y. (2020). Prediksi Harga Saham Garuda Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *SQUARE : Journal of Mathematics and Mathematics Education*, 2(1), 73–81.
- Sasurya, A., & Asandimitra, N. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n1.p1-10>
- Satti, S. L., Din, S. U., & Ali, N. (2013). Investor knowledge, risk aversion, and investment decision. *Actual Problems of Economics*, 146(8), 380–389.
- Satya, V. E. (2019). Upaya Menciptakan Iklim Investasi yang Kondusif. *Info Singkat*, XI(6), 19–24.
- Sisbintari, I. (2018). Sekilas Tentang Behavioral Finance. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 1(2). <https://doi.org/10.25139/jai.v1i2.814>

-
- Snyder, L. P. (2019). positive psy- the scientific and practical explorations of human strengths - 3e. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).
- Subash, R. (2012). Role of Behavioral Finance in Portfolio Investment Decisions: Evidence from India. *Faculty of Social Science Institute of Economic Studies*, 8–9. Retrieved from <http://ies.fsv.cuni.cz/default/file/download/id/20803>
- Susilowati, Y. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi syariah untuk berinvestasi di pasar modal syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tambunan, D. (2020). Investasi Saham di Masa Pandemi COVID-19. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 4(2), 117–123. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v4i2.8564>
- Ton, H. T. H., & Dao, T. K. (2014). The Effects of Psychology on Individual Investors' Behaviors: Evidence from the Vietnam Stock Exchange. *Journal of Management and Sustainability*, 4(3). <https://doi.org/10.5539/jms.v4n3p125>
- Usman, D. N., & Wulandari, P. P. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis terhadap Keputusan Individual Investasi Saham di Pulau Jawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Retrieved from <file:///C:/Users/ak pc game boyolali/Downloads/6082-11825-1-SM.pdf>
- Wiryaningtyas, D. P. (2016). Behavioral Finance dalam Pengambilan Keputusan. *UNEJ E-Proceeding*, 339–344.
- Wulandari, D. A., & Iramani, R. (2014). Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance dan Risk Perception pada Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i1.293>

ANALISIS WORK LIFE BALANCE PADA KARYAWAN DI KOTA KUDUS

Michelle Tasya Wijaya

Rosalyn Franksiska

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstrak

Penelitian ini membahas dan menyoroti karyawan di kota Kudus yang merupakan salah satu kota industri dan perdagangan yang menyediakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja dalam skala besar di tiap sektornya. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan kualitas work life balance karyawan di kota Kudus dan faktor apa saja yang mempengaruhi work life balance para karyawan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Total sampel yang ditetapkan sebanyak 60 responden dengan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan usia, lama bekerja, dan jumlah anak dengan ciri sampel yaitu karyawan/office worker dengan minimal jabatan staff. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis tabulasi silang. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa work life balance karyawan di kota Kudus terbilang stabil dalam tingkatan high. Hal tersebut tidak terlepas dari beberapa faktor yang dianalisis seperti waktu bersama keluarga, jarak ke tempat kerja, adanya asisten rumah tangga atau tidak, jumlah anggota keluarga yang ditanggung, jumlah anggota keluarga yang bekerja, adanya pekerjaan lain, dan tercukupinya kebutuhan secara finansial yang merupakan faktor yang diperhitungkan memiliki pengaruh terhadap kestabilan work life balance karyawan di kota Kudus. Hasil dari analisis tabulasi silang pada faktor-faktor tersebut dapat dilihat dari jumlah chi square yang kurang dari 0,05, menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap work life balance adalah jumlah anggota keluarga yang ditanggung dan jarak dari rumah ke tempat kerja.

Kata Kunci: *Office Worker, Kota Kudus, Work Life Balance*

PENDAHULUAN

Pekerjaan merupakan hal yang sangat erat eksistensinya di dalam kehidupan sehari-hari. Kehidupan dan pekerjaan sangat penting untuk dijaga keseimbangannya dan perlu menjadi perhatian bagi perusahaan dalam membuat sebuah kebijakan karena dapat berdampak bagi keberlangsungan perusahaan (Maslichah dan Hidayat, 2017). Karyawan dengan kualitas *work life balance* yang baik dapat melakukan pekerjaan dengan lebih optimal dan meningkatkan produktivitas perusahaan. Karyawan juga akan lebih bahagia apabila mereka dapat mencukupi kehidupan kerja dan rumah tangga sehingga dapat mendorong semangat kerja yang tinggi (Yunita, 2018).

212017220@student.uksw.edu

Hubungan antar keduanya atau *work life balance* yang baik dapat membawa dampak yang besar bagi karyawan maupun perusahaan sehingga menjadi fokus yang diperhitungkan oleh perusahaan. Menurut Darmawan (2019), seorang karyawan yang memiliki kehidupan pekerjaan dan kehidupan rumah tangga yang tidak seimbang di luar tempatnya bekerja akan cenderung keluar dan mencari pekerjaan lain yang dapat menyeimbangkan keduanya. Hal seperti ini sering dijumpai dan bukan tidak mungkin ia bahkan memilih untuk *resign* dari pekerjaan. Rendahnya kualitas *work life balance* karyawan dapat menjadi masalah bagi perusahaan karena peranan karyawan sangat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini memiliki andil yang besar untuk mendukung pekerja agar dapat menjaga keseimbangan *work life balance* mereka dan menjamin kesejahteraan karyawan.

Salah satu kota yang sedang unggul dalam bidang industri adalah kota Kudus. Di kota ini terdapat berbagai macam pabrik seperti pabrik kertas, pabrik gula, dan lebih dari satu pabrik rokok kretek dengan skala besar maupun kecil. Dapat dikatakan bahwa kota Kudus merupakan daerah industri dan perdagangan yang memberikan kontribusi yang besar terhadap PDRB (Produk Domestic Regional Bruto), di mana sektor ini menyediakan banyak lapangan kerja dan menyerap banyak tenaga kerja (Purbasari, 2017). Masyarakat di kota Kudus menggantungkan hidupnya dengan bekerja di pabrik-pabrik yang ada dan sudah mengabdikan dalam waktu yang lama. Ketekunan masyarakat dalam bekerja membuat industri-industri di Kudus terutama pabrik rokok kretek berkembang pesat sehingga mendukung pembangunan masyarakat untuk peningkatan taraf ekonomi (Dewi, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Huda (2020), menganalisis *work life balance* berdasarkan faktor lama pernikahan, tingkat pendidikan terakhir, dan jumlah gaji dengan skala pengukuran rendah, sedang, dan tinggi. Semua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap tingkat *work life balance* seseorang dengan tingkat skala yang berbeda-beda. Hal serupa juga disampaikan oleh Bintang dan Astiti (2016), yang menganalisis *work life balance* berdasarkan faktor tingkat pendidikan dengan skala *Likert*. Mereka menuturkan bahwa tingkat derajat pendidikan yang tinggi berpengaruh signifikan terhadap *work life balance*.

Faktor-faktor yang digunakan pada penelitian di atas merupakan faktor demografis. Prasetyo dkk. (2017) menuturkan bahwa faktor demografis merupakan faktor dasar dalam menentukan kelompok konsumen karena mudah diketahui dan karakteristik demografi harus diketahui untuk mencari suatu data. Faktor demografis dapat berupa jenis kelamin,

umur, status perkawinan, agama, dan lain-lain. Penelitian ini juga menggunakan faktor demografis sebagai faktor pengukur, yang menjadi pembeda dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini akan mengukur dan menganalisis *work life balance* dari faktor usia, jenis kelamin, jumlah anak/tanggungan, dan lama bekerja di perusahaan.

Masalah penelitian ini untuk menganalisis kualitas *work life balance* karyawan di kota Kudus. Berdasarkan permasalahan penelitian tersebut, adapun rumusan dari penelitian yaitu bagaimana kualitas *work life balance* karyawan di kota Kudus? Faktor apa saja yang mempengaruhi *work life balance* karyawan di kota Kudus? Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menjelaskan kualitas *work life balance* karyawan di kota Kudus dan faktor apa saja yang mempengaruhi *work life balance* karyawan di kota Kudus.

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi 1. Pemimpin perusahaan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya *work life balance* karyawan dan menerapkan kebijakan dengan mempertimbangkan hal tersebut. 2. Bagi para karyawan, dengan adanya penelitian ini dapat memperhatikan pentingnya pekerjaan dan kehidupan sehari-hari dan mengelola keseimbangan diantara keduanya. 3. Bagi peneliti lain dapat menjadi suatu referensi dalam memberikan informasi mengenai analisis kualitas *work life balance* karyawan di kota Kudus beserta faktor-faktor yang mempengaruhi.

TINJAUAN PUSTAKA

Work Life Balance

Work Life Balance merupakan sebuah konsep keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan seseorang dimana mereka dapat menjalani keduanya dengan baik tanpa mengabaikan kehidupan pribadinya dan tidak lalai dengan tanggung jawabnya di dalam pekerjaan (Maslichah dan Hidayat, 2017). Seseorang dengan kualitas *work life balance* yang seimbang, akan merasa lebih bahagia dan puas dalam memaknai kehidupan dan pekerjaannya. Konsep seimbang disini tidak berarti bahwa seseorang harus memilih dan membagi fokusnya pada kehidupan pribadi dan pekerjaan, tetapi merupakan kemampuan seseorang untuk mengelola keduanya agar dapat berjalan berdampingan (Sarikit, 2017). Hal ini juga berarti tidak ada konflik dan masalah diantara keduanya.

Menurut Saina, Pio, dan Rumawas (2016), seseorang yang seimbang dalam perannya di kehidupan pribadi dan pekerjaan cenderung memiliki kesejahteraan psikologis yang sehat. Hal ini tentu membawa dampak positif bagi tanggung jawabnya di pekerjaan dan bagaimana ia mencukupi kebutuhan pribadi/rumah tangganya. Beberapa perusahaan

mulai menyadari pentingnya isu *work life balance* bagi karyawan dan bahkan menyelenggarakan program kerja tanpa adanya batasan usia dan jenis kelamin (Daulay, 2020). Perusahaan mengupayakan hal ini dengan maksud mendorong kesadaran para karyawan untuk memperhatikan *work life balance* mereka masing-masing dalam komitmennya dengan perusahaan dan kehidupannya.

Work life balance yang baik dapat membawa dampak yang besar bagi karyawan maupun perusahaan sehingga menjadi fokus yang diperhitungkan oleh perusahaan. Menyadari pentingnya *work life balance* karyawan, banyak perusahaan yang mengadakan program-program agar dapat menunjang keseimbangan *work life balance* karyawannya (Sarikit, 2017). Keseimbangan yang baik antara kehidupan dan pekerjaan dapat menimbulkan kepuasan terhadap pekerjaan dan mendorong sikap tanggung jawab penuh dalam mengerjakan tugasnya (Maslichah & Hidayat, 2017). Maka penting bagi tiap individu untuk menyadari pentingnya *work life balance* dan memberi perhatian lebih akan hal tersebut karena dapat berdampak di dalam berbagai aspek kehidupan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bintang dan Astiti (2016), mengungkapkan adanya faktor-faktor yang mengganggu terciptanya keadaan *work life balance* pada seseorang. Berdasarkan hasil analisis, sumber faktor pengganggu *work life balance* pada kehidupan seseorang bersumber dari kehidupan pribadi, pekerjaan, keluarga dan sosial. Permasalahan ini muncul dari hal-hal kecil yang menumpuk menjadi masalah yang berdampak negatif jika tidak diselesaikan, seperti sikap tidak disiplin dalam bekerja karena tidak mampu mengatur waktu dengan baik dan masalah keterbatasan ekonomi. Beberapa orang juga merasakan faktor yang lain yakni adanya permasalahan dengan rekan kerja dan waktu kerja.

Segala permasalahan yang menghambat kehidupan-pekerjaan seseorang yang seimbang harus segera dicari solusinya. Menurut Dina (2018), berikut adalah pencapaian yang dapat diraih apabila seseorang memiliki kehidupan-pekerjaan yang seimbang yaitu meningkatnya kepuasan dan produktivitas kerja, semakin tingginya keamanan kerja (job security), dapat membangun hubungan yang baik dengan sesama rekan kerja maupun atasan, berkurangnya tingkat stres kerja dan timbulnya konflik kerja, serta membentuk kondisi kesehatan fisik dan psikologis yang semakin baik.

Dalam melakukan proses penelitian terhadap *work life balance*, berikut adalah indikator yang dapat digunakan menurut McCarthy, Darcy, dan Grady (2010), yaitu *Work Interference With Personal Life* (WIPL) untuk menjelaskan dampak pekerjaan dapat mempengaruhi kehidupan pribadi seseorang, *Personal Life Interference With Work* (PLIW)

untuk menjelaskan dampak kehidupan pribadi dapat mempengaruhi kehidupan pekerjaan seseorang, *Personal Life Enhancement Of Work* (PLEW) untuk menjelaskan dampak kehidupan pribadi seseorang dapat meningkatkan performa pada saat bekerja, serta *Work Enhancement Of Personal Life* (WEPL) untuk menjelaskan seberapa besar dampak pekerjaan dapat mempengaruhi kehidupan pribadi seseorang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif eksploratif. Menurut Dauly (2020), penelitian kuantitatif digunakan untuk mengkaji data dengan langkah-langkah terstruktur, dan data yang digunakan dalam penelitian berbentuk angka maupun format analisis statistik. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksploratif, menurut Wijaya dan Winargo (2016) penelitian eksploratif dilakukan jika sumber informasi yang didapatkan belum pasti, sehingga harus dilakukan pencarian informasi lebih dalam lagi terhadap objek penelitian. Proses pengukuran dan analisis ini dilakukan untuk meninjau *work life balance* karyawan di kota Kudus melalui empat dimensi yaitu *Work Interference With Personal Life* (WIPL), *Personal Life Interference With Work* (PLIW), *Personal Life Enhancement Of Work* (PLEW), *Work Enhancement Of Personal Life* (WEPL).

Data yang digunakan merupakan data primer yaitu didapat dari penelitian secara langsung dengan cara pengambilan sampel membagikan kuesioner kepada para karyawan di kota Kudus yang menjadi subjek dari penelitian ini. Karakteristik dari subjek penelitian yakni merupakan karyawan/*office worker* dengan minimal jabatan *staff*, hal ini dikarenakan pekerja kantoran memiliki kesempatan dan pilihan untuk menyeimbangkan kehidupan-pekerjaan mereka. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan analisis berdasarkan usia, lama bekerja, dan jumlah anak dengan ciri sampel yaitu karyawan sejumlah 60 orang yang didapat dari hasil perhitungan 5×12 butir jumlah pertanyaan indikator *work life balance*. Teknik analisis yang digunakan untuk meninjau variabel tersebut berupa teknik analisis deskriptif dengan ukuran center mean, median, dan mode dan grafik serta tabulasi silang. Analisis tabulasi silang merupakan analisis berbentuk tabel, yang menampilkan tabulasi silang untuk mengidentifikasi ada tidaknya korelasi atau hubungan antar variabel satu dengan variabel yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang karakteristik responden yang tertera pada Tabel 1. Responden berjumlah sebanyak 60 orang yang merupakan karyawan dengan minimal jabatan *staff* dan karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, lama bekerja, pendidikan terakhir, pendapatan/bulan, dan pengeluaran/bulan.

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 60 responden terdapat lebih banyak karyawan laki-laki dengan persentase sebesar 53 persen. Usia paling banyak didominasi oleh rentang usia antara 26-30 tahun dengan persentase 68 persen, sedangkan usia paling rendah berada di rentang usia 31-40 tahun, sebesar 15 persen. Tabel tersebut juga menunjukkan bahwa, latar belakang akademik semua karyawan adalah sarjana dengan persentase 100 persen. Kemudian, waktu lama bekerja paling tinggi adalah pada rentang waktu 1-5 tahun sebanyak 52 persen dan paling rendah dengan rentang waktu dibawah 1 tahun sebesar 1 persen.

Pada tabel karakteristik responden juga diketahui sebagian besar jumlah pendapatan karyawan per bulan sejumlah Rp.3.500.000-Rp. 5.000.000 dengan persentase 67 persen dan pendapatan paling sedikit yaitu Rp. 2.000.000-Rp. 3.500.000 dengan persentase 5 persen. Di sisi lain, jumlah pengeluaran karyawan per bulan paling banyak sejumlah Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 dengan persentase 43 persen dan paling sedikit Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 yaitu sebesar 25 persen.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	53
	Perempuan	28	47
	Total	60	100
Usia	20-25 Tahun	10	17
	26-30 Tahun	41	68
	31-40 Tahun	9	15
	≥ 41 Tahun	-	-
	Total	60	100
Lama Bekerja	< 1 Tahun	1	1
	1 - 5 Tahun	31	52
	5 - 10 Tahun	28	47
	10 - 15 tahun	-	-
	> 15 tahun	-	-

Karakteristik Responden		Frekuensi	Persentase (%)
	Total	60	100
Pendidikan Terakhir	SD/SMP	-	-
	SMA	-	-
	Diploma	-	-
	Sarjana (S1)	60	100
	Magister (S2)	-	-
	Total	60	100
Pendapatan/bulan	< Rp. 2.000.000	-	-
	Rp. 2.000.000-Rp. 3.500.000	3	5
	Rp.3.500.000-Rp. 5.000.000	40	67
	> Rp. 5.000.000	17	28
	Total	60	100
Pengeluaran/bulan	< Rp. 1.000.000	-	-
	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	15	25
	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	26	43
	> Rp. 5.000.000	19	32
	Total	60	100

Dalam mengukur rata-rata hasil kuesioner dengan keempat dimensi variabel *work life balance* pada penelitian ini, pengukuran menggunakan rentang skala *Likert*. Hasil rata-rata diperoleh dengan menghitung rumus nilai maksimum dikurangi nilai minimum kemudian dibagi nilai maksimumnya, yang didapat hasil sebesar 0,4.

Tabel 2. Range Kategori Variabel

Range	Kategori
4,20 – 5,00	Very High
3,40 – 4,19	High
2,60 – 3,39	Moderate
1,80 – 2,59	Low
1,00 – 1,79	Very Low

Berdasarkan pada tabel 3, yang menunjukkan hasil analisis deskriptif statistik pada variabel *work life balance*, diperoleh mean data sebesar 4,25 dan standar deviasi sebesar 0,628. Sehingga tingkat *work life balance* pada karyawan di kota Kudus termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Tabel 3. Statistika Deskriptif Skala *Work Life Balance*

	N	Mean	Minimum	Maximum	Std. Deviation	Category
Work Life Balance	60	4.2500	3.00	5.00	0.62775	Very High

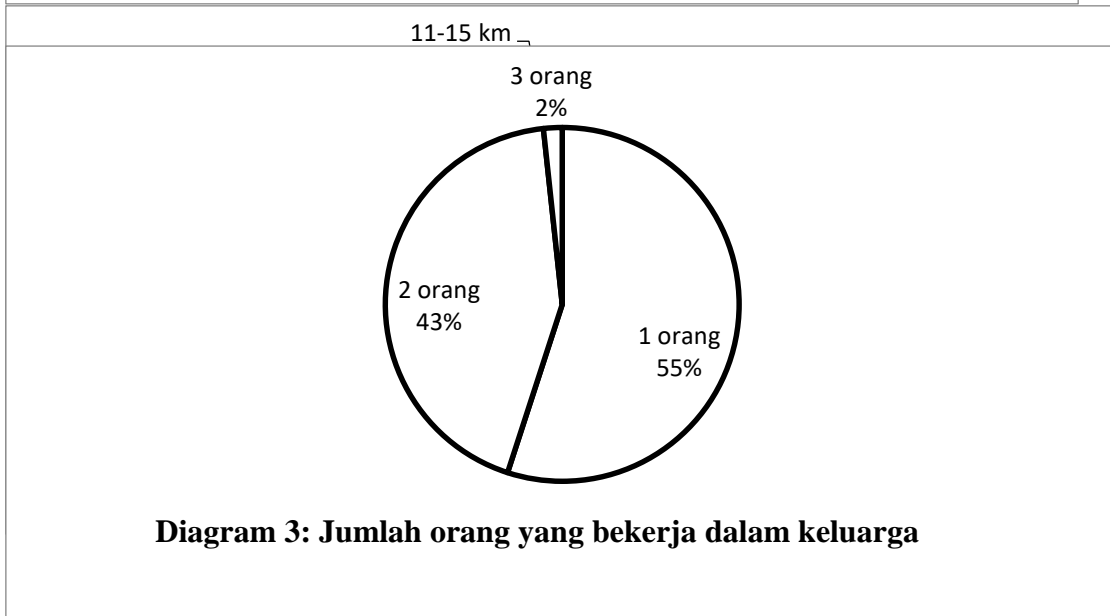
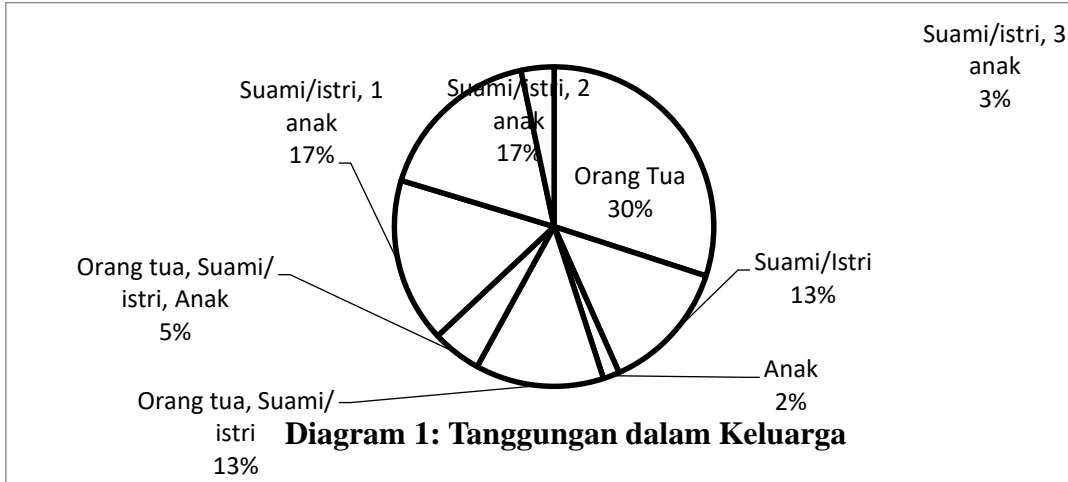
Nilai rata-rata dimensi *Work Interference with Personal Life* (WIPL) yaitu sebesar 4,74 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan “Saya memikirkan atau merasa bertanggung jawab pada pekerjaan walaupun berada dirumah dan sebaliknya”, dengan nilai rata-rata 4,9. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat dalam pernyataan “Saya menggunakan jam istirahat dengan baik”, dengan nilai rata-rata 4,55. Selanjutnya nilai rata-rata dimensi *Work Enhancement of Personal Life* (WEPL) sebesar 4,72 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan “Saya bekerja sesuai jam kerja yang sudah ditentukan”, dengan nilai rata-rata 4,85. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat dalam pernyataan “Saya puas dengan finansial dalam pekerjaan/kehidupan”, dengan nilai rata-rata 4,55.

Nilai rata-rata dimensi *Personal Life Interference with Work* (PLIW) yaitu sebesar 4,54 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan “Keluarga selalu didahulukan daripada pekerjaan”, dengan nilai rata-rata 4,87. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat dalam pernyataan “Saya perlu berkontribusi pada pekerjaan rekan”, dengan nilai rata-rata 4,25. Kemudian nilai rata-rata dimensi *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) yaitu sebesar 4,44 dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai rata-rata tertinggi terdapat dalam pernyataan “Saya loyal dan setia terhadap perusahaan”, dengan nilai sebesar 4,72. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat dalam pernyataan “Saya menyisihkan waktu diluar pekerjaan untuk aktivitas lain”, dengan nilai sebesar 4,25.

ANALISIS

Pada diagram 1, terlihat bahwa banyak karyawan yang memiliki tanggung jawab terhadap orang tuanya yaitu sebesar 30 persen, terhadap suami/istri sebesar 13 persen, tanggungan anak sebesar 2 persen, tanggungan orang tua dan suami/istri sebesar 13 persen, serta tanggungan orang tua, suami/istri, dan 1 anak sebesar 5 persen. Lainnya merupakan tanggungan suami/istri dan anak dengan jumlah satu anak yaitu 17 persen, dua anak sebesar 17 persen, dan tiga anak dengan 3 persen. Kemudian dapat dilihat pada diagram 2, sebagian besar karyawan harus menempuh jarak yang cukup jauh untuk bekerja yaitu sekitar 8 km hingga 10 km untuk mencapai perusahaan dengan persentase sebesar 44 persen. Karena di kota Kudus merupakan daerah industri jadi banyak perusahaan terletak

di tengah kota, sehingga hanya sedikit orang yang mempunyai jarak jauh dari rumah ke perusahaan sekitar 10 km hingga 12 km dengan persentase 7 persen.



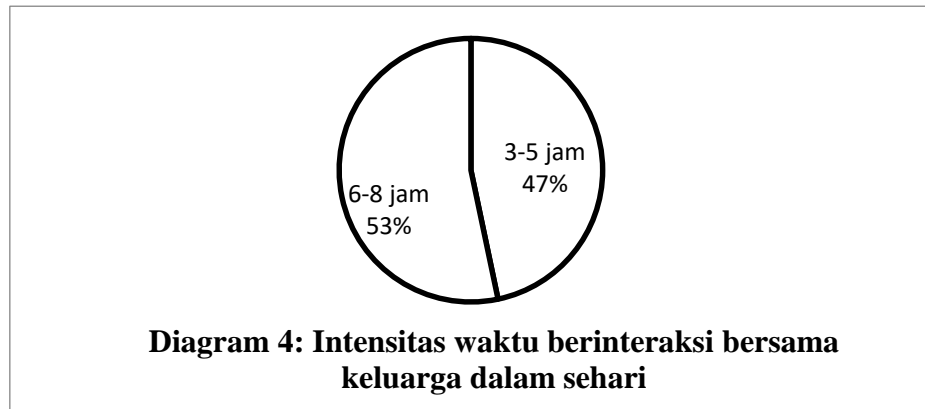


Diagram 3 menunjukkan bahwa tidak semua anggota keluarga karyawan bekerja, 55 persen dari persentase tersebut menyatakan bahwa hanya 1 orang yang bekerja dalam keluarga. Selanjutnya dari 2 persen keluarga karyawan ada 3 orang yang bekerja. Pada diagram 4 menunjukkan intensitas waktu karyawan berinteraksi dengan keluarga dalam sehari yaitu 6 sampai 8 jam dalam sehari dengan persentase sebesar 53 persen dan 3 sampai 5 jam dengan persentase 47 persen. Hal ini dikarenakan, beberapa perusahaan di kota Kudus memberlakukan *work from home* yaitu agar karyawan dapat bekerja dari rumah sehingga memiliki waktu interaksi lebih banyak dengan keluarga.

Pada diagram 5 dapat dilihat bahwa banyak karyawan tidak memiliki asisten rumah tangga yaitu dengan persentase sebesar 70 persen dan 30 persen sisanya tidak memiliki asisten rumah tangga. Hal ini dikarenakan banyak keluarga dengan hanya 1 orang yang bekerja, sehingga anggota keluarga yang lain dapat membantu menyelesaikan kebutuhan rumah tangga. Diagram 6 menunjukkan bahwa hampir sebagian besar karyawan menyatakan bahwa pendapatan mereka sudah memenuhi kebutuhan keluarga dengan persentase sebesar 95 persen dan sisanya merasa pendapatan mereka belum mencukupi.

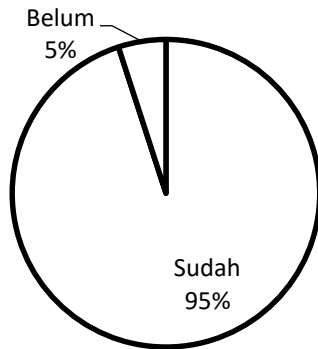


Diagram 5: Pendapatan sudah memenuhi kebutuhan keluarga

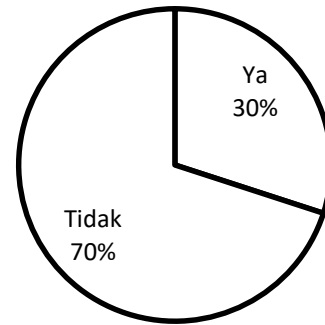


Diagram 6: Memiliki asisten rumah tangga

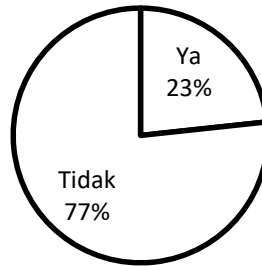


Diagram 7: Memiliki pekerjaan lain di luar perusahaan

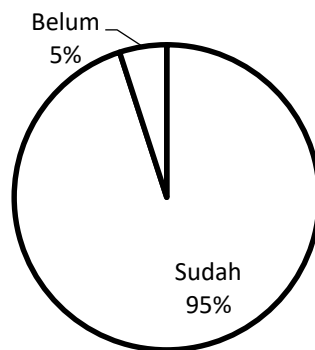
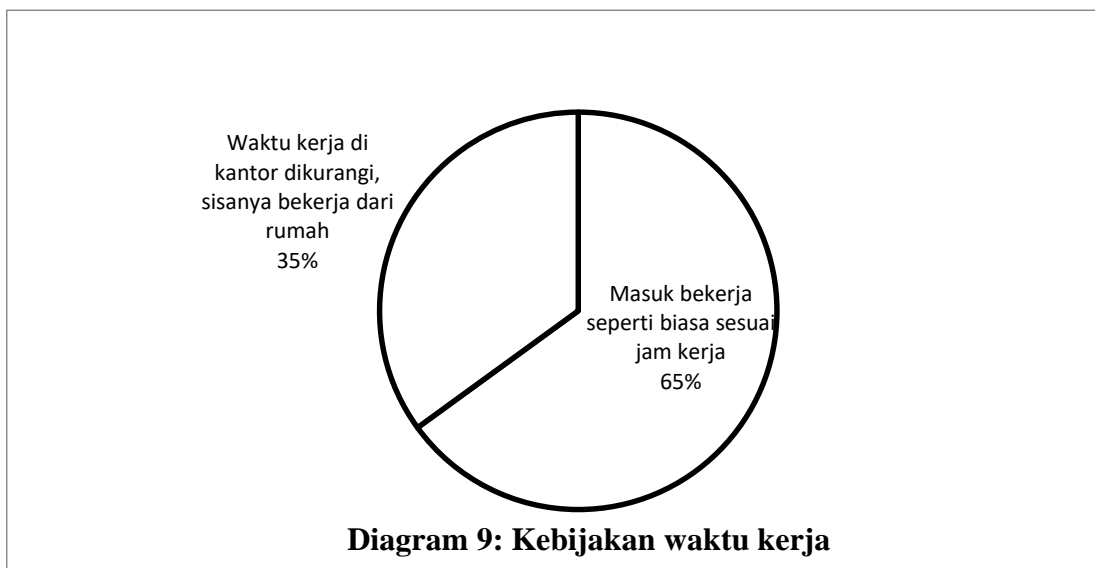


Diagram 8: Sudah puas/bahagia dengan kehidupan-pekerjaan selama ini

Selanjutnya pada diagram 7, dari 60 orang karyawan terdapat 23 persen karyawan yang memiliki pekerjaan lain di luar dari perusahaan. Hal tersebut dikarenakan, banyak karyawan yang bekerja dari rumah atau work from home sehingga karyawan memilih untuk mengisi waktu kerja mereka yang fleksibel dengan melakukan kerja sampingan

seperti berjualan online untuk menambah pemasukan sekaligus menyalurkan hobi mereka. Kemudian pada diagram 8, menunjukkan bahwa 95 persen dari karyawan merasa sudah puas dan bahagia dengan keadaan pekerjaan dan kehidupan rumah tangga mereka dan 5 persen sisanya merasa belum puas dengan keadaan pekerjaan dan kehidupan mereka.

Pada diagram 9 dapat diketahui kebijakan jam kerja yang ditetapkan perusahaan. Dari total 60 karyawan, terdapat 65 persen karyawan yang perusahaannya menetapkan kebijakan masuk bekerja seperti biasa sesuai jam kerja yang ditentukan, dan sisanya merupakan karyawan yang perusahaannya menetapkan kebijakan dalam seminggu waktu kerja di kantor dikurangi dan sisanya bekerja dari rumah. Diagram yang terakhir yaitu diagram 10, menunjukkan perasaan yang dialami karyawan selama menjalani perannya dalam keluarga dan pekerjaan. Sebagian besar karyawan merasa senang dengan kehidupan keluarga dan pekerjaan mereka dengan persentase sebesar 44 persen, 30 persen dari karyawan merasa puas, dan terdapat 26 persen dari karyawan yang merasa lelah dalam menjalani kehidupan keluarga dan pekerjaannya.



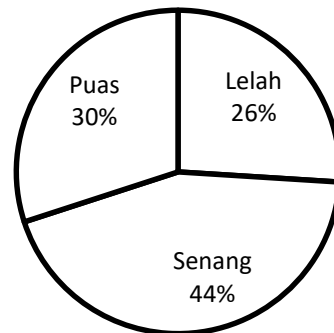


Diagram 10: Dalam menjalani kehidupan dan pekerjaan saya merasa

Beberapa faktor di atas seperti waktu bersama keluarga, jarak ke tempat kerja, adanya asisten rumah tangga atau tidak, jumlah anggota keluarga yang ditanggung, jumlah anggota keluarga yang bekerja, dan tercukupinya kebutuhan secara finansial merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi *work life balance* karyawan. Dalam hal ini, karyawan harus terus memperhatikan dan mengusahakan keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan mereka demi kebaikan keluarga mereka, perusahaan, dan karyawan itu sendiri.

PEMBAHASAN

Pada tabel 4, dapat diketahui hasil tabulasi silang *work life balance* dengan jumlah keluarga yang ditanggung. Jumlah yang paling banyak adalah orang tua dengan persentase sebesar 30 persen, hal ini dikarenakan sebagian karyawan belum berkeluarga dan masih bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan orang tua. Pada urutan kedua terbanyak ada tanggungan suami/istri dan dua anak dengan persentase 18,3 persen. Dengan tingkat *work life balance* sangat tinggi, para karyawan memiliki cara masing-masing untuk mengatur pemasukan dan pengeluaran di dalam keluarga dan agar kebutuhan dapat tercukupi. Semakin banyak tanggung jawab yang dipikul, maka mendorong rasa tanggung jawab karyawan semakin besar.

Tabel 4. Tabulasi Silang Work Life Balance dan Tanggungan dalam Keluarga

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Tanggungun dalam keluarga	anak	0	1	1
	Orang Tua	0	18	18
	Orang Tua, suami/istri	0	7	7
	Orang Tua, suami/istri, anak 1	1	2	3
	Orang Tua, suami/istri	0	1	1
	suami/ istri	1	1	2
	Suami/ istri	0	6	6
	Suami/ istri, anak 1	5	5	10
	Suami/ istri, anak 2	1	10	11
	Suami/ istri, anak 3	0	1	1
Total		8	52	60

Pada tabel 5, dapat dilihat bahwa sejumlah karyawan memiliki jarak yang cukup jauh yang harus ditempuh dari rumah untuk sampai ke tempat kerja. Sebagian besar karyawan pada tingkat *work life balance* sangat tinggi harus melakukan perjalanan dengan jarak 8 sampai 10 km setiap harinya menuju tempat kerja. Karyawan dengan jarak tempat kerja yang jauh harus berangkat lebih pagi dan perjalanan akan memakan waktu yang lebih lama. Karyawan yang memiliki kendaraan pribadi tidak akan terimbas akan hal ini tetapi beberapa karyawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi atau menggunakan kendaraan umum untuk bekerja akan mengalami kesulitan untuk berangkat ke tempat kerja.

Tabel 5 . Tabulasi Silang Work life balance dan Jarak Rumah ke Tempat Kerja

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Jarak rumah ke tempat kerja	2-4 km	0	9	9
	5-7 km	0	18	18
	8-10 km	8	21	29
	11-15 km	0	4	4
Total		8	52	60

Tabel 6 menunjukkan hasil analisis tabulasi silang *work life balance* dengan jumlah orang yang bekerja dalam keluarga. Karyawan pada tingkat *work life balance* sangat tinggi memiliki hanya satu orang yang bekerja dalam keluarga dan diikuti pada urutan selanjutnya terdapat dua orang yang bekerja dalam keluarga. Terdapat 34 responden yang memiliki

hanya 1 orang yang bekerja di dalam keluarga yang mana orang tersebut adalah karyawan itu sendiri. Karyawan yang menjadi responden sebagian besar belum menikah dan bekerja untuk kebutuhan orang tua atau merupakan kepala keluarga muda. Kebutuhan tidak terlalu banyak sehingga jumlah satu orang yang bekerja di dalam keluarga memiliki persentase yang lebih tinggi yaitu 55 persen.

Tabel 6. Tabulasi Silang Work Life Balance dan Jumlah Orang yang Bekerja dalam Keluarga

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Jumlah orang yang bekerja dalam keluarga	1	7	27	34
	2	1	24	25
	3	0	1	1
Total		8	52	60

Pada tabel 7 dapat dilihat bahwa intensitas waktu yang dihabiskan bersama keluarga dalam sehari yaitu 6-8 jam dengan persentase sebesar 53,3 persen. Beberapa perusahaan memberlakukan sistem bekerja dari rumah atau jam kerja fleksibel sehingga karyawan memiliki waktu lebih banyak bersama keluarga. Sebagian karyawan dengan intensitas waktu bersama keluarga 3-5 jam dalam sehari dengan persentase 46,7 persen merupakan karyawan yang perusahaannya sudah beroperasi seperti biasa dan atau setengah hari bekerja di kantor. Karyawan dengan tingkat work life balance yang tinggi, memiliki time management yang baik dalam membagi waktu untuk keluarga maupun pekerjaan sehingga waktu 3-5 jam bersama keluarga sekalipun dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Menurut Daulay (2020), kebutuhan akan kebersamaan dengan keluarga atau family time merupakan elemen penting yang diharapkan oleh karyawan di samping urusan pekerjaan.

Tabel 7. Tabulasi Silang Work Life Balance dan Intensitas Waktu Bersama Keluarga Dalam Sehari

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Intensitas waktu bersama keluarga dalam sehari	3-5 jam	4	24	28
	6-8 jam	4	28	32
Total		8	52	60

Pada tabel 8, dapat dilihat mayoritas karyawan pada tingkat *work life balance* sangat tinggi memiliki pendapatan yang sudah mencukupi dalam kehidupannya. Karena jumlah pendapatan yang didapat sebanding atau lebih banyak dari jumlah pengeluaran sehingga porsi pendapatan dan pengeluaran karyawan cukup stabil. Karyawan yang merasa pendapatannya sudah mencukupi, mendominasi dengan persentase sebesar 95 persen, dikarenakan karyawan dengan tingkat *work life balance* yang baik, memiliki manajemen yang baik dalam mengelola keuangan dalam keluarga. Dan karyawan yang merasa penghasilan yang didapat belum mencukupi kebutuhan dapat berkaitan dengan faktor-faktor lain yang diteliti seperti banyaknya jumlah tanggungan keluarga dan atau jumlah pengeluaran lebih besar dari pendapatan.

Tabel 8. Tabulasi Silang Work life balance dan Pendapatan Sudah Mencukupi

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Pendapatan sudah mencukupi	Ya	8	49	57
	Tidak	0	3	3
Total		8	52	60

Hasil tabulasi silang pada tabel 9, menunjukkan bahwa mayoritas karyawan dengan persentase sebesar 70 persen tidak memiliki asisten rumah tangga. Karyawan dengan tingkat *work life balance* sangat tinggi memiliki manajemen yang baik dalam mengelola

pekerjaan rumahnya sehingga tidak memerlukan asisten rumah tangga. Beberapa karyawan memiliki asisten rumah tangga dengan tujuan untuk menjaga dan merawat orang tua di rumah apabila sedang bekerja karena karyawan tersebut belum berkeluarga.

Tabel 9. Tabulasi Silang Work Life Balance dan Memiliki Asisten Rumah Tangga

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Memiliki asisten rumah tangga	Ya	3	15	18
	Tidak	5	37	42
Total		8	52	60

Pada hasil tabulasi silang pada tabel 10 terlihat bahwa karyawan dengan tingkat *work life balance* sangat tinggi tidak memiliki pekerjaan lain di luar perusahaan. Dengan persentase 76,7 persen karyawan sudah puas dengan pekerjaannya sekarang dan dengan penghasilan yang relatif stabil. Karyawan yang memiliki pekerjaan lain di luar perusahaan, melakukannya untuk menambah penghasilan atau sekedar untuk hobi. Sejalan dengan beberapa perusahaan yang memberlakukan sistem pengurangan jam kerja atau jam kerja fleksibel, maka para karyawan memiliki banyak waktu luang dan disela-sela waktu tersebut mereka memiliki pekerjaan lain. Pekerjaan yang dilakukan berupa berjualan secara *online* di *marketplace* dan banyak dilakukan oleh karyawan perempuan.

Tabel 10 : Tabulasi Silang Work life balance dan Memiliki Pekerjaan Lain

		Work life balance		Total
		High	Very High	
Memiliki pekerjaan lain	Ya	0	14	14
	Tidak	8	38	46
Total		8	52	60

Tabel 11. Faktor-faktor Work Life Balance

Faktor	Sig.	Keterangan
Tanggung dalam keluarga	0,016	Ada hubungan
Jarak dari rumah ke tempat kerja	0,020	Ada hubungan
Jumlah orang yang bekerja dalam keluarga	0,166	Tidak ada hubungan
Intensitas waktu bersama keluarga dalam sehari	0,839	Tidak ada hubungan
Pendapatan sudah mencukupi	0,486	Tidak ada hubungan
Memiliki asisten rumah tangga	0,619	Tidak ada hubungan
Memiliki pekerjaan lain	0,094	Tidak ada hubungan

Ada 7 faktor yang diperhitungkan dalam mengukur pengaruh terhadap *work life balance* pada penelitian ini. Hasil pengukuran ini didapat dari menghitung nilai chi square tiap faktor dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Faktor-faktor yang diteliti diantaranya tanggungan dalam keluarga, jarak dari rumah ke tempat kerja, jumlah orang yang bekerja dalam keluarga, intensitas waktu bersama keluarga dalam sehari, pendapatan sudah mencukupi kebutuhan, memiliki asisten rumah tangga, dan memiliki pekerjaan lain di luar perusahaan. Dari faktor tersebut hanya terdapat dua faktor yang mempengaruhi *work life balance* yaitu tanggungan dalam keluarga dan jarak rumah ke tempat kerja, karena nilai chi square faktor tersebut di bawah 0,05 yaitu 0,016 dan 0,020 sehingga memiliki pengaruh.

Menurut Nujjiya (2015), karyawan yang memiliki anak atau orang tua dituntut untuk tanggung jawab yang lebih besar sehingga terkadang mereka harus mengambil risiko karir dengan memperpendek waktu kerja mereka. Hal ini dapat menyebabkan stres kerja yang berkepanjangan. Jarak rumah ke tempat kerja yang jauh menyebabkan karyawan harus menyisihkan waktu yang lebih dalam perjalanan terlebih karyawan yang tidak memiliki kendaraan pribadi. Tekanan waktu yang dialami karyawan setiap hari dapat mempengaruhi kesejahteraan karyawan. Faktor-faktor lain yang tidak memiliki pengaruh terhadap *work life balance* dikarenakan nilai chi square yang lebih dari 0,05. Karyawan dengan *work life balance* sangat tinggi memiliki manajemen keuangan dan dapat mengelola waktu dalam melakukan pekerjaan rumah dan kantor dengan baik.

SIMPULAN

Pada penelitian di atas, ditemukan bahwa kualitas *work life balance* para karyawan di kota Kudus sudah mencapai level sangat tinggi. Sebagian besar responden pada *work life balance* sangat tinggi memiliki manajemen waktu dan keuangan yang baik serta dapat mengelola pekerjaan rumah dan pekerjaan kantor dengan baik. Hal ini terlihat dari bagaimana karyawan dapat mengatur intensitas waktu untuk dihabiskan bersama keluarga

tanpa mengganggu pekerjaan serta dapat memanfaatkan waktu luang yang ada untuk menambah penghasilan atau sekedar hobi yaitu dengan berjualan *online*. Mayoritas karyawan juga merasa bahwa penghasilan yang mereka dapatkan sudah mencukupi kebutuhan dan mereka dapat mengelola pemasukan dan pengeluaran dengan baik untuk mencukupi kebutuhan keluarga yang ditanggung. Berdasarkan pada hasil analisis tabulasi silang, dengan tingkat signifikansi chi square 5% (0,05) maka didapat hanya dua faktor yang memiliki pengaruh atau hubungan terhadap *work life balance* karyawan di kota Kudus yaitu jumlah tanggungan dalam keluarga dan jarak dari rumah ke tempat kerja.

Hasil dari pengukuran keempat dimensi *work life balance* pada penelitian, menunjukkan bahwa dimensi *Personal Life Enhancement of Work* (PLEW) merupakan dimensi dengan nilai rata-rata yang paling rendah. Sebagian besar karyawan merupakan kepala keluarga dan masih memiliki tanggung jawab terhadap orang tua, yang mana kehidupan keluarganya dapat mengganggu dan menghalangi kehidupan kerjanya. Perusahaan dapat menyikapi hal tersebut dengan memberi perhatian kepada karyawan dengan memberi tunjangan kehidupan bagi keluarga karyawan, seperti tunjangan orang tua/lansia, penitipan anak, dan tunjangan bagi keluarga yang mengalami disabilitas. Sejalan dengan faktor yang mempengaruhi *work life balance* yaitu jarak dari rumah ke tempat kerja yang jauh, perusahaan dapat memberi tunjangan transportasi berupa kendaraan pribadi bagi beberapa karyawan dengan persetujuan dan kesepakatan bersama. Karyawan yang merasa bahagia dalam kehidupannya dapat meningkatkan performanya dalam bekerja. Sedangkan keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian dilakukan di beberapa perusahaan berbeda di kota Kudus sehingga para responden memiliki pengalaman dan persepsi yang berbeda, seperti contohnya sistem jam kerja yang berbeda tiap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintang, Stepani Kartika, and Dewi Puri Astiti. 2016. "Work-Life Balance Dan Intensi Turnover Pada Pekerja Wanita Bali Di Desa Adat Sading, Mangupura , Badung" 3 (3): 382-94.
- Darmawan, Dani. 2019. "Model Peranan Work Life Balance, Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Pada Karyawan." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689-99. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Daulay, M. Zikri Atthariq. 2020. "Pengaruh Jam Kerja Fleksibel Dan Motivasi Kerja Terhadap Work-Life Balance Pada Pengemudi Gojek Di Jakarta." *Manajemen Ekonomi Dan Bisnis* 1 (3): 29-41.
- Dewi, Eli Kusuma. 2016. "Register Para Pembuat Rokok Di Kota Kudus (Suatu Kajian Sosiolinguistik)" 3 (1): 89-92

- Dina, Nurlita. 2018. "Pengaruh Work-Life Balance Terhadap Kinerja Karyawan Di Kud Minatani Brondong Lamongan" 17 (2): 184-99.
- Huda, Nurul. 2020. "Work-Life Balance Pada Wanita Karier Di Inspektorat Jenderal Kementerian Keuangan Yang Menjalani Peran Ganda" 13 (1): 46-55.
- Maslichah, N., and K. Hidayat. 2017. "Pengaruh Work-Life Balance Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Perawat Rs Lavalette Malang Tahun 2016)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 49 (1): 136362.
- Mccarthy, Alma, Colette Darcy, and Geraldine Grady. 2010. "Work-Life Balance Policy and Practice: Understanding Line Manager Attitudes and Behaviors." <https://doi.org/10.1016/j.hrmmr.2009.12.001>.
- Nujjiya, Turfa Mirrotun. 2015. "Pengaruh Tekanan Waktu, Kelelahan Emosional, Kepemimpinan Transformasional, Dan Faktor Demografis Terhadap Work-Life Balance Pada Pekerja Teknologi Informasi." *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah* 2 (4): 37-51.
- Prasetyo, L D, S Moniharapon, and Sjendry Loindong. 2017. "Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Mtc Manado" *Jurnal EMBA* 5 (2): 1337-47.
- Purbasari, Imaniar. 2017. "Dinamika Pembangunan Masyarakat Kudus Berkonteks Sejarah Industri Dan Budaya Lokal Imaniar Purbasari PGSD FKIP Universitas Muria Kudus." *Jurnal Ilmiah Kependidikan* 11 (1): 68-79.
- Saina, Ischevell, Riane Pio, and Wihelmina Rumawas. 2016. "Pengaruh Worklife Balance Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Pln (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado." *Jurnal Administrasi Bisnis UNSRAT* 4 (3): 1-9. <https://doi.org/10.35797/jab.4.3.2016.12892>.
- Sarikit, Maya. 2017. "Pengaruh Work Life Balance Dan Keterikatan Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Indonesia." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 8 (1): 82. <https://doi.org/10.21009/jmp.08108>.
- Wijaya, Serli, and Tessa L.L. Winargo. 2016. "Studi Eksploratif Motivasi Berwirausaha Skala Mikro Sektor Jasa Makanan Di Surabaya," 20 (2) :105-16.
- Yunita, Putu Irma. 2018. "Menciptakan Keseimbangan Antara Pekerjaan Dan Kehidupan (Work-Life Balance) : Apakah Faktor Situasional Pekerjaan Berpengaruh ?" *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 3 (2): 135-44.

BIAS FAMILIARITY PADA PERKEMBANGAN UKM SRABI NGAMPIN AMBARAWA

Rita Meiriyanti¹⁰

Universitas Kristen Satya Wacana

Universitas Semarang

Abstract

In the village of Ngampin Ambarawa is famous for its culinary offer, namely Ngampin srabi. Ngampin srabi marketing uses a word of mouth sales system, so that over time some consumers come to the production and sale places themselves. The purpose of this study was to determine whether there is a familiarity bias in the development of the Srabi's SMEs Ngampin Ambarawa. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. The sample used in this study were the srabi traders who are members of the Srabi's SMEs Ngampin. This study gives the result that familiarity is a consideration for consumers in making decisions. So the scope of the decision is based solely on the judgment that the product is known in advance. The role of word of mouth communication and the power of referral is to provide knowledge about srabi products so that later consumers are familiar and have a good understanding. The Corporate Social Responsibility developed by Ngampin srabi has a positive reputation and image so that it becomes the main non-financial capital and added value for srabi's SMEs to be able to grow sustainably.

Keywords: *Srabi's SMEs Ngampin, Familiarity Bias, Word of Mouth, Power of Referral, Corporate Social Responsibility*

Abstrak

Di desa Ngampin Ambarawa terkenal dengan sajian kulinernya yaitu srabi Ngampin. Pemasaran srabi Ngampin menggunakan sistem penjualan word of mouth, hingga lama-kelamaan beberapa konsumen datang sendiri ke tempat produksi dan tempat jualan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat bias familiarity pada perkembangan UKM srabi Ngampin Ambarawa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang srabi yang tergabung dalam UKM srabi Ngampin. Penelitian ini memberikan hasil bahwa familiarity menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan. Jadi lingkup penarikan keputusan hanya berdasarkan pada penilaian bahwa produk tersebut telah dikenal sebelumnya. Peran komunikasi word of mouth dan power of referral adalah untuk memberikan pengetahuan tentang produk srabi sehingga nantinya konsumen familiar dan mempunyai pemahaman yang baik. Corporate Social Responsibility yang dikembangkan srabi Ngampin mempunyai reputasi dan image positif sehingga menjadi modal non finansial utama serta nilai tambah bagi UKM srabi untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Kata kunci: *UKM Srabi Ngampin, Bias Familiarity, Word of Mouth, Power of Referral, Corporate Social Responsibility*

¹⁰rita.mey15@gmail.com

PENDAHULUAN

Ambarawa merupakan sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Semarang yang terkenal dengan sajian kuliner khasnya yaitu srobi Ngampin. Srobi Ngampin dibuat oleh kelompok UKM “Mekar Lestari” yang merupakan salah satu kelompok usaha yang telah lama tumbuh dan berkembang di Desa Ngampin, Kecamatan Ambarawa sejak tahun 1970. Disebut srobi Ngampin karena lokasi penjualannya berada di depan Kelurahan Ngampin, Ambarawa. Makanan tradisional ini masih mempertahankan keklasikannya dalam proses pembuatan yaitu dengan tungku dan periuk kecil dari tanah liat, arang atau kayu sebagai bahan bakarnya, dan tenong sebagai tempat meletakkan srobi yang sudah matang. Inilah rahasia yang tersimpan dari aroma srobi Ngampin yang khas itu. Srobi Ngampin memiliki ciri khas tersendiri. Ukuran mungil, tipis, dan punya tiga macam warna, yaitu putih, hijau dan coklat. Perbedaan srobi ngampin dengan srobi Solo yaitu, srobi Ngampin justru disajikan dengan kuah santan manis serta aroma pandan yang cukup kuat. Satu porsi srobi Ngampin dijual dengan harga Rp 6.000,- berisi lima lingkaran srobi dan dapat memesan kuah dingin ataupun panas yang dapat dinikmati di kedai-kedai serabi.

Pemasaran srobi Ngampin masih menggunakan sistem penjualan *word of mouth*, hingga lama-kelamaan beberapa konsumen datang sendiri ke tempat produksi dan tempat jualan. Walaupun pemasarannya masih sangat sederhana, keberadaan UKM “Mekar Lestari” mampu memposisikan produk khas daerah tersebut agar dikenal masyarakat secara global. Menurut bu Romyati (52 tahun-Ketua Kelompok Mekar Lestari), banyak pengunjung yang melintas untuk mampir menikmati srobi Ngampin Ambarawa. Namun setelah adanya pandemi corona, jumlah pengunjung sedikit berkurang. Walaupun begitu masih ada konsumen yang memang sengaja memesan untuk acara kantor, rapat, pernikahan, dan arisan.

Menurut pedagang srobi, konsumennya rata-rata yang membeli srobi adalah dari daerah luar kota. Produk UKM srobi Ngampin sudah tumbuh dan berkembang sejak beberapa puluh tahun yang lalu, maka srobi ini sudah *familiar* di kalangan masyarakat luas. *Familiarity* sebagai jumlah produk/merek yang telah menjadi bagian dari pengalaman oleh konsumen atau sudah pernah digunakan oleh konsumen termasuk pengalaman langsung dan tidak langsung seperti iklan, interaksi dengan penjual, komunikasi *word of mouth*, percobaan, dan konsumsi (Alba & Hutchinson, 1987). Perilaku *familiarity* merupakan faktor psikologis yang cenderung untuk menilai/memilih sesuatu yang telah dikenal sebelumnya/sesuatu yang *familiar* lebih baik dibandingkan sesuatu yang tidak dikenal

(Nofsinger, 2005). Dalam literatur keuangan berbasis perilaku, *familiarity* dapat dimasukkan ke dalam salah satu jenis kelompok bias kognitif atau bias emosi. Mereka tetap berpegang teguh dengan apa yang mereka ketahui dan menghindari apa yang tidak mereka ketahui. Ini adalah contoh *familiarity bias*.

Penelitian (Martin & Jimenez, 2010) menyebutkan bahwa *familiarity* berpengaruh positif pada proses keputusan pembelian dengan alasan bahwa konsumen lebih memilih produk yang mereka kenal (*familiar*) dari pada memilih merek produk yang baru diperkenalkan. Sedangkan (Chira et al., 2008) melakukan penelitian terhadap siswa sarjana dan pascasarjana yang dirancang untuk menilai dan mengukur kesalahan perilaku yang mungkin dilakukan siswa ketika mereka membuat keputusan finansial dan non-finansial. Hasil penelitiannya siswa tidak menunjukkan kecenderungan *familiarity*. Penelitian (Fox & Levav, 2000) meminta orang-orang untuk menilai kemungkinan relatif dari peristiwa yang *familiar* versus *unfamiliar*. Secara khusus, responden cenderung melihat peristiwa yang lebih *familiar* daripada peristiwa yang kurang *familiar*. Adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya mengenai bias *familiarity* menarik minat peneliti untuk melakukan riset ini.

Dalam upaya perkembangan UKM srahi di masa pandemi dan mempertahankan eksistensi di tengah banyaknya UKM makanan yang bermunculan, maka harus memperluas jangkauan produknya agar masyarakat lebih mengenal ikon dan warisan budaya desa Ngampin, Ambarawa. UKM dituntut untuk dapat melakukan kegiatan yang dapat menambah *added value* dan keunggulan dari kondisi saat ini. UKM telah terbukti memberikan kontribusi peningkatan perekonomian melalui perannya dalam menciptakan produk khas daerah. Hal ini menyebabkan pentingnya *familiarity* karena kebanyakan konsumen lebih percaya terhadap produk yang sudah mereka kenal (*familiar*) saat melakukan keputusan pembelian, dimana sering menghasilkan keputusan yang lebih cepat dan memberikan hasil yang lebih nyaman bagi konsumen. Berdasarkan fenomena maupun konsep di atas, artikel ini berupaya mengkaji “Bias *Familiarity* pada Perkembangan UKM Srahi Ngampin Ambarawa”.

Melihat latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah : Apakah terdapat bias *familiarity* pada perkembangan UKM srahi Ngampin Ambarawa? Kontribusi dalam riset *behavioral finance* ini untuk mengetahui apakah terdapat bias *familiarity* pada perkembangan UKM srahi Ngampin Ambarawa.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Pengertian UKM (Usaha Kecil Menengah)

Menurut (Rudjito, 2003) Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia yang memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi jumlah usaha maupun dari segi penciptaan lapangan kerja. Definisi UKM yang diberikan oleh beberapa lembaga, yaitu: Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Mikro adalah : “Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi Usaha Mikro, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.”

Familiarity

Familiarity adalah kecenderungan seseorang untuk menilai dan memilih sesuatu yang telah dikenal dibandingkan dengan yang belum dikenal atau asing baginya. Dalam konteks investasi, investor cenderung melakukan investasi pada perusahaan atau produk investasi yang telah dikenal atau diketahui. Orang akan cenderung merasa lebih aman apabila investasi pada perusahaan yang dikenal atau produk investasi yang sebelumnya telah pernah digunakan (Nofsinger, 2005).

Menurut (Chira et al., 2008), *familiarity bias* juga terlihat dalam konteks pemasaran. Persepsi orang tentang merek tertentu dipengaruhi oleh seberapa akrab mereka dengan produk yang terkait dengan merek tersebut. Saat melakukan keputusan pembelian, kepercayaan konsumen biasanya lebih tinggi jika *familiar* dengan merek tertentu lebih tinggi, yang mungkin sering menghasilkan keputusan yang lebih cepat dan memberikan hasil yang lebih nyaman bagi konsumen.

Familiarity effect adalah pengambilan keputusan berdasarkan kesukaan dan kepercayaan pada hal-hal yang telah *familiar* dengan individu tersebut. *Familiarity* sebagai jumlah produk/merek yang telah menjadi bagian dari pengalaman oleh konsumen atau sudah pernah digunakan oleh konsumen termasuk pengalaman langsung dan tidak langsung seperti iklan, interaksi dengan penjual, komunikasi *word of mouth*, percobaan, dan konsumsi (Alba & Hutchinson, 1987).

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian (Fox & Levav, 2000) menjelaskan bahwa orang sering diminta untuk membuat penilaian tentang kemungkinan kejadian relative (misalnya, manakah dari dua investasi yang lebih mungkin mengungguli pasar?) Dan (manakah dari dua investasi yang lebih mungkin berkinerja tidak lebih baik daripada pasar?). Dalam beberapa survei di mana kami meminta orang-orang untuk menilai kemungkinan relatif dari peristiwa yang *familiar* versus *unfamiliar*. Secara khusus, responden cenderung melihat peristiwa yang lebih *familiar* daripada peristiwa yang kurang *familiar*. Demikian pula, kami mengamati bahwa subjek cenderung melihat peristiwa yang kurang *familiar* lebih kecil kemungkinannya daripada peristiwa yang lebih *familiar*. Penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa *familiarity bias* kurang terlihat di antara subjek yang diminta untuk menilai probabilitas setiap peristiwa daripada peristiwa mana yang lebih mungkin. Selain itu, proporsi yang lebih besar dari subjek menilai peristiwa yang lebih dikenal sebagai lebih mungkin daripada menetapkan probabilitas yang lebih tinggi untuk peristiwa itu. Pola-pola ini dapat diartikan sebagai *belief reversals*, analog dengan fenomena pembalikan preferensi dalam pengambilan keputusan.
2. Penelitian (Chira et al., 2008). Penelitian ini melakukan survei 45 pertanyaan yang kami berikan kepada sarjana dan pascasarjana dan dirancang untuk menilai dan mengukur kesalahan perilaku yang mungkin dilakukan siswa ketika mereka membuat keputusan finansial dan non-finansial. Meskipun ada sejumlah bias perilaku dan heuristik yang terkandung dalam survei, kami memfokuskan pada *overconfidence and excessive optimism, loss aversion, familiarity, and sunk cost fallacy, as well as an initial overview of illusion of control and confirmation bias*. Kesimpulan yang bisa diambil dari analisis survei :
 - Siswa sangat *extremely optimistic and overconfident* ketika mereka diminta untuk menilai kemampuan mengemudi mereka dan prestasi kerja / sekolah tetapi kurang optimis tentang kemampuan atletik atau kemampuan investasi. Karena itu, siswa cenderung tidak membuat kesalahan dengan menjadi terlalu percaya diri dan optimis jika ada lebih banyak objektivitas yang terlibat dalam membuat penilaian.
 - Siswa tidak menampilkan kecenderungan *illusion of control*.

- Meskipun beberapa siswa terlibat dalam *confirmation bias*, sebagian besar jawaban dapat diinterpretasikan dalam beberapa cara, sehingga tidak mungkin untuk menilai tingkat bias yang ada dalam proses pengambilan keputusan siswa.
 - Siswa tidak menunjukkan kecenderungan *familiarity*.
 - Siswa cenderung menghindari resiko seperti populasi umum. Ini secara khusus benar bila ada keuangan untung / rugi terlibat. Namun, siswa cenderung menghindari risiko yang lebih kecil dalam hal nilai mereka.
 - *Sunk cost fallacy* masih terlihat di kalangan mahasiswa ketika membuat *ex ante* dalam pengambilan keputusan.
 - Siswa, secara umum, tampak menunjukkan "rasionalitas terbatas" dalam perilaku pengambilan keputusan mereka.
 - Penelitian ini memberikan landasan teoritis untuk perubahan lebih lanjut dari keuangan klasik standar ke dalam paradigma keuangan perilaku.
3. Penelitian (Mahesa & Dewi, 2019). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Religiosity, Familiarity*, dan *Intention* dari nasabah Bank BTN kota Bandung. Serta untuk mengetahui *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Religiosity*, dan *Familiarity* terhadap *Intention* dari nasabah Bank BTN kota Bandung secara parsial maupun simultan. Hasil analisis menunjukkan bahwa *attitude, subjective norms*, dan *religiosity* berpengaruh terhadap *intention*. Sementara *perceived behavioural control* dan *familiarity* tidak berpengaruh terhadap *intention*.
4. Penelitian (Martin & Jimenez, 2010) menjelaskan bahwa *familiarity* memainkan peran penting di pasar internasional. Hasil menunjukkan bahwa jika konsumen memendam permusuhan terhadap *country of origin*, mereka akan cenderung memiliki tingkat etnosentrisme yang lebih tinggi dan melindungi produk perusahaan Spanyol terutama ketika mereka tidak terbiasa dengan merek tersebut. *Familiarity* berpengaruh positif pada proses keputusan pembelian dengan alasan bahwa konsumen lebih memilih produk yang mereka kenal (*familiar*) dari pada memilih merek produk yang baru diperkenalkan.

METODA

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi secara etimologis, berasal dari kata kerja bahasa Yunani, yaitu *phanomai* yang artinya menunjukkan atau menampakkan diri sendiri dan *logos* artinya kata, ucapan, ratio, pertimbangan dan bentuk jamaknya adalah *phenomena* atau gejala yang diartikan sebagai tampilan suatu object, peristiwa kejadian ataupun kondisi-kondisi menurut persepsi (Littlejohn, 2002). Jadi dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, peneliti berusaha untuk mengetahui apakah terdapat bias *familiarity* pada perkembangan UKM Srabi Ngampin Ambarawa. Adapun lokasi penelitian ini adalah desa Ngampin Ambarawa.

Sumber data menggunakan sampel purposive (*purposive sample*) yang memfokuskan pada informan-informan terpilih yaitu pengurus paguyuban UKM Mekar Lestari yaitu Bu Romyati, Bu Siti Suryatinah, Bu Ponirah, Bu Teti, dan Bu Pawitri yang kaya dengan kasus untuk studi yang bersifat mendalam. Data yang diperlukan adalah data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi maupun studi dokumentasi dengan periode pengamatan enam bulan.

Model Penelitian



Sumber : berbagai jurnal yang dikembangkan

Gambar 1. Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pedagang Srabi Ngampin Ambarawa

Srabi Ngampin adalah salah satu makanan khas di Ambarawa sejak tahun 1970. Dinamakan srabi Ngampin karena lokasi jualan terletak di sepanjang Jl. Raya Ngampin. Jalur

antara Semarang dan Yogyakarta. Untuk menjaga eksistensi dan menyelaraskan kepentingan, pedagang srabi di Desa Ngampin membentuk Paguyuban/Kelompok Usaha srabi Ngampin dengan nama “Mekar Lestari” yang diketuai Ibu Romyati. Anggota dari kelompok usaha srabi Ngampin Mekar Lestari berjumlah empat puluh orang tetapi yang aktif dalam setiap kegiatan dan yang masih terus berdagang berjumlah dua puluh orang.

Dengan paguyuban itu para pedagang dapat mengatur produksi juga membuat sistem pembiayaan simpan pinjam khusus untuk anggota. Menurut Ibu Romiyati, pembatasan produksi itu membuat pedagang serabi mempunyai kesempatan sama dalam meraih keuntungan. Jika ada pedagang yang telah habis menjajakan srabinya, maka ia wajib pulang dan tidak boleh menambah produksi lagi. Adanya pengaturan produksi itulah yang membuat pedagang srabi tertarik bergabung dalam paguyuban. Aturan pembatasan produksi tidak diberlakukan saat musim lebaran atau saat permintaan srabi naik drastis. Paguyuban juga mengadakan pertemuan rutin bulanan dengan agenda kegiatan seperti arisan, bermusyawarah tentang penjualan srabi atau kegiatan lain yang terkait dengan usaha tersebut, misal apabila ada penyuluhan dan pelatihan dari dinas yang terkait.

Tabel 1. Pengurus Paguyuban Pedagang Srabi Ngampin “Mekar Lestari”

Nama	Jabatan
Romyati	Ketua
Siti Suryatinah	Sekretaris 1
Kristiyanti Astuti (Teti)	Sekretaris 2
Pawitri	Bendahara
Siti Suryatinah	Sosial + Arisan
Ponirah	Sosial
Kristiyanti Astuti (Teti)	Tabungan wajib
Romyati	Tabungan wajib

Sumber : data primer yang diolah

Hasil Wawancara Terstruktur dengan Pedagang Srabi Ngampin Ambarawa terkait dengan Bias *Familiarity* pada Perkembangan UKM Srabi Ngampin Ambarawa

Wawancara dengan pedagang srabi Ngampin Ambarawa yang tergabung dalam kelompok usaha UKM Mekar Lestari ditujukan untuk mengetahui faktor *familiarity* pada perkembangan UKM srabi Ngampin Ambarawa yaitu dengan menggali informasi ke informan terpilih yaitu pengurus paguyuban UKM Mekar Lestari. Beberapa pedagang srabi mengatakan bahwa dengan adanya pandemi corona, jumlah pengunjung sedikit berkurang. Walaupun begitu masih ada konsumen yang memang sengaja memesan untuk acara kantor, rapat, pernikahan, dan arisan. Masyarakat di desa Ngampin umumnya mata pencaharian utama adalah berjualan srabi. Mereka harus *survive* di tengah masa pandemi dan tetap

mempertahankan eksistensi ikon dan warisan budaya desa Ngampin, Kelurahan Ngampin, Kecamatan Ambarawa. Adapun hasil ringkasan wawancara dengan informan terpilih yang tergabung dalam kelompok usaha “Mekar Lestari” dapat diuraikan sebagai berikut

1. Ibu Romyati (51 tahun – Jabatan ketua kelompok usaha “Mekar Lestari”)
“Berdagang srabi sudah 25 tahun, sebelum pandemi berjualan dengan adonan 1 kg tepung beras setara dengan 34 porsi (1 porsi = Rp 6000,-). Setelah pandemi berjualan dengan $\frac{3}{4}$ kg tepung beras setara dengan 25 porsi. Berdagang mulai jam 14.00 WIB sampai dengan jam 19.00 WIB (sampai habis dagangannya). Konsumen yang membeli srabi kebanyakan dari luar kota yang memang sengaja untuk mampir. Selain berjualan di kedai, juga menerima pesanan untuk kantor (tempat anaknya bekerja di BRI), dinas, arisan, pernikahan, dan pengajian. Selama ini pemasaran produk srabi Ngampin masih sangat sederhana dengan *word of mouth*. Dalam proses pembuatan tetap mempertahankan keklasikannya yaitu dengan tungku dari tanah liat dan dibakar dengan kayu. Karena inilah *image* dari UKM srabi Ngampin Ambarawa”.
2. Ibu Siti Suryatinah (51 tahun – Jabatan sekretaris 1 kelompok usaha Mekar Lestari)
“Berdagang srabi sudah 10 tahun, sebelum pandemi berjualan dengan adonan 1 kg tepung beras setara dengan 32 porsi (1 porsi = Rp 6000,-). Setelah pandemi berjualan dengan $\frac{3}{4}$ kg tepung beras setara dengan 24 porsi. Berdagang mulai jam 13.00 WIB sampai dengan jam 20.00 WIB (sampai habis dagangannya). Konsumen yang membeli srabi kebanyakan dari luar kota yang memang sengaja untuk mampir. Selain berjualan di kedai, juga menerima pesanan untuk pabrik (tempat anaknya bekerja), arisan, pernikahan, dan pengajian. Jika dagangannya tidak habis, keesokan harinya langsung di bawa anaknya ke pabrik untuk dibagi-bagikan. Selama ini pemasaran produk srabi Ngampin masih sangat sederhana dengan *word of mouth*. Dalam proses pembuatan tetap mempertahankan keklasikannya yaitu dengan tungku dari tanah liat dan dibakar dengan kayu. Karena inilah *image* dari UKM srabi Ngampin Ambarawa”.
3. Ibu Ponirah (56 tahun – Jabatan sie. sosial kelompok usaha Mekar Lestari)
“Berdagang srabi sudah 20 tahun, sebelum pandemi berjualan dengan adonan 1 kg tepung beras setara dengan 33 porsi (1 porsi = Rp 6000,-). Setelah pandemi berjualan dengan $\frac{3}{4}$ kg tepung beras setara dengan 24 porsi. Berdagang mulai jam

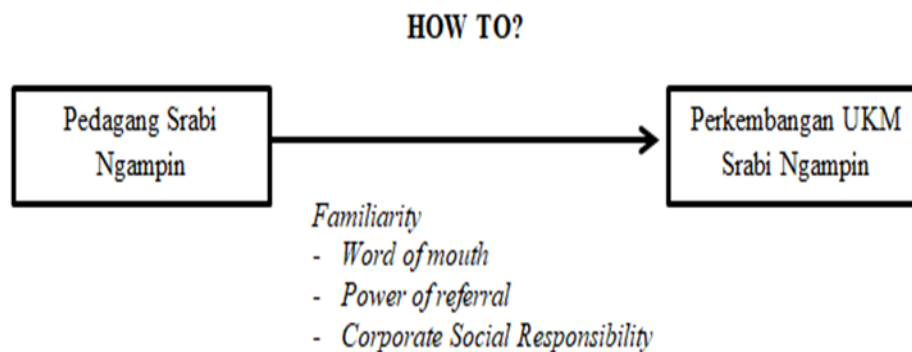
- 13.00 WIB sampai dengan jam 20.00 WIB (sampai habis dagangannya). Konsumen yang membeli srobi kebanyakan dari luar kota yang memang sengaja untuk mampir. Selain berjualan di kedai, juga menerima pesanan untuk pabrik (tempat anaknya bekerja), arisan, pernikahan, dan pengajian. Selama ini pemasaran produk srobi Ngampin masih sangat sederhana dengan *word of mouth*. Dalam proses pembuatan tetap mempertahankan keklasikannya yaitu dengan tungku dari tanah liat dan dibakar dengan kayu. Karena inilah *image* dari UKM srobi Ngampin Ambarawa”.
4. Ibu Teti (40 tahun – Jabatan sekretaris 2 kelompok usaha Mekar Lestari)
“Berdagang srobi sudah 12 tahun, sebelum pandemi berjualan dengan adonan 1 kg tepung beras setara dengan 40 porsi (1 porsi = Rp 6000,-). Setelah pandemi berjualan dengan ½ kg tepung beras setara dengan 20 porsi. Berdagang mulai jam 09.00 WIB sampai dengan jam 17.00 WIB (sampai habis dagangannya). Konsumen yang membeli srobi kebanyakan dari luar kota yang memang sengaja untuk mampir dan ada juga konsumen yang membeli srobinya dadakan untuk rapat kantor. Selain berjualan di kedai, juga menerima pesanan untuk acara jaburan, arisan, pernikahan, dan pengajian. Selama ini pemasaran produk srobi Ngampin masih sangat sederhana dengan *word of mouth*. Dalam proses pembuatan tetap mempertahankan keklasikannya yaitu dengan tungku dari tanah liat dan dibakar dengan kayu. Karena inilah *image* dari UKM srobi Ngampin Ambarawa”.
5. Ibu Pawitri (54 tahun – Jabatan bendahara kelompok usaha Mekar Lestari)
“Berdagang srobi sudah 25 tahun, sebelum pandemi berjualan dengan adonan 1 kg tepung beras setara dengan 32 porsi (1 porsi = Rp 6000,-). Setelah pandemi berjualan dengan ¾ kg tepung beras setara dengan 24 porsi. Berdagang mulai jam 13.00 WIB sampai dengan jam 20.00 WIB (sampai habis dagangannya). Konsumen yang membeli srobi kebanyakan dari luar kota yang memang sengaja untuk mampir. Selain berjualan di kedai, juga menerima pesanan untuk pabrik (tempat anaknya bekerja), arisan, pernikahan, dan pengajian. Jika dagangannya tidak habis, keesokan harinya langsung di bawa anaknya ke pabrik untuk dibagi-bagikan. Selama ini pemasaran produk srobi Ngampin masih sangat sederhana dengan *word of mouth*. Dalam proses pembuatan tetap mempertahankan keklasikannya yaitu dengan tungku dari tanah liat dan dibakar dengan kayu. Karena inilah *image* dari UKM srobi Ngampin Ambarawa”.

PEMBAHASAN

Bias *Familiarity* pada Perkembangan UKM Srabi Ngampin Ambarawa

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *familiarity* sangat berperan dalam membuat keputusan pembelian. Agar produk Ngampin mudah dikenal masyarakat secara global, para pedagang masih menggunakan sistem *word of mouth* sebagai media promosi. Kepercayaan konsumen biasanya lebih tinggi jika *familiar* dengan merek tertentu, yang sering kali menghasilkan keputusan yang lebih cepat dan memberikan hasil yang lebih nyaman bagi konsumen. Bias *familiarity* dapat terlihat dalam aspek pemasaran. Persepsi orang tentang merek tertentu dipengaruhi oleh seberapa akrab mereka dengan produk yang terkait dengan merek tersebut.

Sejak masa pandemi, orang yang melintas untuk mampir di kedai srabi jumlahnya berkurang, padahal berjualan srabi merupakan mata pencaharian utama. UKM dituntut untuk dapat melakukan kegiatan yang dapat menambah *added value* dan keunggulan dari kondisi saat ini. UKM srabi Ngampin yang sudah tumbuh dan berkembang sejak beberapa puluh tahun silam harus mampu mempertahankan eksistensi sebagai produk khas daerah dan warisan budaya desa Ngampin Ambarawa. Bias *familiarity* dalam perkembangan UKM srabi Ngampin Ambarawa yang dapat di jelaskan dengan gambar berikut ini :



Sumber : berbagai jurnal yang dikembangkan

Gambar 2. Bias *Familiarity* dalam perkembangan UKM srabi Ngampin Ambarawa

Sistem pemasaran produk selama ini masih menggunakan *word of mouth* sehingga konsumen *familiar* dan melakukan keputusan pembelian. *Familiarity* dapat dimasukkan ke dalam salah satu jenis kelompok bias kognitif. Individu akan lebih memilih hal yang telah diketahui sebelumnya atau *familiar*. Berkaitan dengan ketersediaan informasi, maka faktor familiaritas individu terhadap suatu produk akan mempengaruhi pengambilan keputusan

pembelian. Ketika individu dihadapkan pada dua alternatif maka dia akan lebih memilih alternatif yang *familiar*. Familiaritas merupakan kecenderungan seseorang untuk menilai dan memilih sesuatu yang telah dikenal dibandingkan dengan yang belum dikenal atau asing baginya (Fox & Levav, 2000). Dengan komunikasi *word of mouth* yang sudah diterapkan selama ini dapat disimpulkan salah satu faktor yang mendukung yaitu adanya *power of referral* dalam perkembangan produk sragi. Para pedagang dapat membuat *add value* dengan cara apapun yang bisa mengajak konsumen untuk membeli sragi akan mendapatkan *point*. Peran komunikasi *word of mouth* dan *power of referral* adalah untuk memberikan pengetahuan tentang produk sragi sehingga nantinya konsumen *familiar* dan mempunyai pemahaman yang baik. Konsumen umumnya berperilaku *familiarity* yang merupakan kecenderungan seseorang untuk menilai dan memilih sesuatu yang telah dikenal dibandingkan dengan yang belum dikenal atau asing baginya.

Bagian penting lainnya dari perusahaan untuk membangun familiaritas adalah

mempertahankan *image*. Pedagang sragi selama ini mempertahankan *image* sragi Ngampin dengan proses pembuatan tetap menggunakan alat-alat tradisional yaitu tungku dan periuk kecil dari tanah liat, arang atau kayu sebagai bahan bakarnya, dan tenong sebagai tempat meletakkan sragi yang sudah matang. Inilah rahasia yang tersimpan dari aroma sragi Ngampin yang khas itu. Begitu pentingnya *corporate image* maka perlu dikelola dengan menjaga dan mempertahankan *image*-nya yang dikenal masyarakat luas.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan saat ini semakin populer di kalangan masyarakat dan pelaku bisnis. CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini juga dikembangkan dalam UKM sragi Ngampin Mekar Lestari. Kelompok usaha Mekar Lestari mempunyai dana sosial yang dikumpulkan dari masing-masing anggota. Dana sosial ini nantinya digunakan untuk memberi dukungan dalam kegiatan sosial yang memberikan manfaat positif terhadap masyarakat luas, salah satunya berupa dukungan terhadap bidang keagamaan. Para pelaku usaha sragi selalu mengadakan tradisi jaburan Ramadhan. Jaburan merupakan makanan kecil maupun berat yang dikirim oleh warga ke masjid dan mushola pada saat bulan suci Ramadan. Reputasi dan *image* positif tersebut menjadi modal non finansial utama dan nilai tambah bagi UKM sragi untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable development*). Hal ini dapat menguatkan anggapan bahwa CSR sebagai investasi sosial yang bermanfaat bagi perusahaan untuk jangka panjang, dimana CSR akan

menjadi aset strategis yang dapat digunakan perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif (Wijaya et al., 2015).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Familiarity sangat berperan dalam perkembangan UKM srobi Ngampin. Sejak tahun 1970 sampai sekarang bisa mempertahankan eksistensi produk srobi Ngampin di tengah maraknya produk kuliner. Dengan kata lain, *familiarity* menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. *Familiarity* menyebabkan konsumen memilih produk dalam hal apa yang mereka pikirkan serta tahu dan mengerti. Jadi lingkup penarikan keputusan hanya berdasarkan pada penilaian bahwa produk tersebut telah dikenal sebelumnya. Dalam hal ini perilaku melibatkan aspek kognitif, yang diartikan bagaimana manusia memikirkan sesuatu dan melakukan interpretasi terhadap berbagai pengalaman yang diperoleh dari lingkungan. Peran komunikasi *word of mouth* dan *power of referral* adalah untuk memberikan pengetahuan tentang produk srobi sehingga nantinya konsumen *familiar* dan mempunyai pemahaman yang baik. CSR yang dikembangkan srobi Ngampin mempunyai reputasi dan *image* positif dan menjadi modal non finansial utama serta nilai tambah bagi UKM srobi untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable development*).

Saran

1. Penelitian ini mengkaji pada produk UKM jenis makanan khas Ngampin Ambarawa yaitu srobi. Penelitian selanjutnya bisa diterapkan pada produk UKM lainnya misalnya UKM bandeng presto, lumpia semarang, dan produk kerajinan untuk mengetahui bias *familiarity*.
2. Penelitian ini hanya untuk mengetahui adanya bias *familiarity* pada perkembangan UKM srobi Ngampin Ambarawa, penelitian selanjutnya bisa menambah aspek kognitif lainnya seperti *framing* dan *availability*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of Consumer Expertise. *Journal of Consumer Research*, 13(4), 411. <https://doi.org/10.1086/209080>
- Chira, I., Adams, M., & Thornton, B. (2008). Behavioral Bias Within The Decision Making Process. *Journal of Business & Economics Research*, 6(8), 11–20.

-
- Fox, C. R., & Levav, J. (2000). Familiarity Bias and Belief Reversal in Relative Likelihood Judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(2), 268–292. <https://doi.org/10.1006/obhd.2000.2898>
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of Human Communication : Seventh Edition*. Wadsworth Group, Belmont, California.
- Mahesa, A. R., & Dewi, C. K. (2019). Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Familiarity, dan Religiosity Terhadap Intention Nasabah dalam Menentukan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) pada Bank BTN Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 5999–6011.
- Martin, S. S., & Jimenez, N. H. (2010). The role of country-of-origin , ethnocentrism and animosity in promoting consumer trust . The moderating role of familiarity. *International Business Review*, 19, 34–45. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.10.001>
- Nofsinger, J. R. (2005). *Psychology of Investing*, 2nd Edition. New Jersey: Precentice-Hall Inc.
- Rudjito. (2003). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Strategi Bisnis. Makalah Yang Di Sampaikan Pada Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhanas RI Dengan BRI.
- Wijaya, H. F., Yulianto, E., & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(1), 1–7.

CUSTOMER SATISFACTION MODEL IN FORMING CUSTOMER LOYALTY BASED ON QUALITY SERVICE AND CUSTOMER VALUE OF MAYBANK DEPOSIT CUSTOMERS IN TANGERANG

Jatmiko¹¹

Pandu Setiawan Dwi Putra

Universitas Esa Unggul

Abstract

The main objective of this research is to see the Quality Service and Customer Value models to form Customer Loyalty through Maybank Bank Deposit Customer Service in Tangerang. The sampling technique used was purposive sampling with a non probability sampling method. Respondents are all time deposit customers at Maybank Tangerang with certain conditions. The number of research respondents was 126 with the criteria being at least 17 years old or more, having a minimum deposit savings of 6 months. Instrument quality was tested through validity and reliability tests. The analytical tools used are PET Analysis (path analysis), t test and the coefficient of determination (R^2). The results and findings in this study indicate that Quality Service and Customer Value have an effect on Customer Loyalty deposits at Maybank Tangerang. Quality Service and Customer Value have an effect on Customer Satisfaction on deposits at Maybank Tangerang, and Customer Satisfaction is not proven to be an intervening variable on Customer Loyalty deposits at Maybank Tangerang indicated by the value of the direct effect is much greater than the indirect effect. With a well-controlled Quality Service and Customer Value treatment, it is able to significantly increase Customer Loyalty.

Keywords : Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dunia industri yang semakin pesat serta kemajuan teknologi yang semakin canggih dalam dunia kerja yang bergerak dalam sektor jasa dan pelayanan, seringkali membuat aktivitas masyarakat dalam dunia bisnis semakin padat, apalagi di era yang semakin modern ini. Dengan adanya persaingan yang ketat, maka perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen sangat penting untuk menjaga agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa memberikan penawaran dan kualitas layanan yang lebih baik. Ini berlaku untuk semua perusahaan, tidak terkecuali perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

¹¹jatmiko@esaunggul.ac.id

Berdasarkan data Statistik Perbankan Indonesia pada bulan Januari 2020 dana pihak ketiga bank umum seperti Giro, Tabungan, dan Deposito mencapai 5.941.722 triliun, meningkat 378.560 milyar dibandingkan dengan bulan Januari 2019 yang mencapai 5.563.162 triliun, lalu diperkirakan dana pihak ketiga bank umum akan meningkat lagi karena semakin pesatnya perkembangan industri jasa perbankan.

PT Bank Maybank KCP Citra Raya Tangerang sampai saat ini per Januari 2020 memiliki jumlah nasabah deposito sebanyak 183 nasabah dan Bank Maybank Citra Raya sangat memperhatikan kepuasan para nasabahnya karena kepuasan nasabah sangat penting untuk menjaga agar nasabah tetap loyal. Berikut ini adalah jumlah data nasabah yang mencairkan dana depositonya dari Maybank KCP Citra Raya tahun 2015-2019.

Tabel 1. Persentase Jumlah Nasabah Deposito Yang Mencairkan Dananya

Tahun	Jumlah Nasabah Deposito	Jumlah Nasabah Masuk	Jumlah Nasabah Keluar	Jumlah Nominal Deposito	Persentase
2015	243	6	14	1.625.450.000	5,8%
2016	235	6	16	1.808.650.000	6,8%
2017	225	4	19	2.248.700.000	8,4%
2018	210	8	20	2.547.900.000	9,5%
2019	198	8	23	2.674.600.000	11,6%
Total			92	10.905.300.000	

Sumber : Maybank KCP Citra Raya, 2020

Menjaga loyalitas tidak hanya dilakukan oleh Maybank Indonesia saja, banyak bank yang juga ikut menjaga loyalitas nasabahnya, karena menjaga loyalitas nasabah menjadi cara yang ampuh untuk memupuk dana murah (Info Bank No. 346 Edisi Januari 2007). Tidak heran jika setiap tahun bank-bank mengeluarkan dana yang besar demi mengejar aspek loyalitas nasabah. Berbagai cara telah dilakukan bank untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Memiliki basis nasabah loyal yang besar merupakan harapan bagi semua kalangan perbankan, sebaliknya memiliki basis nasabah yang tidak loyal merupakan hal yang tidak diharapkan bank (Ariyani, 2008).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, kualitas layanan sangat penting bagi industri perbankan, peningkatan kualitas produk, perbaikan sistem informasi yang sesuai dengan kemajuan teknologi, sisi pelayanan fisik maupun non fisik, juga penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah melalui kualitas layanan yang prima. Kualitas layanan dan kepercayaan yang baik akan dapat meningkatkan nilai atau *value* nasabah. *Value* yang

terbaik bisa membuat nasabah merasa puas dan pada akhirnya menjadi loyal (Supriyanto, 2003). Biaya nasabah total adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk dan jasa (Kotler dalam Fajar Laksana, 2008: 9). Sedangkan, menurut (Gale dalam Paliati, 2007) mengatakan bahwa *customer value* merupakan persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing dan akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Loyalitas nasabah yang tinggi menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari nasabah ketika memutuskan untuk menggunakan suatu produk perbankan. Keputusan untuk menggunakan atau menolak suatu produk perbankan muncul setelah nasabah mencoba produk tersebut, kemudian akan timbul rasa suka atau tidak suka terhadap produk tersebut.

TELAAH PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Dharmmesta dan Handoko (2012) berpendapat bahwa perilaku konsumen (consumer behavior) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan penentuan kegiatan tersebut. Kotler dan Keller (2012) berpendapat bahwa Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Model Perilaku Konsumen, menurut Assael (2010) ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli barang atau jasa, yaitu:

1. Konsumen individu
2. Pengaruh lingkungan
3. Penerapan strategi pemasaran

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2012), yaitu:

1. Faktor Budaya terdiri atas budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial terdiri atas kelompok referensi, keluarga, peran, dan status.
3. Faktor pribadi terdiri atas usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup.

Loyalitas Nasabah

Tujuan akhir dari setiap perusahaan adalah memiliki pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Olson (dalam Musanto, 2004), loyalitas konsumen merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.

Menurut (Griffin, 2005) loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli. Konsumen yang loyal adalah orang yang melakukan pembelian berulang produk atau jasa secara teratur, membeli antar lini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari perusahaan lain.

Sedangkan menurut (Tjiptono, 2012) mengemukakan enam indikator yang biasa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu:

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengonsumsi merek tersebut
3. Selalu menyukai merek tersebut
4. Tetap memilih merek tersebut
5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

Adapun manfaat dari loyalitas pelanggan menurut (Griffin, 2005) adalah:

1. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik konsumen yang baru lebih mahal).
2. Dapat mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan).
3. Dapat mengurangi biaya perputaran konsumen atau *turnover* karena pergantian konsumen yang lebih sedikit.
4. Dapat meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.
5. Mendorong getok tular (*word of mouth*) yang lebih positif, dengan asumsi bahwa konsumen yang loyal juga berarti mereka yang puas.
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan seperti biaya penggantian dan lain-lain.

Menurut (Griffin, 2005) ada 8 tahapan loyalitas, yaitu:

1. *Suspect* yaitu semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang atau jasa, tetapi belum memiliki informasi barang atau jasa perusahaan.
2. *Prospects* yaitu orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini walaupun belum melakukan tetapi mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).
3. *First Time Customer* adalah orang yang membeli produk untuk pertama kalinya dan masih dapat berpaling dari produk perusahaan.
4. *Repeat Customer* adalah orang-orang yang telah membeli dari perusahaan sebanyak dua kali atau lebih. Mereka mungkin telah menggunakan dua jenis produk berbeda pada dua waktu yang berbeda.
5. *Client* yaitu semua pelanggan yang telah membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama dan mereka telah memiliki sifat retention.
6. *Advocates*, pada tahap ini *clients* secara aktif mendukung perusahaan tersebut.

Menurut Zulfas Sa'adah (2015:24-26) ada lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen, yaitu:

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

Menurut Jill Griffin (2005: 31) indikator loyalitas ada empat, yaitu:

1. Pembelian berulang secara teratur
2. Pembelian antar lini produk dan jasa
3. Mereferensi kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan daya tarik pesaing

Sedangkan, menurut Tjiptono (2012) dalam Nina Rahmayanty (2013:14) indikator loyalitas konsumen:

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengonsumsi merek tersebut
3. Selalu menyukai merek tersebut
4. Tetap memilih merek tersebut
5. Yakin bahwa merek tersebut terbaik
6. Merekomendasikan merek ke orang lain

Konsumen loyal menunjukkan kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali Jill Griffin (2005:5).

Kepuasan Nasabah

Fornell dan wernefalt (1987; Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1988) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara mempertahankan pelanggan yang dapat diwujudkan melalui kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan serta terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Menurut (Lupiyoadi, 2013) seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Kepuasan pelanggan yang ada pada konsumen saat ini adalah dampak dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen. Seperti yang dikemukakan oleh Oliver (1993) bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian atas fitur produk/jasa yang memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan termasuk *underfulfillment* dan *overfulfillment*. Kepuasan pelanggan didefinisikan oleh Kotler (1997) sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Tjiptono, 2006). Harapan tersebut dijadikan sebagai pegangan atau acuan tiap pelanggan saat hendak melakukan pembelian suatu produk barang atau jasa sekaligus untuk membuktikan apakah produk/jasa yang telah dipilihnya itu sesuai dengan yang dijanjikan produsen atau tidak.

Manfaat Kepuasan Pelanggan (Tjiptono, 2012) mengemukakan bahwa manfaat-manfaat spesifik dari kepuasan pelanggan antara lain:

1. Berpotensi menjadi sumber pendapatan di masa depan, terutama melalui pembelian ulang, *cross seliing* dan *up seliing*.
2. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan pelanggan.
3. Menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
4. Meningkatkan toleransi harga, terutama ketersediaan untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok rekomendasi berjalan positif.
5. Pelanggan cenderung lebih *reseptif* terhadap *product line*, *extensions*, dan *new add-on service* yang ditawarkan perusahaan, serta meningkatkan *burgaining power relative* perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

Menurut (Kotler, 2006) ada beberapa metode yang biasa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggannya, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran
2. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)
3. Analisis pelanggan beralih
4. Survey kepuasan nasabah

Kualitas Layanan

Pengertian Kualitas menurut (Philip Kotler, 2000: 70) adalah ciri atau karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan. Jelas ini definisi yang berpusat pada konsumen, konsumen memiliki kebutuhan dan harapan tertentu. Sedangkan, menurut Goetsch Davis dalam Zulian Yamit (2001: 8), menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan konsumen (Tony Wijaya, 2011: 11).

Kualitas Layanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keistimewaan dan keunggulan suatu produk atau layanan secara keseluruhan (Zeithaml, 2000). Sedangkan, (Tjiptono, 2012) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan nasabah.

Menurut Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry (1988) mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah Service Quality, yaitu:

1. Bukti langsung/wujud (*tangible*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*)

Customer Value

Nilai pelanggan (*customer value*) didefinisikan sebagai perbedaan keuntungan yang di dapat pelanggan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan (Kotler, 2005). Menurut (Buttle, 2007) Nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang keseimbangan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan manfaat tersebut.

Woodruff dalam Mujiharjo (2006) mengatakan bahwa nilai pelanggan adalah sebagai persepsi pelanggan tentang apa yang diinginkan sebagai konsekuensi pemakaian suatu produk yang terjadi pada situasi tertentu yang dapat membantu penawaran barang dan jasa sejalan dengan apa yang menjadi tujuannya. Sedangkan, menurut Zeithaml (1988) nilai pelanggan merupakan keseluruhan penilaian konsumen terhadap kualitas suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap apa yang diterima dan apa yang diberikan. Nilai pelanggan merupakan *perceived worth* dalam bentuk moneter atas rangkaian manfaat ekonomis, teknis, layanan, dan sosial sebagai pertukaran atas harga yang dibayarkan untuk suatu produk dengan mempertimbangkan penawaran dan harga dari pemasok yang tersedia (Anderson *et.al*, 1993).

Butz dan Goodstein (1996), menegaskan bahwa nilai pelanggan adalah ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan memakai produk atau jasa yang dihasilkan pemasok tersebut dan mendapati produk tersebut memberikan nilai tambah.

Menurut Buttle (2007) produsen dapat meningkatkan persepsi pelanggan dengan dua cara, yaitu menambah manfaat yang diterima pelanggan atau mengurangi pengorbanan yang pelanggan berikan. Nilai pelanggan dapat dinilai dari sisi pengorbanan sebagai berikut:

1. Uang (Harga yang ditawarkan)
2. Biaya Pencarian
3. Biaya Fisik

Menurut (Kotler, 2005) Nilai yang dipikirkan pelanggan (*CPV-Customer Perceived value*) adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif lain yang dipikirkan. Holbrook (1994) menyusun tipologi nilai pelanggan berdasarkan tiga dimensi utama, yakni nilai ekstrinsik vs nilai intrinsik, *self oriented value vs other oriented value*, nilai aktif vs nilai reaktif. Berdasarkan ketiga dimensi tersebut, Holbrook (1994) mengidentifikasi delapan tipe nilai pelanggan utama dalam pengalaman konsumsi sebagai berikut:

- | | |
|--|---------------------------------------|
| 1. <i>Efficiency Value</i> (Rasio Output). | 5. <i>Play Value</i> (kesenangan) |
| 2. <i>Excellence Value</i> | 6. <i>Esthetic Value</i> (Keandalan) |
| 3. <i>Political Value</i> (kesuksesan) | 7. <i>Morality Value</i> (kebajikan) |
| 4. <i>Esteem Value</i> (Reputasi) | 8. <i>Spiritual Value</i> (Keyakinan) |

Chua (dalam Tjiptono, 2006), mengadaptasi model persual ke dalam konteks jasa yang terdiri dari lima nilai, yaitu:

1. Nilai fungsional (kinerja/kualitas)
2. Nilai sosial
3. Nilai emosional
4. Nilai interaksi sosial
5. Nilai fungsional

Menurut Sweeney dan Soutar dalam Fandy Tjiptono (2011: 376), dimensi nilai terdiri atas 4 aspek utama yaitu:

1. *Emotional value*, yaitu utilitas yang berasal dari perasaan atau afektif/ emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi produk.
2. *Social value*, yaitu utilitas yang didapatkan dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri-sosial konsumen.
3. *Quality/ performance value*, yakni utilitas yang didapatkan dari produk dikarenakan reduksi jangka pendek dan biaya jangka panjang.
4. *Price value for money*, yakni utilitas yang diperoleh dari persepsi terhadap kualitas dan kinerja yang diharapkan atas produk.

Sedangkan, dimensi nilai pelanggan yang dikemukakan Kotler & Keller (2009:161) adalah sebagai berikut:

1. *Total customer benefit* (manfaat total yang dirasakan pelanggan)
2. *Total customer cost* (biaya total pelanggan)

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai konsumen (Zulfas Sa'adah, 2015: 28-29) yaitu:

1. Lingkungan Makro
2. Inovasi Kompetitif
3. Munculnya pasar baru
4. Situasi penggunaan konsumen

Menurut Kotler (2009:68) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Nilai Produk
2. Nilai Layanan
3. Nilai personal
4. Nilai citra

Sementara itu menurut Best (2008:23) pengorbanan yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh manfaat atas produk atau jasa yang ditawarkan meliputi:

1. Pengorbanan Moneter
2. Pengorbanan Waktu
3. Pengorbanan tenaga
4. Pengorbanan psikologi

Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

H₂: Diduga terdapat pengaruh positif Customer Value terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

H₃: Diduga terdapat pengaruh positif Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

H₄: Diduga terdapat pengaruh positif secara langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

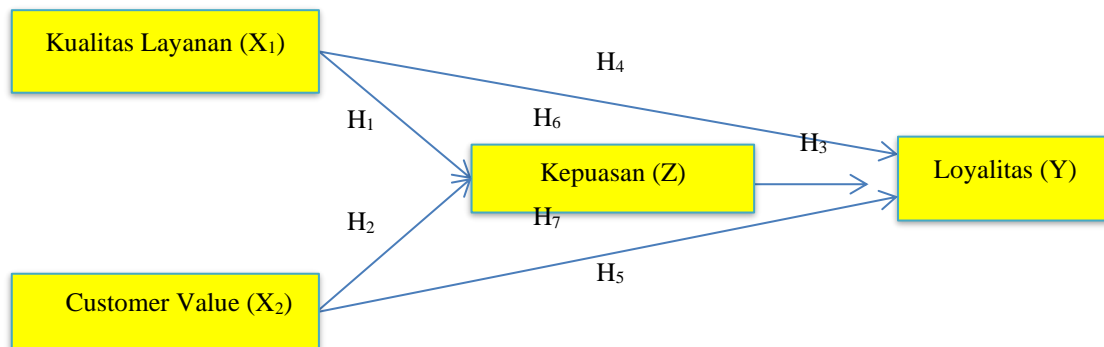
H₅: Diduga terdapat pengaruh positif secara langsung Customer Value terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

H₆: Diduga terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

H₇: Diduga terdapat pengaruh positif Customer Value terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah di PT Bank Maybank Indonesia Tbk, Cabang Citra Raya Tangerang.

Model Penelitian

Pada penelitian ini model penelitian yang digunakan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Data diolah, 2020

Gambar 1. Model Penelitian

METODA

Desain Riset

Desain penelitian sebagai panduan membangun strategi untuk menghasilkan model atau *blue print* penelitian (Sujarweni, 2014). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *assosiatif kausal* yang menjelaskan bahwa variabel independen (X) mempengaruhi variabel

dependen (Y). Variabel dalam penelitian ini antara lain Kualitas Layanan (X_1), *Customer Value* (X_2), Kepuasan (Y), Loyalitas Nasabah (Z).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang dikwantitatifkan diperoleh dari data responden secara langsung melalui kuisisioner, dengan skala *likert*. Data penelitian yang digunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner dari nasabah yang sudah pernah menggunakan atau mempunyai produk deposito di lingkungan Bank Maybank KCP Citra Raya Tangerang.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah deposito PT Bank Maybank Indonesia Tbk Cabang Citra Raya Tangerang yang sudah pernah menggunakan atau mempunyai produk deposito dengan jumlah populasinya sebanyak 183 nasabah.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Pengambilan sampel dilakukan secara *convenience sampling* dan penetapan jumlah sampel dengan rumus *Slovin* kelonggaran 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana : n : ukuran sampel
 N : ukuran populasi
 e : Kelonggaran 5%

$$n = \frac{183}{1 + 183 (0,05)^2} = 125,56 = 126$$

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2014). Melalui kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah yang sudah berusia minimal 17 tahun dikarenakan sudah mampu mengambil keputusan dan memiliki kartu identitas.
2. Nasabah yang memiliki tabungan deposito dengan minimal penempatan 6 bulan di Maybank Citra Raya.

Unit Analisis

Dalam uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini peneliti menggunakan unit analisisnya adalah seluruh nasabah di PT Bank Maybank Indonesia KCP Citra Raya Tangerang dan objek observasinya adalah produk deposito.

Operasional Variabel

1. Kualitas Layanan (X_1)

Menurut Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, (1988) menyatakan bahwa ada 5 faktor dominan dimensi dari kualitas layanan, yaitu: Berwujud (*tangible*); Keandalan (*reliability*); Ketanggapan (*responsiveness*); Jaminan dan Kepastian (*assurance*); Empati (*empathy*)

2. Customer Value (X_2)

Menurut Fandy Tjiptono (2005) menyatakan bahwa ada 4 aspek dimensi utama dari *Customer Value*, yaitu: *Emotional Value*; *Social Value* ; *Quality/Performance Value*; *Price Value for Money*.

3. Kepuasan Nasabah (Z)

Dimensi kepuasan nasabah yang digunakan menurut (Rambat Lupiyoadi, 2008) sebagai berikut: Kesesuaian harapan; Kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi

4. Loyalitas (Y)

Menurut Griffin (2005) dimensi loyalitas yang digunakan sebagai berikut: Pembicaraan mulut ke mulut; Pemakaian produk atau jasa secara terus menerus

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner sehingga diperlukan Uji Validitas, Reliabilitas, dan Uji Asumsi klasik meliputi Normalitas, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan dengan menggunakan korelasi, regresi dan jalur sampai pada variabel dependen terakhir, secara langsung atau melalui variabel intervening (Sugiyono, 2016). Analisis jalur juga memperkirakan besarnya pengaruh antara variabel yang satu terhadap variabel lain dalam suatu hipotesa kausal (Sandjojo, 2011). Uji F, Uji t, Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pada Substruktur Persamaan I ini pengujian dilakukan untuk mengukur pengaruh secara langsung antara variabel pengaruh Kualitas Layanan, *Customer Value* terhadap Kepuasan Nasabah sebagai berikut:

Uji Regresi Sederhana (Uji t)

Berikut disajikan data nilai koefisien uji regresi yang diolah sebagai berikut ini:

Tabel : Hasil Pengolahan Data Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2,095	,785		
1 Kualitas Layanan (X_1)	,222	,038	,516	5,815	,000
Customer Value (X_2)	,147	,049	,268	3,019	,003

a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2020

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Layanan bernilai 0,000. Nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05 dan t hitung yakni 5,815 jauh lebih besar dari nilai t tabel yakni 1,978 atau t hitung > dari t tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh langsung terhadap Kepuasan Nasabah.

Uji Regresi Berganda (Uji f).

Untuk menganalisa pengaruh variabel Kualitas Layanan dan variabel *Customer Value* secara bersamaan terhadap variabel Kepuasan Nasabah :

Tabel : Hasil Pengolahan Data Uji f

ANOVA^a

S Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	627,031	2	313,515	71,225	,000 ^b
1 Residual	541,413	123	4,402		
Total	1168,444	125			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

b. Predictors: (Constant), Customer Value (X₂), Kualitas Layanan (X₁)

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan dan *Customer Value* terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 0,000 dimana nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05 dan f hitung yakni 71,225 jauh lebih besar dibandingkan f tabel yakni 3,07 atau f hitung > f tabel, Kualitas Layanan dan *Customer Value* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Koefisien Deteminasi R² Besarnya pengaruh variabel Kualitas Layanan dan variabel *Customer Value* secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Nasabah dapat dilihat berdasarkan uji determinasi R², seperti data pada tabel dibawah ini yang diolah sebagai berikut:

Tabel : Hasil Pengolahan Data Uji R Kuadrat

Model Summary^b

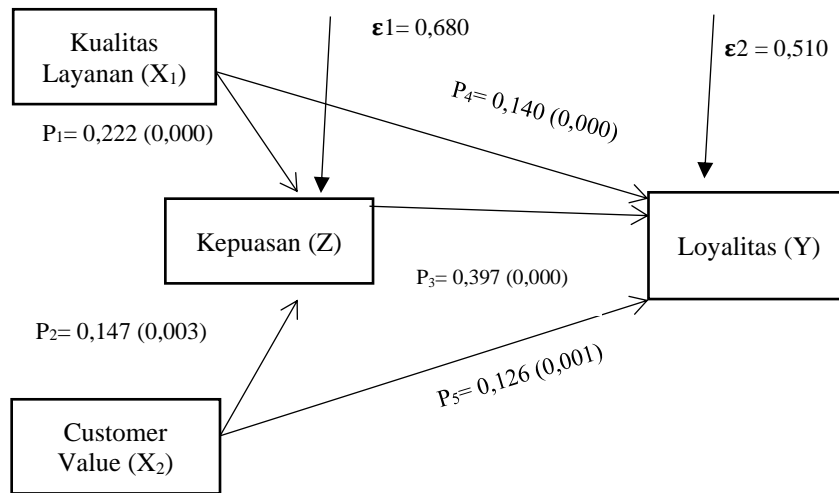
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,733 ^a	,537	,529	2,098

a. Predictors: (Constant), Customer Value (X₂), Kualitas Layanan (X₁)

b. Dependent Variable: Kepuasan (Z)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R square (R²) sebesar 0,537 yang berarti variabel Kualitas Layanan dan variabel *Customer Value* secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 53,7% terhadap variabel Kepuasan Nasabah.

Substruktur Persamaan I dan II



Gambar : Substruktur Persamaan I dan II Analisis Jalur

Persamaan struktural untuk model yang telah tersaji pada gambar 4.11 adalah sebagai berikut:

Substruktural I : Z = $p_{zx_1} + p_{zx_2} + \epsilon_1$
 = $0,222X_1 + 0,147X_2 + 0,680 \epsilon_1$

Substruktural II : Y = $py_{x_1} + py_{x_2} + py_z + \epsilon_2$
 = $0,140X_1 + 0,126X_2 + 0,397YZ + 0,510 \epsilon_2$

Perbedaan dari model analisis jalur tahap pertama dan model analisis jalur tahap kedua. Analisis jalur tahap pertama variabel Kualitas Layanan (X₁) dan Customer Value (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Analisis jalur tahap kedua variabel Kualitas Layanan (X₁), Customer Value (X₂) dan Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Tabel : Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Direct Effect	Indect Effect	Total Effect
X ₁ → Z	0,222	-	0,222
X ₂ → Z	0,147	-	0,147
Z → Y	0,397	-	0,397
X ₁ → Y	0,140	-	0,140
X ₂ → Y	0,126	-	0,126
X ₁ → Z → Y	0,222	0,088	0,310
X ₂ → Z → Y	0,147	0,058	0,205

Sumber: Data yang diolah peneliti, 2020

Pengaruh langsung dan tidak langsung variabel kualitas layanan (X_1) dan *customer value* (X_2) terhadap loyalitas (Y) dengan kepuasan (Z) sebagai variabel intervening sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Z) berdasarkan table diatas diketahui untuk Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z) dengan nilai koefisien sebesar 0,222.
2. Pengaruh langsung *customer value* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Z) berdasarkan table di atas *customer value* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah (Z) dengan nilai koefisien sebesar 0,147.
3. Pengaruh langsung kepuasan nasabah (Z) terhadap loyalitas nasabah (Y) berdasarkan table di atas diketahui Kepuasan nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,397.
4. Pengaruh langsung kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) berdasarkan table di atas Kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,140.
5. Pengaruh langsung *customer value* (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) berdasarkan table di atas *Customer value* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,126.
6. Menghitung koefisien kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan Nasabah. Pengaruh langsung variabel Kualitas Layanan (X_1) terhadap Nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,222. Dan pengaruh langsung variabel Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) yaitu berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,140. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) melalui Kepuasan Nasabah (Z) adalah perkalian antara nilai betha variabel Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) dengan nilai betha variabel Kepuasan Nasabah (Z) terhadap Loyalitas Nasabah (Y), yaitu $\beta X_1 \rightarrow Z \times \beta Z \rightarrow Y = 0,222 \times 0,397 = 0,088$.
7. Menghitung koefisien variabel *customer value* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Pengaruh langsung variabel *Customer Value* (X_2) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,147. Dan pengaruh langsung variabel *Customer Value* (X_2) terhadap terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) yaitu berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai

koefisien sebesar 0,126. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel *Customer Value* (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) melalui Kepuasan Nasabah (Z) adalah perkalian antara nilai betha variabel *Customer Value* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Z) dengan nilai betha variabel Kepuasan Nasabah (Z) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y), yaitu $\beta X_2 \rightarrow Z \times \beta Z \rightarrow Y = 0,147 \times 0,397 = 0,058$.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Kepuasan (Z)

Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan secara langsung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah deposito di Bank Maybank Citra Raya. Berdasarkan hasil yang di dapat dari kuesioner dalam mengukur kualitas layanan yang memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan Bank Maybank Citra Raya sudah sesuai dengan harapan para responden sehingga pengaruhnya terhadap kepuasan responden secara langsung relatif tinggi. Berdasarkan data karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa nasabah deposito Maybank Citra Raya didominasi oleh nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta di usia 20 – 30 tahun, membuktikan bahwa nasabah sebagai karyawan swasta di usia tersebut sudah bisa mengambil keputusan akan kebutuhan menabung atau investasi terhadap produk deposito, sehingga nasabah akan lebih mencermati dari sisi kualitas layanan yang diberikan terhadap tabungan deposito di Bank Maybank Citra Raya.

Jika dilihat dari skala pengukuran nilai indeks, maka hasil menunjukkan yang paling besar dari kualitas layanan deposito Maybank yaitu dimensi Empati (*empathy*) dari indikator dapat memahami kebutuhan dan keinginan setiap nasabah, dimana nilai indeks tertinggi yaitu deposito Maybank dapat memberikan kebutuhan bagi nasabah yang ingin berinvestasi. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan yang diharapkan oleh nasabah terhadap deposito Maybank sudah sesuai, karena bagi nasabah yang sekedar menabung atau berinvestasi jangka panjang pada deposito itu terasa mudah, aman, dan dapat dipercaya. Bila dirasa deposito Maybank dapat memberikan kebutuhan dan keinginan bagi nasabah, maka nasabah pun akan merasa senang menggunakan produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhastomo dan Khasanah (2015) apabila layanan yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan harapan atau melampauinya, maka konsumen akan merasa puas dengan kualitas layanan tersebut, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *Customer Value* (X_2) terhadap Kepuasan (Z)

Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa *customer value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Maybank Citra Raya. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi *Customer Value* maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hubungan signifikan positif terjadi karena sebagian besar nasabah beranggapan, bahwa deposito memiliki banyak *customer value* yang bisa dirasakan oleh nasabah jika digunakan secara maksimal untuk kebutuhan menabung atau berinvestasi. Berdasarkan hasil yang didapat dari kuesioner dalam mengukur pengaruh *customer value* terhadap kepuasan nasabah secara langsung. Berdasarkan data karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa nasabah deposito Maybank Citra Raya didominasi oleh nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta dan memiliki pengeluaran bulanan sebesar Rp 5,000,001 – Rp 10,000,000. Hal itu menjelaskan, dengan responden yang bekerja sebagai karyawan swasta dan memiliki pengeluaran bulanan di rentang tersebut, tentunya akan terbuka dengan adanya *customer value* yang dapat diterima dan dirasakan terhadap tabungan deposito yang mereka miliki di Maybank Citra Raya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Shihab (2015) yang menunjukkan bahwa *customer value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya adalah jika manfaat yang diterima oleh nasabah sama atau lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan, maka nasabah merasa puas dan menggunakan produk atau jasa dari bank tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian survey nasabah deposito terhadap *customer value* mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap produk deposito di Bank Maybank Citra Raya.

Pengaruh Kepuasan (Z) terhadap Variabel Loyalitas (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Maybank Citra Raya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah, dan berlaku sebaliknya. Kepuasan nasabah yang terindikasi oleh berbagai indikator seperti kualitas layanan dan *customer value* pada produk deposito di Bank Maybank Citra Raya. Artinya kepuasan nasabah berperan dalam menciptakan loyalitas nasabah, sehingga Bank Maybank Citra Raya dapat menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan nasabah dalam jangka panjang yang di indikasikan dengan banyaknya nasabah yang telah mempercayakan dan memiliki tabungan deposito. Dengan mengukur pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah didapatkan bahwa pengaruh yang berarti kepuasan nasabah berperan dalam menciptakan loyalitas nasabah. Berdasarkan

data karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa nasabah deposito Maybank Citra Raya didominasi oleh nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta di usia 20 – 30 tahun. Dengan responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta dan berada di kategori umur tersebut, bahwa tingginya kepuasan nasabah tidak menurunkan loyalitas nasabah dikarenakan kepuasan akan mempengaruhi loyalitas dalam menjadi nasabah deposito di Maybank Citra Raya.

Jika dilihat dari skala pengukuran nilai indeks kepuasan, pada dimensi kemudahan dalam bertransaksi yaitu indikator kepuasan memberikan persyaratan yang mudah menunjukkan hasil yang paling besar. Dimana syarat pembukaan rekening deposito yang mudah menjadi faktor dominan dalam kepuasan yang mempengaruhi nasabah memiliki tabungan deposito di Maybank Citra Raya. Hal ini membuktikan bahwa nasabah deposito merasa cukup puas dengan produk deposito yang diberikan Bank Maybank Citra Raya sehingga nasabah melakukan investasi atau menabung melalui deposito Maybank. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aris dan Utama (2015) yang menunjukkan bahwa penelitian survey nasabah terhadap produk atau jasa dimana kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Maybank Citra Raya. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas layanan deposito yang diberikan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah, dan berlaku sebaliknya. Berdasarkan data karakteristik responden dimana mayoritas nasabah deposito bekerja sebagai karyawan swasta dan berada di usia 20 – 30 tahun. Sebagai karyawan swasta yang berada di rentang usia tersebut, nasabah tentu cenderung untuk membandingkan dengan produk pesaing seperti rasa aman dan nyaman, serta suku bunga deposito yang kompetitif dari Maybank. Nasabah deposito beranggapan bahwa layanan deposito yang diberikan Bank Maybank Citra Raya sudah cukup baik, hal itu dibuktikan dengan angka indeks kualitas layanan dengan yang menyatakan Bank Maybank Citra Raya menyediakan fasilitas deposito perpanjangan otomatis (*ARO*), memiliki bukti penempatan rekening deposito, suku bunga kompetitif dan keunggulan yang mempermudah nasabah melakukan investasi atau menabung dengan aman, serta aman. Bila kualitas layanan deposito yang diberikan sudah sesuai harapan nasabah, maka loyalitas nasabah pun akan muncul. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kuntari et al., 2016), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh *Customer Value* (X_2) terhadap Loyalitas (Y)

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *customer value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Maybank Citra Raya. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi *customer value* maka akan meningkatkan loyalitas nasabah, dan berlaku sebaliknya. Jika bank memberikan kenyamanan penggunaan pada produk deposito seperti benefit, fitur, dan biaya yang tepat serta akurat, maka nasabah akan percaya menggunakan jasa atau produk dari Bank Maybank Citra Raya, karena pelayanan dari deposito sesuai dengan biaya dan harapan. Hal itu yang akan meningkatkan nasabah untuk menggunakan jasa atau produk lain di Bank Maybank, sehingga nasabah akan kembali dan menjadi loyal terhadap Bank Citra Raya. Berdasarkan data karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa nasabah deposito Maybank Citra Raya didominasi oleh nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta dan memiliki pengeluaran bulanan sebesar Rp 5,000,001 – Rp 10,000,000. Dengan responden yang bekerja sebagai karyawan swasta dan memiliki pengeluaran bulanan di rentang tersebut sudah bisa mengambil keputusan dan mempunyai jiwa ingin menabung yang cukup tinggi, dengan adanya *customer value* yang didapat seperti benefit, fitur, biaya, kemudahan dalam membuka rekening deposito, informasi yang diberikan tentang deposito jelas, bunga yang diberikan kompetitif, maka otomatis akan meningkatkan rasa loyal nasabah terhadap produk deposito Maybank Citra Raya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhastomo dan Khasanah (2015), yang menyatakan bahwa *customer value* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga *customer value* yang diberikan dalam deposito dapat membuat nasabah loyal terhadap Bank Maybank Citra Raya apabila manfaat yang diterima oleh nasabah sama atau lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan yang harus dikeluarkan akan produk atau jasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian nasabah deposito terhadap *customer value* mempengaruhi loyalitas nasabah pada produk deposito di Bank Maybank Citra Raya.

Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z)

Penelitian ini tidak berhasil membuktikan hipotesis keenam yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan nasabah di Bank Maybank Citra Raya. Berdasarkan nilai untuk pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah secara langsung lebih besar jika di banding dengan menggunakan variabel intervening kepuasan nasabah. Sehingga variabel kepuasan tidak bisa dimanfaatkan sebagai variabel intervening antara kualitas layanan dengan loyalitas

untuk meningkatkan pengaruh totalnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aris Irnandha dan Agung Utama (2015), yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh sebagai variabel intervening antar variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah dalam penelitiannya terhadap pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta.

Pengaruh *Customer Value* (X_1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z)

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *customer value* memiliki pengaruh langsung terhadap Loyalitas lebih besar dibandingkan dengan melalui Kepuasan. Dari hasil analisis data *customer value* nasabah dengan meningkatnya layanan dan manfaat serta meningkatnya bunga yang kompetitif dari produk deposito Mybank Citra Raya, maka nasabah akan semakin senang, nyaman, dan aman dalam berinvestasi atau menabung melalui deposito Maybank. Inilah yang mendorong pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh melalui kepuasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ridwan et al., 2018), yang menunjukkan bahwa *customer value* tidak berpengaruh sebagai variabel intervening antar variabel *customer value* terhadap loyalitas nasabah.

SIMPULAN

Kepuasan (Z) tidak terbukti sebagai variabel intervening dari Kualitas Layanan (X_1) dan Customer Value (X_2) terhadap Loyalitas (Y), karena pengaruh langsung dari Kualitas Layanan dan Customer Value terhadap Loyalitas Konsumen lebih besar daripada melalui Kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Customer Value berperan penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah, terutama :

1. Kualitas Layanan yang dilakukan menciptakan *emphaty* manajemen Maybank terhadap kebutuhan nasabah dalam berinvestasi.
2. Customer Value terutama *price value for money* pada pelayanan deposito Mybank terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.
- Aris, I., & Utama, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal of Business and Management Sciences*, 2(3), 2928–2938.
- Astono, A. D. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Berlian PD. BPR Bank Daerah Pati. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Publikasi *Jurnal Ilmiah Dalam Menyikapi Permenristekdikti RI No.20 Tahun 2017*, 20, 254–269.
- Ayu, K. (2017). Pengaruh Nilai Nasabah, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BJB Syari'ah Cabang Bekasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Barnes, H. A. (2003). *Rheology: Principles, Measurements and Applications*. Powder Technology. [https://doi.org/10.1016/s0032-5910\(96\)90008-x](https://doi.org/10.1016/s0032-5910(96)90008-x)
- Chaniago, A. (2017). Pengaruh Mutu Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1(2), 1–15.
- Dra. Embun Duriyany Soemarso, M. (2010). Analisis Moment Of Truth Dalam Membangun Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Taplus BNI Cabang UNDIP Tembalang - Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 128–165.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty* (Edisi Revi).
- Hilmawan, M. I., & Suryani, A. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Studi Pada Trans Sarbagita. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(4), 254379.
- Irawan, R., & Rachma, N. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI KK Unisma Malang. *E - Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 45–54. www.fe.unisma.ac.id
- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- Iskandar, B. S., & Drs. Sugiono Sugiharto S.E., M. . (2013). Analisa Pengaruh Faktor-faktor Service Quality Terhadap Customer Satisfaction di Restoran Mr . Pancake Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–12.
- Iskandar, V., & Dendy, A. K. (2013). Analisa Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Alex ' s Salon Darmo Park. *Manajemen Perhotelan*, 2010, 204–214.
- Jesus Boavida, A. A. de. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Banco Nacional Comercio Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 3857–3886. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i11.p05>
- Kotler, P. (2006). A Generic Concept of Marketing. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1250977>
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk - Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 36(1), 196–202.
- Kurniawan, I., & Shihab, M. S. (2015). Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah

- Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(2), 199–216.
<https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i2.3349>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667.
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Mukarom, M. S. (2012). Analisis Pengaruh Nilai Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Untuk Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BRI Cabang Pandanaran Semarang). Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, 1, 1–10.
- Mukarom, M. S., & Khasanah, I. (2012). Analisis Pengaruh Nilai Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Untuk Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BRI Cabang Pandanaran Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1, 392–402.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jorunal of Retailing*.
- Pramana, I., & Rastini, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 706–733.
- Rambat Lupiyoadi. (2008). *Pemasaran Jasa*. In *Akademik*. <https://doi.org/10.1177/0300985809357753>
- Ridwan, H., Pusporini, & Samin. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung*, 368.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1). administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Sugiyono. (2016). *Skala pengukuran dan instrumen penelitian. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suhastomo, R., & Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 4, 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sujarweni, W. V. (2014). *Metode dan Teknik Penelitian. Metode Penelitian*.
- Suparmi, & Handhoko, K. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 7(1), 102–112.
<http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/703/6>
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(5), 27–36.
- Tjiptono, F. (2012). *Service management: mewujudkan layanan prima / Fandy Tjiptono. Service Management: Mewujudkan Layanan Prima / Fandy Tjiptono*.
<https://doi.org/10.1519/JPT.0b013e31826e7d33>

- Wibowo, C. A. (2015). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. Program Magister Manajemen, 28-52. <https://doi.org/10.1016/b978-0-08-055739-7.50005-7>
- Willy, R. P. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Hambatan Pindah Terhadap Loyalitas Nasabah PD BPR Bank Bantul. Program Studi Pendidikan Ekonomi, 2. <https://doi.org/10.5897/ERR2015>
- Yuliawati, Y. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studio Jonas Photo. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 16(2), 11. <https://doi.org/10.17509/strategic.v16i2.7072>
- Yunarto, T. S. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Tugurejo Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA SEKTOR PROPERTI DI INDONESIA (Studi Kasus pada PT Alam Sutera Realty TBK)

Maria Magdalena Marwanti¹²

Apriani Dorkas Rambu Atahau

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to analyze the market reaction to the Covid-19 pandemic at PT Alam Sutera TBK, which is assessed by its abnormal return and trading volume activity. This study uses an event study analysis technique based on data from March 3, 2020 as an event date with an observation window of 21 days. Furthermore, market reactions before and after the Covid-19 pandemic were measured by paired sample t-tests. The results showed a significant difference in abnormal returns before and after the Covid-19 pandemic at PT Alam Sutera Tbk and there was no significant difference in trading volume activities before and after the Covid-19 pandemic. This shows that the performance of PT Alam Sutera Tbk was unstable during the Covid-19 pandemic. The implication of this research is the need for companies to maintain their performance by implementing the right strategy.

Keywords: Market Reaction, COVID-19, Abnormal Return, Trading Volume Activity

Abstrak

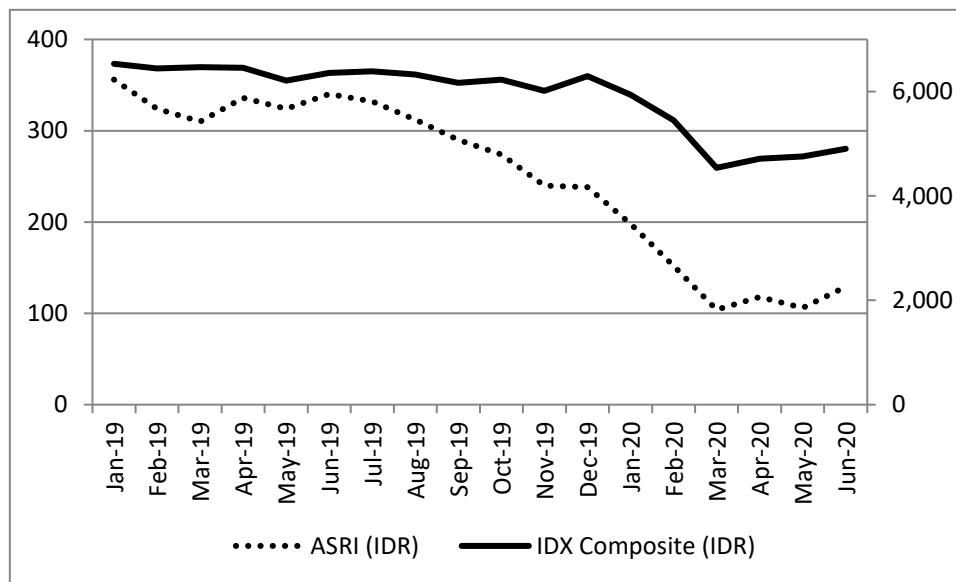
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis reaksi pasar terhadap pandemi covid-19 pada perusahaan PT Alam Sutera TBK, yang diukur dari abnormal return dan trading volume activity. Penelitian ini menggunakan teknik analisis event study berdasarkan data 3 Maret 2020 sebagai tanggal kejadian (event date) dengan jendela pengamatan selama 21 hari. Selanjutnya, reaksi pasar sebelum dan sesudah peristiwa pandemi Covid-19 diukur dengan paired sample t-test. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan abnormal return sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 pada PT Alam Sutera Tbk dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan trading volume activity sebelum dan sesudah pandemi Covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja PT Alam Sutera Tbk tidak stabil saat terjadi pandemi Covid-19. Implikasi penelitian ini adalah perlunya perusahaan mempertahankan kinerjanya dengan menerapkan strategi yang tepat.

Kata kunci: Reaksi Pasar, COVID-19, Abnormal Return, Trading Volume Activity

PENDAHULUAN

Seluruh dunia saat ini sedang menghadapi bencana non alam yaitu pandemi Covid-19. Covid-19 pertama kali masuk ke Indonesia pada bulan Maret 2020, setelah terdeteksi pertama kali pada bulan Desember 2020 di Kota Wuhan, Tiongkok. Pemerintah Indonesia mulai menerapkan kebijakan *social distancing* dan *physical distancing* sejak diumumkannya pandemi Covid-19 masuk ke Indonesia. Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang terjadi di sejumlah kota di Indonesia juga dilakukan dalam upaya mencegah penyebaran virus Covid-19.

Selain berdampak terhadap kesehatan,—*Covid-19* ini juga mempengaruhi perekonomian di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Gambar.1 menunjukkan bahwa IHSG terus mengalami penurunan yang signifikan sejak bulan Desember 2019, puncaknya pada bulan Maret 2020 IHSG berada dalam posisi terendah. Pemberitaan mengenai pandemi *Covid-19* ini menyebabkan keadaan ekonomi menjadi tidak menentu ditandai dengan penurunan IHSG. Penurunan IHSG sejalan dengan penurunan harga saham pada PT Alam Sutera Realty TBK, hal ini terjadi karena sektor properti juga terdampak dengan adanya pandemi ini. Pada situasi saat ini, hanya aset teramanlah yang mampu bertahan pada saat krisis global.



Sumber: Investing.com, diolah

Gambar 1. Pergerakan IHSG dan ASRI

Informasi terkait kondisi pasar perlu diperhatikan investor dalam membeli saham karena dapat berfungsi sebagai sinyal positif maupun sinyal negatif atas reaksi pasar (Damayanti, Larasati, and Hana 2020) yang akan mempengaruhi return saham tersebut. Reaksi pasar atas suatu peristiwa yang terjadi dalam pasar modal tersebut ditunjukkan oleh perubahan pada harga dan volume pada perdagangan saham (Sari, Purnamawati, and Herawati 2017).

Kandungan informasi atas peristiwa-peristiwa yang terjadi di pasar modal dapat dianalisis menggunakan *event study*. *Event study* dimaksudkan untuk melihat reaksi pasar, yang nantinya reaksi tersebut diukur menggunakan variabel *abnormal return* dan *trading volume activity* (Nida, Yoga, and Adityawarman 2020). Investor akan mendapat *abnormal*

return ketika terdapat kandungan informasi pada suatu peristiwa, sebaliknya bila peristiwa tersebut tidak mengandung informasi maka investor tidak akan mendapatkan *abnormal return* atas reaksi pasar tersebut. Sementara itu *trading volume activity* mengukur besarnya likuiditas pada perdagangan saham (Yudiawan and Abundanti 2020). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa informasi terkait suatu peristiwa ketika direspon oleh investor dan berimbas pada perubahan harga di sekuritas akan menyebabkan terjadinya *abnormal return* dan *trading volume activity*.

Penelitian mengenai reaksi pasar modal telah banyak dilakukan, diantaranya Purba and Handayani (2017); Sukmaningrum, Madyan, and Hendratmi (2019); Nida, Yoga, and Adityawarman (2020); Aniswatin, Afifudin, and Junaidi (2020) dan; Yudiawan and Abundanti (2020). Namun, berbagai penelitian tersebut belum ada yang meneliti mengenai reaksi pasar ketika peristiwa pandemi *Covid-19* yang masuk ke Indonesia terhadap sektor properti, mengingat bahwa peristiwa tersebut baru saja terjadi. Sektor properti (dalam penelitian ini adalah PT Alam Sutera Realty TBK) dipilih karena terkena dampak akibat adanya *Covid-19* dan sejauh pengetahuan peneliti belum ada yang menganalisis dampak reaksi pasar pada PT Alam Sutera Realty TBK.

Tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui perbedaan *abnormal return* saham pada periode sebelum dan saat terjadi pandemi, dan perbedaan *trading volume activity* pada periode sebelum dan saat terjadi pandemi pada PT Alam Sutera Realty TBK. Hal ini terjadi karena suatu informasi ketika direspon oleh investor dan berimbas pada perubahan harga di sekuritas akan menyebabkan terjadinya *abnormal return* dan *trading volume activity*. Peneliti berharap nantinya penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk sebagai wawasan dan pengetahuan mengenai dampak reaksi pasar akibat adanya pandemi *Covid-19*, selain itu dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Signaling Theory

Signaling theory membahas mengenai pergerakan harga saham di pasar yang nantinya akan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi. Investor dalam berinvestasi akan menangkap sinyal yang tercermin dari kondisi saham suatu perusahaan apapun informasinya (Silaban and Sedana 2019). Informasi mengenai suatu peristiwa akan memberikan sinyal bagi investor dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan.

Event Study

Event study merupakan penelitian yang melihat dampak dari informasi atas peristiwa maupun pengumuman baik dari makroekonomi maupun corporate action terhadap harga saham (Sukmaningrum, Madyan, and Hendratmi 2019). Peristiwa yang mengandung informasi akan memberi respon kepada investor yang nantinya akan mempengaruhi harga saham.

Abnormal Return

Selisih dari *return* sesungguhnya yang terjadi dengan *expected return* disebut dengan *abnormal return* (Purba and Handayani 2017). Selisih *return* dikatakan positif apabila *return* yang didapatkan lebih besar daripada *return* yang diharapkan. Sebaliknya, dikatakan negatif jika *return* yang didapat lebih sedikit daripada *return* yang diharapkan.

Trading Volume Activity

Menurut Avita, Hidayati, and Mahsuni (2020) volume perdagangan saham (*trading volume activity*) merupakan jumlah saham yang diperdagangkan pada satu hari perdagangan. Pengujian menggunakan pendekatan volume perdagangan saham ini dapat digunakan untuk menguji hipotesis pasar, namun yang hanya dapat dilihat merupakan respon pasar modal dari pergerakan. Perubahan harga belum tentu mencerminkan informasi yang ada.

Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)

Kebocoran informasi yang menyebabkan pasar Berea kasi sebelum informasi tersebut diumumkan dapat menyebabkan terjadinya *abnormal return*. Kenaikan *abnormal return* terjadi apabila peristiwa tersebut mengandung informasi yang baik, namun jika suatu informasi mengandung informasi yang buruk maka akan terjadi penurunan *abnormal return*. Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat perbedaan *Abnormal Return* yang signifikan sebelum dan saat terjadi pandemi *Covid-19* pada PT Alam Sutera Realty TBK.

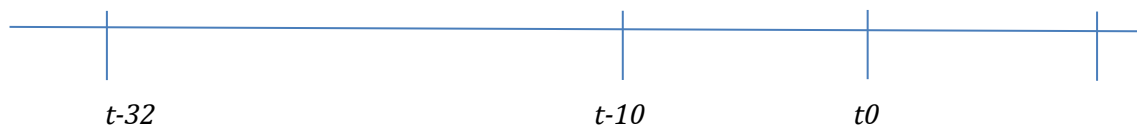
Untuk mengetahui reaksi pasar ataupun peristiwa kita dapat menggunakan *trading volume activity* dengan cara membandingkan jumlah saham yang diperdagangkan dengan jumlah saham yang beredar dalam waktu tertentu. Suatu peristiwa mengandung informasi ketika jumlah lembar saham yang diperdagangkan lebih kecil ketika suatu *event*, hal ini terjadi karena adanya informasi yang buruk dari suatu peristiwa. Volume perdagangan saham menunjukkan jumlah saham emiten yang ditransaksikan dengan tingkat harga yang disepakati. Perubahan volume perdagangan atas suatu peristiwa dapat dilihat dari aktivitas

perdagangan saham Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat perbedaan *Trading Volume Activity* yang signifikan sebelum dan saat terjadi pandemi Covid-19 pada PT Alam Sutera Realty TBK.

METODA

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *event study* yang digunakan untuk mengetahui reaksi pasar atas pandemi *covid-19* dengan melihat *abnormal return* dan *trading volume activity*. Data penelitian diperoleh dari investing.com dan Bursa Efek Indonesia. Periode penelitian ini dimulai 3 Januari 2020 sampai 17 Maret 2020. *Abnormal return* merupakan variabel dependen sedangkan *trading volume activity* merupakan variabel independen dalam penelitian ini.



Gambar 2. Event Window

t+10

Keterangan:

1. t-32 hingga t-10 adalah periode estimasi
2. t-10 hingga t+10 adalah periode kejadian
3. t-10 merupakan 10 hari perdagangan saham sebelum pandemi Covid-19 di Indonesia
4. t0 merupakan *event day* sebagai tanggal kejadian peristiwa saat pandemi Covid-19 di Indonesia.
5. t+10 adalah 10 hari perdagangan saham setelah terjadi setelah pandemi Covid-19 di Indonesia.

Perhitungan *actual return* dapat diperoleh dengan persamaan:

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}}$$

Dimana: $R_{i,t}$ adalah *actual return* saham i pada waktu t ; $P_{i,t}$ adalah harga saham i pada waktu t ; $P_{i,t-1}$ adalah harga saham pada waktu $t-1$

Perhitungan *markets return* dapat diperoleh dengan persamaan:

$$R_{m,t} = \frac{IHS_{Gt} - IHS_{Gt-1}}{P_{i,t-1}}$$

Dimana: R_{mt} adalah *return market* saham pada waktu t ; $IHSG_t$ adalah *IHSG* pada waktu t ; $IHSG_{t-1}$ adalah *IHSG* pada waktu $t-1$

Perhitungan *expected return* dapat diperoleh dengan persamaan:

$$E(R_{it}) = \alpha + \beta R_{mt}$$

Dimana: $E(R_{it})$ adalah *expected return* saham i pada waktu t ; α adalah keuntungan bebas risiko pada waktu t ; β adalah risiko sistematis pada waktu t

Perhitungan *abnormal return* dapat diperoleh dengan persamaan:

$$AR_{it} = R_{it} - E(R_{it})$$

Dimana: AR_{it} adalah *abnormal return* saham i pada saat t ; R_{it} adalah *return* saham i pada saat t ; $E(R_{it})$ adalah *expected return* saham i pada saat t

Perhitungan *trading volume activity* diperoleh dengan persamaan:

$$TVA = \frac{\text{Jumlah saham perusahaan-}i \text{ yang diperdagangkan pada hari ke-}t}{\text{Jumlah saham perusahaan-}i \text{ yang beredar pada hari ke-}t}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan *abnormal return* saham sebelum dan setelah pandemi *Covid-19* pada PT Alam Sutera Realty TBK. Berikut hasil pengolahan data *abnormal return* sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19* ditunjukkan oleh Tabel 1.

Tabel 1 Hasil Perhitungan Abnormal Return

Tanggal	ARt Sebelum Covid-19	Tanggal	ARt Sesudah Covid-19
$t-10$.0171572	$t+1$.0635515
$t-9$.0098537	$t+2$.0097616
$t-8$	-.0151621	$t+3$.0256106
$t-7$.0129165	$t+4$.0545606
$t-6$.0176428	$t+5$.0380084
$t-5$.0063603	$t+6$.0289409
$t-4$.0195449	$t+7$.0925748
$t-3$	-.0247838	$t+8$	-.0675100
$t-2$.0072811	$t+9$.0364731
$t-1$	-.0107722	$t+10$.0284681
Rata-rata	.004003832	Rata-rata	.031043951
ARt Sebelum		ARt Sesudah	

Setelah melakukan perhitungan *abnormal return* maka akan diperoleh rata-rata *abnormal return* sebelum dan saat pandemi terjadi. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian statistik uji t untuk melihat ada tidaknya perbedaan *abnormal return* sebelum dan sesudah pandemi covid-19. Berikut merupakan hasil uji T yang ditunjukkan oleh Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Perbandingan Uji t *Abnormal Return* Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19

Paired Samples Test			
	t	df	Signifikansi
Sebelum Pandemi	-2.748	9	0.023
Sesudah Pandemi			

Pada tabel 1 menunjukkan kemungkinan terjadi reaksi pasar sebelum dan setelah pandemi *Covid-19*. Jika dilihat dari rata-rata *abnormal return* saham sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19* terjadi kenaikan. Namun jika dilihat dari Tabel 2 hasil perhitungan *abnormal return* secara statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *abnormal return* sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19* secara signifikan. Dapat dilihat dari tabel uji t paired samples test, nilai p-value atau signifikansi uji t sebesar 0.023 dan lebih kecil dari standar signifikansi 0.05. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah terdapat perbedaan yang signifikan antara *abnormal return* sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19*. Sehingga dalam penelitian ini H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya hipotesis dalam penelitian diterima.

Hasil Pengujian Hipotesis 2

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat perbedaan *trading volume activity* saham sebelum dan setelah pandemi Covid-19 pada PT Alam Sutera Realty TBK. Berikut hasil pengolahan data *trading volume activity* sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 ditunjukkan oleh Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Perhitungan *Trading Volume Activity*

Tanggal	TVA Sebelum Covid-19	Tanggal	TVA Sesudah Covid-19
<i>t-10</i>	.000497923	<i>t+1</i>	.000584241
<i>t-9</i>	.000340891	<i>t+2</i>	.000218785
<i>t-8</i>	.000155883	<i>t+3</i>	.000230831
<i>t-7</i>	.000221040	<i>t+4</i>	.000536291
<i>t-6</i>	.000195772	<i>t+5</i>	.000222205
<i>t-5</i>	.000224582	<i>t+6</i>	.000397274
<i>t-4</i>	.000208225	<i>t+7</i>	.001221680
<i>t-3</i>	.000439061	<i>t+8</i>	.000262507
<i>t-2</i>	.001438002	<i>t+9</i>	.000408496
<i>t-1</i>	.000396180	<i>t+10</i>	.000232185
Rata-rata	.00041175590	Rata-rata	.00043144950
TVA Sebelum		TVA Sesudah	

Setelah melakukan perhitungan *trading volume activity* maka akan diperoleh rata-rata *trading volume activity* sebelum dan sesudah pandemi *Covid-19*. Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian statistik uji t untuk melihat ada tidaknya perbedaan *trading volume activity* sebelum dan sesudah pandemi *covid-19*. Berikut merupakan hasil uji T yang ditunjukkan oleh Tabel 4.

Tabel 4 Hasil Perbandingan Uji t *Trading Volume Activity* Sebelum dan Setelah Pandemi Covid-19

Paired Samples Test			
	t	Df	Signifikansi
Sebelum Pandemi	- 0.123	9	0.905
Sesudah Pandemi			

Hasil uji t pada tabel 4 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *trading volume activity* 10 hari sebelum dan 10 hari setelah pandemi *Covid-19*. Pembuktian tersebut dilihat melalui hasil uji t dimana nilai signifikansi sebesar 0.905 yang artinya lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0.05. Sehingga pada penelitian ini H0 diterima dan H2 ditolak artinya hipotesis penelitian ditolak.

PEMBAHASAN

Reaksi Pasar Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 Yang Ditunjukkan Dengan Adanya *Abnormal Return*

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada *abnormal return* sebelum dan sesudah pandemi Covid-19, dilihat secara statistik menunjukkan terdapat reaksi atas pandemi tersebut hal ini dikarenakan nilai sig lebih kecil dari 0.05. *Abnormal return* yang memiliki nilai negatif pada sebelum peristiwa yaitu pada waktu t-1, t-3, t-8. *Abnormal return* setelah peristiwa yang bernilai negatif yaitu pada waktu t+8.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Regina, Pondaag, dan Mangantar (2020) yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan *abnormal return* sebelum dan sesudah peristiwa China's Black Monday. Selain itu didukung dengan penelitian Kango, Saerang, and Mangantar (2020) yang mengatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah peristiwa pelantikan kabinet Indonesia Maju pada perusahaan BUMN di BEI.

Reaksi Pasar Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19 Yang Ditunjukkan Dengan Adanya *Trading Volume Activity*

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada *trading volume activity* sebelum dan sesudah pandemi Covid-19, hal ini dikarenakan nilai sig lebih besar dari 0.05. Oleh sebab itu pandemi Covid-19 dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap likuiditas saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Pamungkas, Maslichah, dan Junaidi (2020) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan *trading volume activity* sebelum dan sesudah peristiwa pengumuman pemindahan ibu kota. Selain itu didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Avita, Hidayati, dan Mahsuni (2020) yang mengatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan *trading volume activity* sebelum dan sesudah peristiwa gempa bumi di Lombok.

Berdasarkan hasil analisis mengenai *abnormal return* dan *trading volume activity* sebelum dan sesudah pandemi memberikan dugaan bahwa informasi mengenai adanya pandemi Covid-19 memberikan informasi terhadap investor sehingga terjadi perbedaan *abnormal return*, selain itu investor sudah mengetahui mengenai informasi pandemi mengingat Covid-19 sudah terlebih dahulu menyerang negara lain sebelum Indonesia sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan *trading volume activity* sebelum dan

sesudah pandemi Covid-19. Adanya pandemi Covid-19 ini menunjukkan bahwa saat ini kinerja PT. Alam Sutera TBK dalam kondisi yang tidak stabil

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *abnormal return* dan *trading volume activity* sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 pada PT Alam Sutera TBK. Disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *abnormal return* sebelum dan setelah pandemi Covid-19. Rata-rata *abnormal return* saham lebih tinggi setelah pandemi Covid-19 jika dibandingkan dengan rata-rata *abnormal return* sebelum pandemi Covid-19. Selanjutnya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *trading volume activity* saham sebelum dan setelah pandemi Covid-19. Rata-rata *trading volume activity* saham lebih tinggi setelah pandemi Covid-19 jika dibandingkan dengan rata-rata *trading volume activity* sebelum pandemi Covid-19.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terdapat banyak perusahaan yang masuk dalam industri properti namun pada penelitian ini hanya berfokus pada PT. Alam Sutera TBK, sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan keseluruhan industri lain sehingga data yang diperoleh lebih akurat. Diharapkan dengan adanya penelitian ini investor dapat mempertimbangkan keputusannya dalam melakukan investasi dengan melihat reaksi pasar terhadap suatu peristiwa, bagi perusahaan penelitian ini dapat mempertahankan kinerjanya dengan menerapkan strategi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aniswatin, Afifudin, and Junaidi. 2020. "Reaksi Pasar Modal Indonesia Terhadap Pengumuman Pemindahan Ibukota (Studi Empiris Pada Perusahaan Property & Real Estate Yang Listing Di BEI)." *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 09 (02): 47-57.
- Avita, Tica Aditya, Nur Hidayati, and Abdul Wahid Mahsuni. 2020. "Pengaruh Reaksi Pasar Modal & Peristiwa Gempa Bumi Di Lombok Terhadap Abnormal Return & Volume Perdagangan Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI." *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* 09 (12): 46-56.
- Damayanti, Ely, Rahayu Dewi Larasati, and Kharis Fadlullah Hana. 2020. "Reaksi Pasar Modal Indonesia Terhadap Pengumuman Indonesia Sebagai Negara Maju." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2 (1): 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.46918/point.v2i1.500>.
- Kango, Abdullah, S. Ivonne Saerang, and Maryam Mangantar. 2020. "Analisis Reaksi Pasar Sebelum Dan Sesudah Pelantikan Kabinet Indonesia Maju Pada Perusahaan Bumn Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 7 (3): 368-78.
- Nida, Desak Ruric Pradnya Paramitha, I Gusti Agung Prama Yoga, and I Made Gandhi Adityawarman. 2020. "Analisis Reaksi Pasar Modal Terhadap Peristiwa Pemilu Serentak Tahun 2019."

- WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan 4 (1): 64-73.
<https://doi.org/10.22225/wicaksana.4.1.1813.64-73>.
- Pamungkas, Rizal Aji, Maslichah, and Junaidi. 2020. "REAKSI PASAR MODAL INDONESIA TERHADAP PENGUMUMAN PEMINDAHAN IBUKOTA (Studi Empiris Pada Perusahaan Property & Real Estate Yang Listing Di BEI)." *E-Jra* 09: 47-57.
- Purba, Fransisko, and Siti Handayani. 2017. "Analisis Perbedaan Reaksi Pasar Modal Indonesia Sebelum Dan Sesudah Peristiwa Non Ekonomi (Studi Pada Peristiwa Politik Pilkada DKI Jakarta 2017 Putaran Kedua)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 51 (1): 115-23.
- Regina, Gracia, Miranda Pondaag, and Maryam Mangantar. 2020. "Analisis Reaksi Pasar Modal Indonesia Terhadap Krisis Finansial Global (Studi Kasus China'S Black Monday)." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)* 7 (2): 272-85.
- Sari, Ni Putu Tila Permata, Gusti Ayu Purnamawati, and Nyoman Trisna Herawati. 2017. "Analisis Komparatif Saham Lq45 Sebelum Dan Sesudah Pilpres Amerika Serikat 2016." *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi S1)* 7 (1). <https://doi.org/10.23887/jimat.v7i1.10057>.
- Silaban, Dame Prawira, and I.B Panji Sedana. 2019. "Reaksi Pasar Modal Indonesia Terhadap Kemenangan Donald Trump Pada Pilpres 2016 Di Amerika Serikat." *Buletin Studi Ekonomi* 23 (1): 92-107. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/47064>.
- Sukmaningrum, Puji Sucia, Muhammad Madyan, and Achsanah Hendratmi. 2019. "Reaksi Pasar Saham Yang Terdaftar Dalam Jakarta Islamic Index (Jii) Terhadap Pengumuman Penetapan Gubernur Dki Jakarta Tahun 2017." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)* 5 (1): 1. <https://doi.org/10.20473/jebis.v5i1.10087>.
- Yudiawan, Putu Agus, and Nyoman Abundanti. 2020. "Reaksi Pasar Terhadap Peristiwa Pemilihan Presiden Tahun 2019 Di Bursa Efek Indonesia." *E-Jurnal Manajemen* 9 (2): 799-818. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p20> ISSN.

DAMPAK WORK-LIFE BALANCE, KARAKTERISTIK INDIVIDU, KARAKTERISTIK PEKERJAAN DAN KARATERISTIK ORGANISASI TERHADAP KEPUASAAN KERJA KARYAWAN/PEKERJA WANITA

Rojuaniah¹³

Tuwiyem

Universitas Esa Unggul

Abstract

Most of the employees / workers in Indonesia are married women who have dual responsibilities as housewives and as workers. This study aims to determine the effect of Work-Life Balance (WLB), individual characteristics, job characteristics and organizational characteristics on job satisfaction among female employees. The population in this study were married female employees at PT.TASPEN (PERSERO) in the Central Jakarta area. The samples in this study were 86 respondents. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that Work-Life Balance (WLB) affects job satisfaction. Women who can balance work and personal life can increase job satisfaction. Individual characteristics such as abilities, interests, values and attitudes, job characteristics in the form of skill diversity, identity and task significance, autonomy and feedback affect job satisfaction. Organizational characteristics, namely policies, structure and organizational climate affect job satisfaction of female employees.

Keywords: Work Life Balance (WLB), Individual Characteristics, Job Characteristics, Organizational Characteristics, Employee Job Satisfaction

Abstrak

Karyawan/pekerja di Indonesia sebagian besar merupakan wanita yang sudah berumah tangga yang mempunyai tanggung jawab ganda sebagai ibu rumah tangga dan sebagai pekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Work-Life Balance (WLB), karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karateristik organisasi terhadap kepuasan kerja pada karyawan wanita. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan wanita yang sudah menikah pada PT.TASPEN (PERSERO) di Wilayah Jakarta Pusat, pengambilan sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Work-Life Balance (WLB) mempengaruhi kepuasan kerja. Wanita yang dapat menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan pribadinya dapat meningkatkan kepuasan kerjanya. Karakteristik individu berupa kemampuan, minat, nilai dan sikap, karakteristik pekerjaan berupa keragaman ketrampilan, identitas dan signifikansi tugas, otonomi serta umpan balik berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Karakteristik organisasi yaitu kebijakan, struktur dan iklim organisasi mempengaruhi kepuasan kerja karyawan wanita.

Kata Kunci : Work Life Balance (WLB), Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, Karateristik Organisasi, Kepuasan Kerja Karyawan

¹³rojuaniah@esaunggul.ac.id

PENDAHULUAN

Karyawan merupakan sumber daya manusia atau aset perusahaan yang sangat penting bagi setiap perusahaan. Karena peran pentingnya dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Pengelolaan sumber daya dengan baik tentunya akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan. Setiap perusahaan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh setiap manajemen puncak. Tujuan perusahaan adalah mencakup pertumbuhan laba dan profit semaksimal mungkin, produktifitas, dan kesejahteraan karyawan. Untuk mencapai tujuan tersebut salah satu faktor yang penting adalah sumber daya manusia (SDM) sumber daya manusia merupakan faktor terpenting dalam setiap organisasi, baik yang berskala besar maupun yang berskala kecil. Perkembangan perusahaan ditunjang oleh adanya sumber daya manusia yang berkualitas. Namun permasalahan yang dihadapi manajemen bukan hanya terdapat pada bahan mentah, alat-alat kerja, mesin-mesin produksi, uang dan lingkungan kerja saja tetapi juga menyangkut karyawan (SDM) yang memegang peran penting sebagai pengelola faktor-faktor produksi lainnya.

Dalam mendukung kinerja perusahaan maka perusahaan harus memperhatikan kepuasan kerja karyawannya. Diharapkan dengan kepuasan yang meningkat, maka profit yang dihasilkan perusahaan akan meingkat pula, dengan peningkatan profit maka pertumbuhan dan keberlangsungan perusahaan akan tercapai.

Teknologi informasi dan komunikasi telah merangsang perubahan hubungan antar bangsa yang tidak bisa lagi dibatasi dengan tembok tapal batas suatu negara. Globalisasi telah muncul sebagai fenomena baru yang telah dilahirkan oleh kemajuan jaman. Di bidang perekonomian hal ini membawa dampak yang cukup besar bagi industri-industri di Indonesia baik itu industri perdagangan, manufaktur maupun jasa. Kondisi tersebut menuntut semua organisasi atau perusahaan untuk senantiasa melakukan berbagai inovasi guna mengantisipasi adanya persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan sejenis. Organisasi di abad-21 seperti saat ini dituntut untuk mempunyai keunggulan bersaing baik dalam hal kualitas produk, servis, biaya maupun sumber daya manusia yang profesional. Untuk mewujudkan hal tersebut sumber daya manusia memegang peranan yang penting dan perlu mendapat perhatian dan pengkajian yang lebih dalam, karena bagaimanapun juga manusialah yang akhirnya menentukan dan memprediksikan keberhasilan atau kegagalan suatu kebijaksanaan, strategi, maupun langkah-langkah kegiatan operasional yang siap dilaksanakan.

Kepuasan kerja bagi karyawan tentunya dipengaruhi oleh banyak variabel dan faktor, diantaranya adalah variabel karakter individu karyawan, karakter pekerjaan yang berhubungan dengan pekerjaan karyawan, karakter organisasi merupakan variabel lain yang ikut berkaitan, karena lingkungan organisasi tempat karyawan bekerja tentu memberi dampak pada kepuasan kerja karyawan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tumewu et al., (2014) dan Kardilla et al., (2016) yang menyatakan bahwa karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik organisasi berkaitan dengan kepuasan kerja. Dan juga variabel lain yang berkaitan adalah variabel Work-Life Balance, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Adikaram (2016), Ganapathi (2016) yang mengatakan bahwa Work-Life Balance berkaitan terhadap kepuasan kerja karyawan. Penelitian Ramadhani (2012) yang mengemukakan bahwa keseimbangan antara hidup dan kerja atau work-life balance merupakan penentu utama kesuksesan dan kepuasan bagi karyawan. Menurut Herregel (1996), ada terdapat hubungan pengaruh antara karakteristik individu dengan kepuasan kerja dimana karakteristik individu berupa kemampuan (*ability*), nilai (*value*), sikap (*attitude*) dan minat (*interest*) yang merupakan sikap yang membuat seseorang merasa senang pada situasi objek atau ide-ide tertentu dapat meningkatkan kepuasan individu dalam bekerja. Semakin tinggi tingkat kemampuan, sikap yang baik dan tingginya minat pegawai terhadap pekerjaannya akan makin tinggi kepuasan terhadap pekerjaannya (Yuliarso, dkk.,2013).

Penelitian tentang Work-Life Balance, karakteristik pekerjaan, karakteristik individu dan karakteristik organisasi yang dikaitkan dengan kepuasan kerja karyawan sudah banyak dilakukan namun masih sedikit yang menggabungkan ke lima variabel tersebut dalam penelitian pada suatu perusahaan asuransi khususnya PT TASPEN.

PT TASPEN (Tabungan Asuransi Pegawai Negeri) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan non perbankan khususnya yang berkaitan dengan dana pensiun, asuransi bagi para pegawai negeri (PNS) dan Tabungan Hari Tua (THT). Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan BUMN yang memiliki sumber daya manusia sebagai aset penting penunjang keberlangsungan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh Work-Life Balance, karakteristik pekerjaan, karakteristik individu dan karakteristik organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan dari PT. TASPEN.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Kepuasan kerja (*job satisfaction*) menurut Robbins dan Judge (2017) adalah suatu perasaan positif tentang pekerjaan, yang dihasilkan dari suatu evaluasi dari karakteristik-karakteristiknya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki perasaan yang positif mengenai pekerjaannya, sedangkan seseorang dengan level yang rendah memiliki perasaan yang negatif. Sedangkan menurut Handoko (2008) kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan atas suatu pekerjaan. Kemudian Luthans (2016) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosi yang senang atau emosi positif yang berasal dari penilaian pekerjaan atau pengalaman kerja seseorang. Sedangkan menurut Rivai (2014) kepuasan kerja merupakan sesuatu yang bersifat individual. Setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Makin tinggi penilaian terhadap kegiatan dirasakan sesuai dengan keinginan individu maka makin tinggi kepuasan terhadap kegiatan tersebut. Dengan demikian kepuasan merupakan evaluasi yang menggambarkan seseorang atas perasaan sikapnya senang atau tidak senang puas atau tidak puas dalam bekerja. Menurut Sutrisno (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah 1) Faktor psikologi, merupakan faktor yang berhubungan dengan kejiwaan karyawan yang meliputi minat, ketenteraman dalam kerja, dan kehadiran; 2) Faktor sosial, merupakan faktor yang berhubungan dengan interaksi sosial baik sesama karyawan, dengan atasannya, maupun karyawan yang berbeda jenis pekerjaannya; 3) Faktor fisik, merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik lingkungan kerja dan kondisi fisik karyawan, meliputi: jenis pekerjaan, pengaturan waktu kerja dan waktu istirahat, perlengkapan kerja, keadaan ruangan, suhu penerangan, pertukaran udara, kondisi kesehatan karyawan, umur dan sebagainya; dan 4) Faktor finansial, merupakan faktor yang berhubungan dengan jaminan serta kesejahteraan karyawan yang meliputi sistem dan besarnya gaji, jaminan sosial, macam-macam tunjangan, fasilitas yang diberikan, promosi, dan sebagainya.

Pilihan menjadi wanita karir telah menjadi fenomena bagi kebanyakan wanita. Permasalahan wanita karir bukan lagi terletak pada, apakah dia harus memilih menjadi wanita karir atau menjadi ibu rumah tangga? Kini, permasalahan yang lebih aktual untuk dijawab adalah apakah peran kaum wanita sebagai ibu rumah tangga tetap dijalankan secara optimal ketika memutuskan untuk membina karir ?, Oleh karena itu keseimbangan antara kehidupan kerja dengan kehidupan pribadi (*Work-Life Balance*) sangat penting.

Menurut Robbins dan Judge (2017) karyawan yang telah menikah pada jaman sekarang biasanya merupakan bagian dari pasangan yang berkarir rangkap. Hal ini semakin mempersulit karyawan wanita yang telah menikah untuk mencari waktu guna memenuhi komitmen terhadap rumah, pasangan, anak-anak, orang tua dan teman. Menurut Gambles (2006) dalam Kim (2014) *Work-life Balance (WLB)* adalah sebuah tantangan untuk mengombinasikan pekerjaan dengan bagian-bagian lain dalam kehidupan dan aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan, hubungan sosial, dan kesenangan pribadi perlu untuk diseimbangkan. Greenhaus dan callaegues (2003) dalam Anuradha dan pandey (2016) mendefinisikan *Work-Life Balance (WLB)* dengan Sejauh mana seseorang memiliki hak untuk terlibat dan memiliki statisfed yang sama dengan peran pekerjaan dan peran keluarganya. McDonald dan Bradley (2005) menyatakan indikator *Work-Life Balance (WLB)* terdiri dari tiga komponen yaitu keseimbangan waktu, keseimbangan penyatuan psikologis/keterlibatan dan keseimbangan kepuasan. Penelitian Herlambang, H. C., & Murniningsih, R. (2019) menunjukkan bahwa *work life balance* berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja secara langsung. Sejalan dengan penelitian Agha, K., Azmi, F. T., & Irfan, A. (2017) yang menyatakan bahwa peningkatan keseimbangan kehidupan pribadi memiliki hubungan positif dengan kepuasan kerja.

Individu merupakan sesuatu yang unik. Masing-masing individu memiliki karakteristik dan atau ciri khas tersendiri. Karakteristik dan atau ciri khas yang ada pada individu inilah yang membedakan anatara individu yang satu dengan individu yang lain. Karakteristik tersebut ada yang terbentuk sejak lahir dan ada yang terbentuk sebagai akibat pergaulan dan belajar. Menurut Rachmawati (2013) perbedaan individu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, tak terkecuali pada saat berada di lingkungan kerja. Karakteristik individu yang beraneka ragam menyebabkan kemampuan yang berbeda pula, untuk itu, perusahaan perlu mengetahui karakteristik karyawannya. Karakteristik individu menurut Thoha (2003) adalah prilaku atau karakter yang ada pada diri seorang karyawan baik bersifat positif maupun negatif. Sedangkan menurut Ratih dan Hurriyati (2005) mendefinisikan karakteristik individu sebagai suatu proses psikologi yang mempengaruhi individu dalam memperoleh, mengkonsumsi serta menerima barang dan jasa serta pengalaman. Menurut Sunarto (2008) faktor-faktor pembentuk karakteristik individu adalah karakteristik bawaan yang merupakan karakteristik keturunan yang dimiliki sejak individu lahir, misalnya faktor biologis dan karakteristik yang dipengaruhi oleh lingkungan, misalnya faktor sosial psikologis. Sedangkan menurut Subini (2012) faktor-faktor yang

mempengaruhi karakteristik dan kemampuan seseorang adalah faktor status sosial keluarga; faktor budaya; faktor praktek mendidik anak; faktor urutan kelahiran; faktor latar belakang keluarga. Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik individu dapat berasal dari keturunan atau bawaan dari lahir, disisi lain lingkungan juga berperan dalam membentuk karakteristik seseorang. Terkait mengenai kepuasan kerja menurut Okpara (2006) kepuasan kerja yang didapatkan setiap karyawan tidak sama karena kriteria mereka terhadap kepuasan kerja berbeda-beda. Hal ini berhubungan dengan masing-masing individu karyawan yang meliputi hal umur, jenis kelamin, status kawin dan masa kerja. Hasil dari penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tumewu et al., (2014) menyatakan bahwa karakteristik individu berpengaruh kepuasan kerja karyawan. Namun hasil penelitian Hidayah, A. K. (2018) menunjukkan karakteristik individu pegawai tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai;

Menurut Simamora (2006) model karakteristik pekerjaan (*Job Characteristics model*) adalah sebuah pekerjaan yang diperkaya memiliki tingkat dimensi yang tinggi, dan yang pada akhirnya menciptakan tingkat keadaan psikologis kritis yang tinggi dalam diri karyawan. Keadaan psikologis kritis yang tinggi itulah yang akan menghasilkan motivasi kerja yang tinggi, kinerja yang tinggi, kepuasan kerja yang tinggi serta ketidakhadiran dan perputaran yang rendah sedangkan Spector (2008) menyatakan bahwa "*job characteristic refer to the content and nature of job Task*". Maksud pernyataan tersebut yaitu karakteristik pekerjaan mengacu pada isi dan sifat dasar dari tugas pekerjaan. Pengertian karakteristik pekerjaan menurut MacCarhty (2008) adalah ciri - ciri dari lingkungan pekerjaan yang meliputi lingkungan fisik dan sosial. Lingkungan fisik meliputi suasana kerja dilihat dari faktor fisik, seperti keadaan suhu, cuaca, kontruksi bangunan dan temperatur tempat kerja. Sedangkan lingkungan sosial meliputi sosial budaya di lingkungan kerja, besar atau kecilnya beban kerja, kompensasi yang diterima, hubungan kerja seprofesi, dan kualitas kehidupan kerja. Sedangkan Karakteristik pekerjaan menurut Fried dan Ferris (1987) dalam Frismandiri (2008) Karakteristik pekerjaan merupakan upaya mengidentifikasi karakteristik tugas dari pekerjaan, bagaimana karakteristik itu digabung untuk membentuk pekerjaan-pekerjaan yang berbeda, dan hubungannya dengan motivasi, kepuasan dan kinerja karyawan. Jadi karakteristik pekerjaan selain mampu menciptakan kepuasan kerja karyawan juga akan mempengaruhi/ hasil kerja karyawan serta komitmen karyawan terhadap organisasi. Menurut Robbins (2015) pekerjaan yang memiliki otonomi akan memberikan kepada pemangku jabatan suatu perasaan tanggung jawab pribadi dan jika

suatu pekerjaan memberikan umpan balik maka karyawan akan mengetahui seberapa efektif dia bekerja. Karakteristik pekerjaan akan merupakan peluang bagi karyawan agar dapat memperlihatkan kemampuan, keterampilannya dan kebebasan serta umpan balik membuat karyawan lebih menyukai pekerjaannya. Penelitian Mahayanti, I. G. A. K., & Sriathi, A. A. A. (2017) menunjukkan karakteristik pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Hsu, L.C. and Liao, P.W. (2016) menyatakan karakteristik pekerjaan dapat meningkatkan kepuasan kerja pekerja.

Ting dan Yuan (1997) dalam Subyantoro (2009) berpendapat bahwa karakteristik organisasi meliputi komitmen organisasi, hubungan teman sekerja dan supervisor yang akan berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Menurut Wahab (2008) karakteristik organisasi adalah sebuah entitas sosial yang bertujuan atau diarahkan oleh tujuan (*goal directed*) yang memiliki kegiatan struktural yang disengaja dan dengan batas-batas yang jelas. Menurut Gibson (2012), karakteristik organisasi merupakan faktor-faktor lingkungan kerja individu yang mendorong prestasi kerja. Berdasarkan uraian tersebut, maka karakteristik organisasi adalah faktor-faktor lingkungan kerja individu yang mendorong prestasi kerja dalam organisasi secara komprehensif. Hellregel dan Slocum (2006) menjelaskan ada 3 (tiga) indikator untuk mengukur karakteristik organisasi yaitu 1) komitmen pada tujuan organisasi ; 2) Hubungan dengan teman sekerja, dan 3) Hubungan dengan atasan.

Karakteristik organisasi merupakan kondisi internal dalam suatu organisasi. Hasil penelitian Arati, K.S., (2017) menunjukkan bahwa karakteristik organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja dapat dibangun dengan menciptakan kesesuaian karakteristik individu dengan pekerjaan dan organisasi. Menurut Wardana, I., Rusidah, S., & Wahyuni, N. (2018) karakteristik organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

Dari teori dan hasil penelitian terdahulu maka dapat disusun hipotesis :

H1 : terdapat pengaruh antara Work-Life Balance (WLB) terhadap kepuasan kerja

H2 : terdapat pengaruh antara karakteristik individu terhadap kepuasan kerja

H3 : terdapat pengaruh antara karakteristik pekerjaan terhadap kepuasan kerja

H4 : terdapat pengaruh antara karakteristik organisasi terhadap kepuasan kerja

METODA

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian asosiatif kausalitas. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data ini diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada karyawan yang bekerja di PT TASPEN (persero). Populasi nya adalah Penelitian ini karyawan wanita yang bekerja di PT TASPEN (persero). Teknik pengambilan sampel adalah kegiatan mengambil sebagian dari populasi yang akan diteliti dengan cara tertentu yang dapat dipertanggungjawabkan supaya sebagian yang diambil dapat mewakili populasi. Diambil menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling dengan kriteria karyawan tetap wanita (sudah menikah) yang bekerja lebih dari 3 tahun di PT TASPEN (persero).

Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner. Sebelum pengumpulan data dilakukan pengujian alat ukur dengan uji validitas dan reabilitas. Analisis data untuk pengujian hipotesis digunakan regresi linier berganda (Multiple Regression) dengan menggunakan software SPSS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian di lihat juga karakteristik dari responden yang mengisi kuesioner. Hasilnya menunjukkan bahwa diperoleh bahwa responden yang paling banyak mengisi kuesioner penelitian ini adalah responden yang memiliki usia < 30 tahun, yaitu sebanyak 36 karyawan dengan presentase 41,86 %, dan selanjutnya karyawan wanita yang memiliki usia 31-40 tahun memiliki jumlah presentase sebesar 39,54%. Dilihat dari masa kerja, responden yang memiliki masa kerja 3-8 tahun, yaitu sebanyak 39 karyawan dengan presentase 45,35 %, dan selanjutnya karyawan wanita yang memiliki masa kerja usia 9-14 tahun memiliki jumlah presentase sebesar 38,37 %. Responden yang paling banyak mengisi kuesioner penelitian ini adalah responden yang memiliki jabatan sebagai pelaksana, yaitu sebanyak 67 karyawan dengan presentase 77,91 %.

HASIL

Hasil Uji Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu Work-Life Balance (WLB) sebagai (X1), karakteristik individu (X2), karakteristik pekerjaan (X3), dan karakteristik organisasi (X4) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan kerja karyawan (Y). Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut,

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.378	.342		4.027	.000
<i>Work-Life Balance</i> (WLB)	.367	.033	.262	11.009	.000
Karakteristik Individu	.610	.034	.588	18.071	.000
Karakteristik Pekerjaan	.342	.031	.342	11.036	.000
Karakteristik Organisasi	.343	.044	.173	7.849	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Sumber: *Data Diolah (2019)*

Variabel *Work-Life Balance* (WLB) sebagai (X1) memiliki t hitung sebesar 11,009 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang artinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel *Work-Life Balance* (WLB) dalam penelitian ini diukur dari 4 indikator yaitu kesesuaian jam kerja, dukungan keluarga, kepuasan kerja dan penghargaan terhadap pekerjaan.

Variabel karakteristik individu (X2) memiliki t hitung 18,071 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang artinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel karakteristik individu dalam penelitian ini diukur dari antusias terhadap pekerjaan, kebutuhan pemberian akan ide/gagasan dalam pekerjaan, kreatifitas, penggunaan teknologi dalam pekerjaan dan sikap menghargai arahan.

Variabel karakteristik pekerjaan (X3) memiliki t hitung 11,036 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang artinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel karakteristik pekerjaan dalam penelitian ini diukur dari pekerjaan yang beragam, pentingnya pekerjaan, tanggung jawab terhadap pekerjaan, dan mendapatkan penghargaan apabila pekerjaan baik.

variabel karakteristik organisasi (X4) memiliki t hitung 7,849 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang artinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel karakteristik organisasi dalam penelitian ini diukur dari kesesuaian tipe organisasi, kesesuaian struktur organisasi, dan penilaian kinerja yang dilakukan setiap tahun..

Dari keempat variabel tersebut yang paling dominan mempengaruhi kepuasan kerja karyawan pada PT. TASPEN (PERSERO) Jakarta adalah variabel karakteristik individu hal ini dapat dilihat dari nilai B paling besar 0,610 dibandingkan nilai B variabel lainnya.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi didapatkan bahwa variabel independen *Work-life Balance* (WLB) sebagai (X1), karakteristik individu (X2),

karakteristik pekerjaan (X3), dan karakteristik organisasi (X4) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan kerja karyawan (Y) adalah sebesar nilai R square yaitu 0,980 atau 98% yang artinya variabel Work-life Balance (WLB), karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, dan karakteristik organisasi dapat menerangkan terhadap kepuasan kerja karyawan yaitu sebesar 98% sedangkan sisanya sebesar 2% ($100\% - 98\% = 2\%$) adalah faktor lainnya yang kemungkinan mempengaruhi kepuasan kerja (Y) diluar variabel yang diteliti.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ini didapat bahwa Work-Life Balance (WLB) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Hal tersebut mengindikasikan apabila semakin seimbang kehidupan kerja karyawan wanita yang sudah menikah sebagai ibu rumah tangga dan wanita pekerja (wanita karir) dan semakin besarnya dukungan dari keluarga, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan kerja yang mereka rasakan. Kepuasan kerja tersebut dapat dilihat dari kepuasan karyawan wanita terhadap gaji yang diperoleh, dan hubungan dengan rekan sekerja yang baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anuradha dan Pandey (2016) dimana dalam penelitian menyatakan bahwa keseimbangan kehidupan kerja wanita mempengaruhi tingkat kepuasan kerja mereka.

Karakteristik individu berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan kerja. Hal tersebut berarti apabila semakin pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan arahan yang ditentukan maka tinggi kepuasan kerja yang karyawan rasakan. Kesesuaian ini dilihat dari bagaimana antusias karakteristik individu terhadap pekerjaan, kebutuhan pemberian akan ide/gagasan karyawan terhadap pekerjaan, kreatifitas, dan sikap karyawan dalam menghargai arahan dari atasan, sehingga karyawan akan merasa diberikan kesempatan untuk peningkatan karir dan kesesuaian antara gaji yang diperoleh terhadap beban kerja yang karyawan rasakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tumewu et al., (2014) dimana dalam penelitian menyatakan bahwa karakteristik individu memiliki pengaruh yang signifikan dan positif baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan kerja.

Karakteristik pekerjaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Hal tersebut menunjukkan apabila semakin baik karyawan mengetahui pekerjaan yang di berikan perusahaan maka kepuasan kerja karyawan akan

meningkat maka semakin tinggi kepuasan kerja karyawan yang rasakan. Sehingga karyawan merasa perusahaan memberikan kesempatan untuk pengembangan karir bagi siapa saja yang berpotensi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo et al., (2015) dimana dalam penelitian menyatakan bahwa karakteristik pekerjaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan kerja.

Karakteristik organisasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Hal tersebut berarti semakin baik karakteristik organisasi maka akan meningkatkan kepuasan karyawan. Gaji yang diperoleh, hubungan dengan rekan sekerja dan kesempatan untuk mengembangkan karir bagi karyawan yang berprestasi. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Tumewu et al., (2014) dimana dalam penelitiannya menyatakan bahwa karakteristik pekerjaan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan kerja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh Work-Life Balance (WLB), karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT. TASPEN (PERSERO), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Work-life Balance (WLB) mempengaruhi kepuasan kerja karyawan pada PT.TASPEN (PERSERO) di Jakarta. Semakin seimbang Work-life Balance (WLB) yang dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan wanita yang sudah menikah. Karena pembagian waktu yang seimbang antara kehidupan pekerjaan dan kehidupan diluar pekerjaan akan membuat karyawan wanita yang sudah menikah dapat menjalankan peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan wanita pekerja (karir) dengan baik dan besarnya dukungan keluarga yang diberikan, sehingga mereka dapat bekerja sesuai dengan jam kerja yang sudah ditentukan, untuk itu dukungan keluarga, dan kontribusi yang dihargai oleh perusahaan penting bagi mereka.

Karakteristik individu mempengaruhi kepuasan kerja karyawan pada PT.TASPEN (PERSERO). Semakin sesuai pekerjaan yang mereka lakukan dengan arahan yang ditentukan maka semakin tinggi kepuasan yang karyawan rasakan. Oleh karena itu atasan harus memberi arahan yang jelas sehingga karyawan dapat menyelesaikan tugas yang diberikan dengan baik, hal ini dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan wanita yang sudah menikah.

Karakteristik pekerjaan mempengaruhi kepuasan kerja karyawan pada PT.TASPEN (PERSERO) Putih, Jakarta Pusat. Semakin baik karyawan mengetahui dengan jelas pekerjaan yang diberikan perusahaan maka semakin tinggi kepuasan kerja yang karyawan rasakan. Karyawan akan merasa puas dengan gaji yang diterima, kemudian dari segi kesempatan promosi karir. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan rincian tugas dengan benar sehingga karyawan dapat menyelesaikannya dengan baik.

Karakteristik organisasi mempengaruhi kepuasan kerja karyawan pada PT.TASPEN (PERSERO). Hal ini dikarenakan penilaian kinerja yang dilakukan setiap tahun, sehingga persepsi mereka akan gaji dan bonus yang akan diterima kecil, sehingga menyebabkan kepuasan kerja karyawan menurun. Karyawan wanita yang sudah seimbang, bakat dan kemampuan karyawan yang sudah sesuai, karakteristik pekerjaan yang sudah tersalurkan dengan baik namun karena penilaian kinerja yang dilakukan setiap tahun, maka persepsi karyawan akan gaji yang diterima akan kecil maka kepuasan kerja akan menurun.

Implikasi yang diberikan adalah agar Work-life Balance (WLB), karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, harus dipertahankan dan ditingkatkan sehingga hasil yang didapat akan maksimal. Selain itu variabel karakteristik organisasi yang memiliki pengaruh signifikan namun dengan arah yang negatif terhadap kepuasan kerja karyawan harus tetap diperhatikan oleh manajemen dengan perhatian organisasi terhadap kualitas kerja karyawan dan keterlibatan karyawan dalam organisasi akan membuat arah pengaruh menjadi positif. Pengaturan kesesuaian jam bekerja, kontribusi pekerjaan mereka dihargai oleh perusahaan. Sehingga karyawan wanita yang sudah menikah dapat menjalankan peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan wanita pekerja (karir) dengan baik. Semakin tinggi keseimbangan yang dirasakan karyawan wanita yang sudah menikah maka kepuasan kerja yang mereka rasakan akan semakin tinggi, hal ini dapat mengurangi keterlambatan absensi masuk.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi penelitian ini. Dapat juga melakukan penelitian di wilayah yang berbeda dengan menggunakan populasi yang lebih besar dan menggunakan alat analisis yang berbeda sebagai perbandingan untuk menambah ilmu pengetahuan dan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agha, K., Azmi, F. T., & Irfan, A. 2017. Work-life balance and job satisfaction: An empirical study focusing on higher education teachers in Oman. *International Journal of Social Science and Humanity*, 7(3), 164.
- Arati, K.S., 2017. Impact of individual, job, and organizational characteristics on organizational commitment with job satisfaction as intervening variable. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6, p.359
- Adikaram, 2016. Impact of Work-Life Balance on Employee Job Satisfaction in Private Sector Commercial Banks of SRI LANKA. *International Journal of Scientific Research and Innovative Technology*, Vol. 3 No. 11. Sri Lanka.
- Anuradha and pandey, 2016. Impact of Work-Life Balance (WLB) on Job Satisfaction of Women Doctors. *Problems and perspectives in Management*. VOL 14 Issue 2. India.
- Badeni. 2013. *Kepemimpinan & Prilaku Organisasi*. Cetakan 1. ALFABETA. Bandung
- Firman. 2011. Pengaruh Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja Keuangan Pemkot Payakumbuh. *Ejournal.unp.ac.id*. Tingkat.
- Frismandiri Dinda 2008. Analisis Pengaruh Karakteristik Pekerjaan, Kepuasan Kerja dan Komitmen Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*.
- Ganapathi, I Made, Devan. 2016. Pengaruh Work-Life Balance Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan studying pada PT.BIO FARMA PERSERO. *Ecodemia*. Vol.IV No.1. ISSN : 2355-0295
- Hellregel Don, Slocum John W.1996. *Management*, Stevent Editions, South Western College Publising, Cincinnati Ohio, USA.
- Herlambang, H. C., & Murniningsih, R. 2019. Pengaruh Worklife Balance Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif Untuk Demokrasi (SINDIKASI)). In *UMMagelang Conference Series* (pp. 558-566).
- Hsu, L.C. and Liao, P.W., 2016. From job characteristics to job satisfaction of foreign workers in Taiwan's construction industry: The mediating role of organizational commitment. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 26(2), pp.243-255.
- Hidayah, A. K. 2018. The Influence of Individual Characteristics, and Leadership, through Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Performance of East Kalimantan Forestry Agency Office. *International Journal of Accounting, Finance, and Economics*, 1(1), 32-45.
- Handoko,T. Hani. 2008. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta.
- Huriyati, Ratih. 2015. *Sumber Daya manusia* . Bandung. Alfabeta
- Kreitner R dan Kinicki A. 2014. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*
- Mahayanti, I. G. A. K., & Sriathi, A. A. A. 2017. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, dan Karakteristik Situasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(4).
- McDonald.P.K., Brown.K., &Bradley.M.L. 2005. Explanationsfor the provisionutilisation gap in work-life policy. *Women in Management Review*, pp.37-55.
- Mondy, R. Wayne. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jilid 1 edisi sepuluh. Jakarta. Erlangga.
- Rachmawati, KV. Murwaningsih dan Tri, Susilowati. Tutik. 2013. Pengaruh karakteristik Pekerjaan dan Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. *E-Journal* 2543-9700-1-PB.
- Rivai, Veitzal. 2016. *Manajemen Sumber daya Manusia untuk Perusahaan. Dari Teori ke Praktik*. Murai Kencana. PT. Rajagrafinfo Persada. Jakarta
- Robbins Stephen P. Dan Timothy A Judge. 2016. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)* Buku 1 Edisi 12. Salemba Empat. Jakarta

-
- Robbins, Stephen P., 2003. *Organizational Behavior*, 10th Edition, Edition, Prentice Hall International, Inc., Person Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 07458.
- Ramadhani, Malika. 2012. Analisis Pengaruh Keseimbangan Kehidupan Kerja Terhadap Kesuksesan Karier (Studi Pada Karyawan PT Asuransi Jiwa Generasi Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol.1(2).
- Rivai, Veithzal. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Edisi ke 6, PT. Raja Grafindo Persada, Depok, 16956.
- Robbins Stephen P. Dan Timothy A Judge. 2017. *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)* Buku 1 Edisi 17. Salemba Empat. Jakarta
- Spector, P. E. 2008. *Industrial and Organizational psychology*. USA. Wiley
- Wardana, I., Rusidah, S., & Wahyuni, N. 2018. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan dan Karakteristik Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Koperasi (Sumber Data Mandiri) Muara Teweh Kalimantan Tengah. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 6(2), 100-111.
- Tumewu.Eva, Lumanauw.Bode, dan Ogi.Imelda. 2014. Karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, karakteristik organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan pada Event Organizer Rebon Creative Center Manado. *Jurnal EMBA*.Vol.2 1 Maret.
- Yuliarso, Totok; mijati, Noer . 2013. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 1, No 2* Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
- Yuliany.Monika dan Cahya.Natalia. 2009. Pengaruh karakteristik pekerjaan dan karakteristik individu terhadap kepuasan kerja karyawan Food and Beverages di Novotel Surabaya Hotel and Service. *Jurnal Ilmiah*, ISSN. 3340-5044.

EFEK MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG), CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Dismas Oktavianto¹⁴

Supramono²

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to discuss the direct interaction between Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Capital Structure and Profitability to Firm Value and the indirect influence between Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Capital Structure of Firm Value with profitability as mediation. The sample used was 20 state-owned companies listed on the Indonesian Stock Exchange in 2014-2018. This study uses SEM-PLS analysis techniques to analyze data. The results showed that GCG, CSR, Capital Structure and Profitability did not affect the Firm Value. Significant profitability. Capital Structure has a negative effect on profitability while CSR has no effect on profitability. The profitability used by researchers as an intervening variable cannot mediate the relationship of GCG, CSR, and Capital Structure variables to Firm Value.

Key words: GCG, CSR, Capital Structure, Profitability, Tobins'Q

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung antara Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dan pengaruh tidak langsung antara Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR), Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai mediasi. Sampel yang digunakan adalah 20 perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018. Penelitian ini menggunakan Teknik SEM-PLS untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG, CSR, Struktur Modal dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. GCG secara signifikan mempengaruhi Profitabilitas. Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap Profitabilitas sedangkan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Profitabilitas yang digunakan peneliti sebagai variabel intervening tidak dapat memediasi hubungan antara variabel GCG, CSR, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: GCG, CSR, Struktur Modal, Profitabilitas, Tobins'Q

¹⁴912020006@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan yang harus dicapai sebuah perusahaan agar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya. Perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang tercatat di bursa efek. Meningkatkan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan meningkatkan nilai saham. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi tidak hanya berpengaruh terhadap tingginya nilai perusahaan dimata investor namun, juga dapat membangun kepercayaan pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan dimasa mendatang (Harmono, 2009). Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan semua *principal*, karena dengan begitu kesejahteraan *principal* akan meningkat.

Menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada *agen* atau dalam hal ini manajer merupakan cara untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, dalam praktik-nya usaha meningkatkan nilai perusahaan yang dilakukan oleh manajer akan menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara *agen* (manajer) dan *principal* (pemilik). *Agency theory* merupakan teori yang menjelaskan konflik kepentingan antara *agen* dan *principal*. Masalah yang timbul adalah ketika pemilik mengandalkan manajer untuk mengelola perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Pihak manajer melalui kewenangan yang dimilikinya dapat bertindak untuk kepentingan pribadi dan mengorbankan kepentingan pemilik (Tjandrakirana DP & Monika 2014). Timbulnya konflik kepentingan inilah yang melatarbelakangi perlu adanya sistem yang mengatur tata kelola perusahaan.

Good Corporate Governance (GCG) adalah sistem tata kelola yang sangat dibutuhkan oleh perusahaan, dengan adanya *Good Corporate Governance* (GCG) perusahaan dapat memberikan kepercayaan kepada *shareholder* dan dapat memastikan bahwa semua *shareholder* diperlakukan sama. Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) yang baik akan memberikan perlindungan yang efektif kepada *shareholder* untuk mengembalikan investasi secara tepat, wajar, efisien, dan memastikan bahwa manajemen bertindak untuk keuntungan perusahaan.

Penelitian tentang pengaruh dari *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan. Namun, masih terdapat inkonsistensi atau perbedaan hasil antara penelitian yang ada. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Suhadak (2018) ditemukan bukti empiris bahwa GCG berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Muryati & Suardikha (2014) menemukan hasil bahwa kepemilikan institusional dan kualitas audit

memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Widyasari (2015) dalam penelitiannya menemukan hasil kepemilikan institusional dan dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan Supriatna & M. Kusuma (2009) menemukan hasil yang berbeda bahwa GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitiannya tersebut didukung oleh penelitian lainnya, menurut Retno M & Priantinah (2012) GCG yang diproksi dengan kepemilikan institusional tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Untuk mencapai tujuan dari perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan perlu adanya sinergi dan hubungan timbal balik antara masyarakat, karyawan, investor, dan perusahaan. Pada praktiknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh Perusahaan tidak hanya berorientasi untuk keuntungan *shareholder* semata, tetapi juga untuk kepentingan para *stakeholder* yang dilakukan perusahaan melalui penerapan *corporate social responsibility* (CSR). Kegiatan CSR yang didasarkan pada teori *legitimasi* menegaskan bahwa perusahaan akan terus bekerja untuk memastikan bahwa perusahaan telah beroperasi sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di masyarakat atau lingkungan di mana perusahaan tersebut berada (Deegan, 2002). Dengan begitu pengungkapan CSR oleh perusahaan secara berkesinambungan akan memberikan dampak positif. Masyarakat akan mengapresiasi apa yang dilakukan perusahaan, dengan demikian hal ini akan berpengaruh terhadap kepercayaan dan loyalitas terhadap perusahaan. Meningkatnya kepercayaan akan meningkatkan reputasi dan daya saing yang dimana akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Prior et al., 2008). Pengungkapan CSR sering dijadikan sebagai alat untuk menarik kepercayaan masyarakat dan sebagai sebuah strategi marketing oleh manajer (Kim et al., 2018).

Penelitian tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun terdapat hasil yang variatif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Murnita & Putra (2018) menemukan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Puspaningrum (2017) menemukan hasil bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan Putri et al., (2016) menemukan hasil yang berbeda bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian lainnya, menurut Sudarma, & Purnomosidhi (2016) CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Pada praktiknya nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh GCG dan CSR. Struktur modal juga memiliki peranan penting dalam nilai perusahaan. Menurut Fachrudin,

(2011) nilai perusahaan adalah nilai pasar suatu ekuitas ditambah dengan nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan tidak hanya dengan nilai ekuitas saja namun, harus diperhatikan juga sumber keuangan lainnya seperti hutang. *Trade of Theory* merupakan teori yang menjelaskan kebijakan perusahaan mengenai penggunaan hutang dan ekuitas dalam usaha meningkatkan nilai perusahaan. Sesuai dengan *Trade of Theory*, semakin tinggi *debt to equity ratio* (DER) maka semakin tinggi pula *price book value* (PBV) selama DER belum mencapai titik optimalnya.

Penelitian-penelitian mengenai pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan diantaranya Gayatri & Mustanda (2014) menemukan bukti empiris bahwa struktur modal dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Amanda et al., (2018) menemukan hasil struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan hasil penelitian ini juga didukung oleh Ary Wirajaya (2013). Sedangkan penelitian Hamidy et al., (2015) menemukan bukti empiris bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Banyaknya penelitian yang membahas mengenai pengaruh GCG, CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan namun belum ada peneliti yang menggabungkan variabel-variabel tersebut dalam satu model dan terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan adanya *research gap* dan mengindikasikan adanya faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dan mendorong peneliti untuk mengukur kembali pengaruh GCG, CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan memasukan profitabilitas sebagai variabel *intervening* dalam penelitian ini.

Profitabilitas dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuan dan meningkatkan nilai perusahaan. Efisiensi mengacu pada rasio antara input dan output di mana input yang sesuai akan menghasilkan output yang optimal. Efektivitas mengacu pada kemampuan manajemen untuk menetapkan tujuan atau instrumen yang akurat untuk mencapai tujuan tertentu, meningkatkan kinerja keuangan merupakan prasyarat agar investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Fahmi, 2012). Laporan keuangan yang disajikan dan dipublikasikan oleh perusahaan adalah gambaran kinerja keuangan perusahaan pada periode tertentu. Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang kemudian disajikan untuk memberikan informasi tentang kondisi keuangan suatu perusahaan kepada pihak internal maupun eksternal. Investor atau manajer akan menggunakan laporan keuangan sebagai

acuan dalam membuat keputusan investasi (Orniati, 2009). Muliani et al., (2014) menemukan bukti empiris bahwa Profitabilitas dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan studi-studi empiris sebelumnya profitabilitas dirasa dapat memediasi hubungan antara GCG, CSR, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan integrasi dari penelitian-penelitian sebelumnya dan menambahkan variabel intervening ke dalam model sehingga penelitian ini dapat menjelaskan (1) Pengaruh GCG, CSR, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh GCG, CSR dan struktur modal terhadap profitabilitas (3) Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (4) Pengaruh GCG, CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah literatur, menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai penerapan teori yang telah didapat dari mata kuliah sehingga dapat diterapkan ke dalam penelitian yang sebenarnya, serta dapat memberikan manfaat bagi investor sebagai dasar mengambil keputusan dalam melakukan investasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Agency Theory

Jensen, M.C. & Meckling (1976) *Agency theory* merupakan teori yang menjelaskan konflik kepentingan antara *agen* dan *principal*. *Shareholder* akan menuntut peningkatan profitabilitas perusahaan dan dividen. Sedangkan manajer yang memiliki kewenangan akan termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan dan keuntungan pribadi bukan keuntungan perusahaan. Hal ini yang menyebabkan munculnya praktek manajemen laba dalam menyajikan laporan keuangan. Maka dari itu cara yang bisa digunakan perusahaan untuk memonitor masalah keagenan dengan melakukan penerapan GCG.

Stakeholder Theory

Gray & Lavers (1995) mengatakan bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan tergantung pada dukungan dari para pemangku kepentingannya, dan bahwa dukungan harus dicari sehingga perusahaan harus mencari dukungan itu. Teori pemangku kepentingan penting dalam penelitian ini karena teori ini terkait dengan pihak-pihak yang tertarik pada perusahaan; mereka yang akan dipengaruhi dan dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan, seperti pertanggungjawaban manajemen kepada pemangku kepentingan dalam bentuk kegiatan CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Trade Off Theory

Utang adalah suatu hal yang bermanfaat karena bunga merupakan pengurang pajak, tetapi utang juga membawa serta biaya-biaya yang dikaitkan dengan kemungkinan atau kenyataan kebangkrutan. Teori pertukaran (trade-off theory) mengasumsikan bahwa struktur modal perusahaan merupakan hasil pertukaran (trade-off) dari keuntungan pendanaan melalui utang (pajak perusahaan yang menguntungkan) dengan tingkat suku bunga dan biaya kebangkrutan yang lebih tinggi. Fakta bahwa bunga adalah beban pengurangan pajak menjadikan hutang lebih murah daripada saham biasa atau saham preferen. Akibatnya, secara tidak langsung pemerintah telah membayarkan sebagian biaya dari modal utang, atau dengan cara lain, hutang memberikan manfaat perlindungan pajak. Semakin banyak perusahaan menggunakan hutang, maka semakin tinggi nilai dan harga sahamnya, menurut asumsi tulisan Modigliani-Miller dengan pajak, harga saham sebuah perusahaan akan mencapai nilai maksimal jika perusahaan sepenuhnya menggunakan hutang 100 persen.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan juga merupakan gambaran nilai dari kinerja manajemen yang menjalankan perusahaan. Menurut Harmono (2009) nilai perusahaan dirceminkan dari harga saham yang dibentuk oleh penawaran dan permintaan pasar. Harga saham juga sebagai bentuk refleksi atas penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Noirirawan (2012) Nilai perusahaan merupakan gambaran atas kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dalam proses kegiatan operasional dari awal perusahaan didirikan hingga saat ini.

Good Corporate Governance (GCG)

GCG merupakan seperangkat aturan yang disusun untuk mengatur hubungan antara manajer, kreditor, pemerintah, pemegang saham, karyawan dan para pemegang

kepentingan baik internal maupun eksternal perusahaan. GCG muncul sebagai bentuk pengawasan dimana perusahaan memastikan bahwa dana yang di investasikan dikelola dengan tepat, baik dan efisien.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Melalui bukunya berjudul "Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)", (Suharto & Gunarsa, 2007) menyatakan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetap juga untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, CSR adalah bagian dari kebijakan perusahaan yang dijalankan secara profesional dan melembaga. CSR kemudian identik dengan *Corporate Social Policy (CSP)*, yakni roadmap dan strategi perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomis korporasi dengan tanggung jawab sosial, legal dan etis.

Struktur Modal

Struktur modal merupakan perbandingan antara total hutang dengan modal sendiri. J. Fred. et al., (1996), Struktur modal merupakan pembiayaan permanen yang dimana terdiri dari modal pemegang saham, saham preferen dan hutang jangka panjang.

Profitabilitas

Berdasarkan IAI (2007) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan dan mengelola sumber daya sehingga menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat aset, penjualan dan modal.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan

Siallagan & Machfoedz (2006) menyatakan GCG merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Michael C Jensen & Meckling (1976), menganalisis bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh distribusi kepemilikan antara pihak manajer yang menikmati manfaat dan pihak luar yang tidak menikmati manfaat. Peningkatan kepemilikan manajemen akan mengurangi agency difficulties melalui pengurangan insentif untuk mengkonsumsi manfaat/keuntungan dan mengambil alih

kekayaan pemegang saham. Semakin besar kepemilikan oleh institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat meningkat apabila institusi atau lembaga mampu menjalankan fungsi pengawasan dengan efektif. Penelitian yang dilakukan Wisnu & Subowo (2014) menemukan bukti empiris bahwa Mekanisme GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Suhadak (2018) menemukan hasil kepemilikan institusional dan kualitas audit memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Muryati & Suardikha (2014) dalam penelitiannya menemukan hasil kepemilikan institusional dan dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis peneliti adalah:

H1: Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai perusahaan akan dapat menjamin pertumbuhan dan keberlangsungan hidup perusahaan secara berkesinambungan (*going concern*) apabila perusahaan mampu memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup secara seimbang, karena dengan kemampuan tersebut antara kepentingan masyarakat, ekonomi, dan lingkungan dapat tercipta hubungan yang baik dan saling memberikan timbal balik yang menguntungkan. Aspek tersebut tercermin dari pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan sebagai salah satu bentuk kepedulian perusahaan dan juga bentuk tanggungjawab perusahaan atas aktivitas-aktivitas dan juga dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosial dianggap mampu memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat umum dan mampu bertanggungjawab atas aktivitas dan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan sekitar. Pelaksanakan praktik CSR akan meyakinkan investor bahwa perusahaan akan mampu menjamin kelangsungan hidup perusahaan kedepannya yang sekaligus akan meningkatkan nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Murnita & Putra (2018), Kim, Kim, & Qian (2018), Puspaningrum, (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham sehingga nilai perusahaanpun meningkat. Berdasarkan uraian berikut hipotesis peneliti adalah:

H2: Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Teori MM menyatakan bahwa peningkatan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila belum mencapai titik optimalnya, hal ini diperkuat oleh teori *trade-off* yang menjelaskan bahwa penggunaan utang dapat mengurangi beban pajak dan agency cost (Brigham & Houston, 2001). Penelitian Putri, Sudarma, & Purnomosidhi (2016) menyimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan, pernyataan tersebut diperkuat oleh Gayatri & Mustanda (2014) begitu juga dengan penelitian (Fachrudin, 2011). Berdasarkan uraian tersebut maka diperoleh hipotesis:

H3: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh GCG Terhadap Profitabilitas

Penelitian mengenai pengaruh mekanisme GCG pada profitabilitas yang dilakukan oleh Devie et al., (2018) menemukan bukti empiris bahwa komisaris independen dengan profesionalisme tinggi akan menghasilkan keputusan yang lebih objektif dan mewujudkan efektivitas dalam mengawasi manajer. Keputusan yang diambil bukan untuk kepentingan pihak tertentu, dan manajer hanya bertindak untuk manfaat perusahaan dan pemangku kepentingan lain dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan. Menurut Supadi & Sudana (2018), Hal terpenting dalam efektivitas dewan Komisaris adalah memiliki komisaris independen. Karena itu, dengan jumlah komisaris independen yang lebih besar, proses pengambilan keputusan akan lebih objektif sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan. Kemilikan manajerial memiliki peran dalam peningkatan profitabilitas semakin besar kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan maka manajer akan bertindak untuk bagaimana meningkatkan keuntungan perusahaan karena dengan demikian maka kesejahteraannya juga akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhadak (2018), Al-Thuneibat (2016) dan Mubarak & Hamdan (2015) menemukan bukti empiris bahwa mekanisme GCG memiliki pengaruh pada kinerja keuangan yang dimana kinerja keuangan diproksi oleh ROA. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Good Corporate Governance berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas

CSR mampu memenuhi kebutuhan setiap pemangku kepentingan. *Stakeholder* internal akan lebih berdedikasi untuk berkontribusi pada perusahaan dan *Stakeholder* eksternal akan memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan. Selain itu, konsumen akan membeli lebih banyak produk atau layanan sehingga kinerja keuangan perusahaan akan meningkat (Cheng et al., 2014). Hal ini sesuai dengan konsep Teori *Stakeholder*, yang mengasumsikan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab kepada berbagai kelompok dalam masyarakat yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan karena keputusan dan perilaku yang dibuat akan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Hubungan yang baik antara masyarakat dan perusahaan akan terciptanya dukungan dari masyarakat yang mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Dukungan tersebut tercermin dalam loyalitas pelanggan, dan karyawan yang bekerja secara optimal untuk keuntungan perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan.

Penelitian Cheng et al., (2014), McGuire et al., (2018), Devie et al., (2018) membuktikan bahwa CSR memiliki efek positif pada profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Aras dan Crowther (2016), Fan (2015) dan (Mwangi & Jane Jerotich, 2013) menemukan bukti empiris bahwa CSR tidak berpengaruh pada profitabilitas. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H5: *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas

Kondisi dimana rentabilitas ekonomi lebih besar dari tingkat bunga akan mendorong peningkatan rentabilitas modal sendiri yang lebih besar dibandingkan jika tidak ada *financial leverage*, sehingga penggunaan utang pada kondisi ini akan menguntungkan, karena penggunaan utang menghasilkan pendapatan lebih besar dari beban bunga yang timbul dari penggunaan utang tersebut dan kondisi ini akan menguntungkan bagi pemegang saham (Supiyadi et al., 2016). Penelitian (Nires, 2012) menyatakan bahwa semakin besar penggunaan utang dalam struktur modal maka semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, penelitian ini senada dengan penelitian (Purwitasari & Septiani, 2013).

H5: Struktur modal memiliki pengaruh positif terhadap Profitabilitas.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Signalling theory, merupakan isyarat dilakukan oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal kinerja keuangan yang sedang baik yang diberikan perusahaan kepada investor membuat investor tertarik untuk melakukan investasi. Kinerja keuangan yang baik menandakan perusahaan akan mampu menjamin pengembalian atas dana yang diinvestasikan oleh investor ke perusahaan. Faktor pertimbangan investor melakukan investasi adalah tingkat pengembalian, semakin besar tingkat pengembalian maka akan semakin tertarik pula investor melakukan investasi. Besaran tingkat pengembalian dapat diukur dari kemampuan perusahaan menghasilkan profitabilitas.

Hermuningsih (2013) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan. Penelitian Hermuningsih (2013) diperkuat oleh Ghosh dan Ghosh (2008), serta (Chen, 2011). Berdasarkan kajian teoritis dan empiris, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H7: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Oleh Profitabilitas

Semakin besar kepemilikan saham publik sebagai salah satu aspek didalam *Good Corporate Governance* maka akan semakin besar tuntutan pengendalian terhadap perilaku manajemen. Besaran komposisi pemegang saham publik akan berpengaruh terhadap monitoring perusahaan untuk mendapatkan kinerja keuangan yang maksimal dalam hal ini laba perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan yang baik akan memberikan efek nilai perusahaan yang tinggi. Kesejahteraan para pemangku kepentingan dalam perusahaan diukur dari tingginya nilai perusahaan. Hubungan signifikan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan akan terlihat jika melihat tujuan utama setiap perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal dimana dengan adanya peningkatan laba menunjukkan bahwa kinerja keuangan sebuah perusahaan mengalami peningkatan (Dianawati & Fuadati, 2016) dan (Muliani, Yuniarta, & Sinarwati, 2014). Maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H8: GCG memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas.

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Oleh Profitabilitas

Pengungkapan CSR diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Menurut Murnita & Putra (2018) semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan maka semakin besar profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat *Corporate Social Responsibility* perusahaan meningkat. Hasil penelitian Putri et al., (2016) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan. Maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H9: CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas.

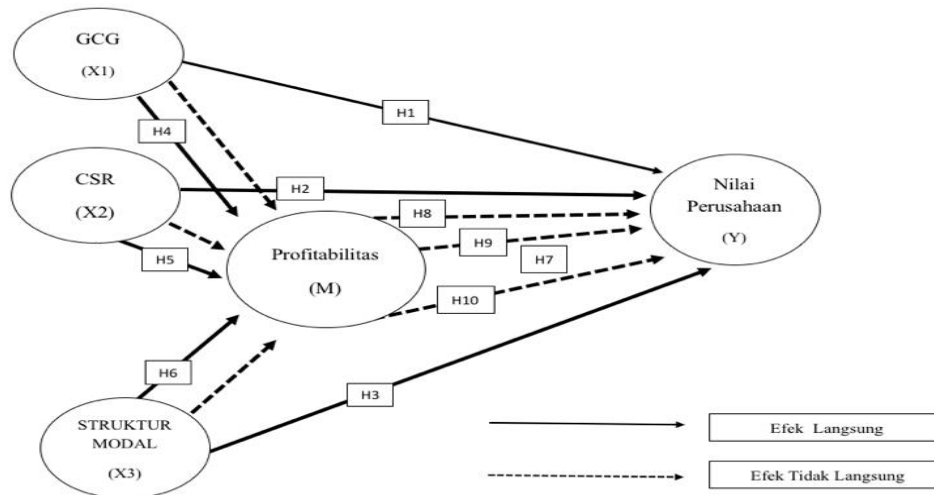
Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Oleh Profitabilitas

Teori MM menyatakan bahwa peningkatan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila belum mencapai titik optimalnya, hal ini diperkuat oleh teori Trade-off yang menjelaskan bahwa penggunaan utang dapat mengurangi beban pajak dan biaya agensi perusahaan (Brigham & Houston, 2001). Lubis et al., (2017) menyimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan, Sri (2013) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan. Maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H10: Struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas

Model Penelitian

Berikut ini adalah gambar model penelitian:



Gambar 2. Kerangka Penelitian

METODA PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan melalui jenis pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan integrasi dari penelitian-penelitian sebelumnya dan memasukan profitabilitas sebagai variabel intervening sehingga dapat menganalisis pengaruh empiris dari *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Yang dimediasi oleh Profitabilitas.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2018. Alasan peneliti menggunakan perusahaan BUMN sebagai objek penelitian karena masyarakat memandang investasi pada perusahaan BUMN dinilai lebih aman karena negara ikut dalam mengelola kinerja perusahaan, ketika terjadi aksi korporasi maka pemerintah akan melakukan pengawasan ekstra. Beberapa perusahaan BUMN seperti BBRI, BBNI, BMRI, WSKT, PGAS dan TLKM menjadi perusahaan dengan profitabilitas paling tinggi. Tidak sedikit pula saham-saham BUMN yang tergabung dalam Index LQ45 seperti, BBNI, BBRI, BMRI, BBTN, JSMR, PGAS, TLKM, WSBP dan WSKT. Selain memiliki nilai likuiditas yang tinggi, saham – saham BUMN juga memiliki nilai kapitalisasi pasar yang besar. Beberapa emiten seperti BBTN, dan PTBA juga ikut masuk kedalam

indeks High Dividend yang dimana seharusnya perusahaan BUMN menjadi primadona investor untuk menanamkan modalnya. Namun, hal itu tidak sejalan dengan GCG yang ada di perusahaan BUMN. Penerapan GCG di perusahaan dinilai masih kurang baik karena ditemukan banyak sekali kasus korupsi dan praktik manajemen laba pada perusahaan BUMN seperti Garuda Indonesia dan Krakatau Steel. Dengan alasan-alasan tersebut peneliti tertarik untuk menjadikan BUMN sebagai objek penelitian.

Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini menggunakan metode *Judgement Sampling* dimana populasi yang dipilih oleh peneliti untuk menjadi sampel didasarkan pada penilaian atau judgement peneliti. Perusahaan yang dipilih oleh peneliti dinilai dapat mewakili populasi. Adapun kriteria-kriteria dalam pemilihan sampel adalah:

Table 1. Tahapan Judgement Sampling

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Emiten yang tergabung dalam indeks LQ45 pada rentang periode 2014-2018.	16
2	Emiten yang tergabung dalam indeks SRIKEHATI pada rentang periode 2014-2018.	3
3	Emiten yang tergabung dalam indeks IDX30 pada rentang periode 2014-2018.	3
4	Tidak menerbitkan laporan tahunan untuk tahun 2014 hingga 2018.	(0)
5	Bukan perusahaan induk dan afiliasi	(2)
	Jumlah sampel akhir (i)	20
	Jumlah tahun (t)	5
	Jumlah pengamatan (i*t)	100

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang tercatat di BEI. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan studi dokumentasi, yang dimana dilakukan dengan mengumpulkan, membaca, dan mengidentifikasi laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan BUMN yang telah dipublikasikan. Laporan keuangan tahunan perusahaan yang sudah diaudit dapat diperoleh dengan mengakses situs Web Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Pengukuran Variabel

Nilai Perusahaan

Rasio Tobin's Q

Pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan Tobin's Q tidak hanya memberikan gambaran aspek fundamental saja, tetapi sejauh mana pasar menilai perusahaan tersebut dari berbagai aspek yang dilihat oleh pihak luar termasuk investor. Tobin's Q pada umumnya dihitung dengan membagi nilai pasar suatu perusahaan yang diukur dengan nilai pasar dari saham yang beredar dan utang yang dibagi dengan total aset (Guna & Herawaty, 2010). Maka diperoleh rumus berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Kapitalisasi Pasar} + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

Good Corporate Governance.

Variabel GCG dalam penelitian ini di proksi dalam 4 indikator pengukuran, yaitu dewan komisaris independen, kepemilikan institusional dan komite audit, dan kepemilikan manajerial:

(1) Dewan komisaris independen:

Dewan komisaris independen diukur dengan proporsi jumlah komisaris yang berasal dari luar perusahaan dibandingkan dengan total komisaris yang ada (Sutino & Khoiruddin, 2016). Proporsi dewan komisaris independen dalam Penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$PDKI = \frac{\text{Jumlah dewan komisaris independen}}{\text{Total dewan komisaris}}$$

dimana PDKI adalah proporsi dewan komisaris independen.

(2) Kepemilikan institusional:

Kepemilikan institusional dapat diukur dengan menggunakan indikator persentase jumlah saham yang dimiliki pihak institusional dari seluruh jumlah saham perusahaan (Perwitasari, 2018). Rumus menghitung kepemilikan institusional:

$$KI = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{Jumlah modal saham perusahaan yang beredar.}}$$

Keterangan:

Dimana KI merupakan Kepemilikan Institusional

(3) Komite Audit

Berdasarkan keputusan ketua BAPEPAM-LK No:Kep-643/B1/2012 Komite audit sedikitnya terdiri dari tiga orang berasal dari komisaris independen dan pihak luar perusahaan. Variabel komite audit dalam penelitian ini diukur dengan membagi jumlah anggota komite audit perusahaan dengan jumlah komite audit yang sesuai dengan BAPEPAM. Seperti yang dilakukan dalam penelitian (Sutino & Khoiruddin, 2016) dirumuskan sebagai berikut:

$$KA = \frac{\text{Jumlah komite audit di perusahaan}}{3 \text{ Jumlah Komite audit sesuai dengan BAPEPAM}}$$

Dimana KA merupakan Komite Audit

(4) Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan presentase kepemilikan saham manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan. Kepemilikan manajerial diukur berdasarkan presentase kepemilikan saham oleh manajerial (Sutino & Khoiruddin, 2016).

$$KM = \frac{\text{Kepemilikan saham oleh manajerial}}{\text{Total saham Beredar}}$$

Diamana KM merupakan Kepemilikan Manajerial

Corporate Social Responsibility

Disclosure index digunakan untuk mengetahui seberapa luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks yaitu dengan cara membagi jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item keseluruhan. Dalam indeks GRI terbagi menjadi 3 indikator yaitu aspek ekonomi atau keuangan, aspek lingkungan dan aspek sosial. Pengukuran pengungkapan CSR dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya informasi yang ditentukan dalam GRI yang diungkapkan dalam annual report. Bila informasi tersedia maka akan diberi skor 1, sementara jika tidak ada akan diberi skor 0 (Rahmawati, 2012).

$$CSDI = \frac{\text{Jumlah CSR yang di ungkapkan perusahaan}}{79 \text{ CSR disclosure menurut GRI}}$$

Diamana CSDI merupakan Corporate Social Disclosure Index

Struktur Modal

Dalam penelitian ini struktur modal di hitung menggunakan indikator leverage, yaitu dihitung dengan membandingkan total hutang dengan total ekuitas yang dimiliki perusahaan pada tahun pengamatan (Guna & Herawaty, 2010).

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Diaman DER merupakan Debt to Equity Ratio

Profitabilitas

Rasio Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan dari perusahaan untuk mengelola dan mengendalikan sumber daya yang tersedia dalam menghasilkan keuntungan guna keberlangsungan hidup perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini di proksi dengan indikator Return on Asset (ROA), ROA merupakan rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset (Eduardus Tandelilin, 2010). ROA dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Teknik Analisis

Dalam Penelitian ini menggunakan analisis regresi model partial least square (PLS) untuk mengukur pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. data yang digunakan oleh peneliti merupakan data panel, data panel adalah gabungan antara data cross section dan data time series, dimana unit cross section yang sama diukur pada waktu yang berbeda. Beberapa peneliti yang menggunakan jenis data panel dengan teknik analisis partial least square (PLS) seperti yang dilakukan (S. Suhadak et al., 2019).

PLS merupakan metode non-parametrik yang dapat digunakan untuk menganalisis keterkaitan antar variabel secara lebih kompleks dengan landasan teori (Sholiha & Mutiah Salamah, 2015). PLS dipilih karena merupakan teknik analisis yang powerfull karena tidak banyak mengandung prasyarat asumsi atau tidak membutuhkan asumsi distribusi data

normal. Dalam Teknik analisisnya PLS menggunakan dua model pemodelan, yaitu, model luar (outer) untuk mengevaluasi model pengukuran indikator reflektif dan model dalam (inner) untuk mengevaluasi model struktural. Uji pengukuran (outer model) melalui uji kualitas seperti uji validitas yang terdiri dari average variance extracted dan uji reliabilitas yang meliputi serta cronbach's alpha.

Untuk melakukan analisis regresi dengan intervening, tahapan pengujian yang dilakukan adalah Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel-variabel bebas yang digunakan. Selanjutnya dilakukan uji R-square untuk melihat besar pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen.

Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis model struktural (inner model), yang dilakukan dengan menggunakan uji t-statistic yang berguna untuk menguji signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan pengaruh dengan adanya variabel mediasi (Ghozali, I. and Latan, 2014, hlm. 91-96). Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan secara satu arah dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%. Pengujian hipotesis dengan model PLS menggunakan software Smart-PLS versi 03 sebagai alat analisis.

HASIL

Statistik Deskriptif

Data statistik deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi setiap indikator variabel. Hasil deskripsi data variabel penelitian ini sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut.

Table 2. Hasil Analisis Deskriptif Statistik

Indikator Variabel	N	Mean	Minimum	Maximum	Std. Deviation
TQ	100	1.422	0.131	9.411	0.789
KI	100	0.742	0.510	0.980	0.119
DKI	100	0.390	0.167	0.714	0.098
KA	100	1.500	1,000	2.333	0.415
KM	100	0.000	0.000	0.008	0.001
CSDI	100	0.558	0.253	0.840	0.185
DER	100	2.711	0.080	11.400	2.570
ROA	100	3.525	-18.040	20.680	5.803

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Table 2. menunjukkan jumlah data yang diteliti sebanyak 100 unit analisis. Hampir setiap variabel memiliki standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata dimana ini menunjukkan bahwa sebaran data sudah baik. Hanya indikator ROA yang memiliki sebaran data kurang baik karena terdapat perbedaan nilai yang jauh antara nilai minimum dan maksimum.

Tobins'Q (TQ) memiliki nilai rata-rasa sebesar 1,422 dengan nilai maksimum sebesar 9,411 dan nilai minimum 0,131 serta standar deviasi sebesar 0,435. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diteliti cukup tinggi tercermin dari nilai rata-rata lebih besar dari 1. Hal ini mengindikasikan nilai pasar lebih tinggi dari nilai aset. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pasar memberikan penilaian lebih kepada perusahaan.

Hasil deskriptif statistik diatas menunjukkan bahwa Kepemilikan Institusional (KI) memiliki standar deviasi sebesar 0,119, nilai minimum sebesar 0,51 yang dimiliki oleh Bank BNI dan nilai maksimum diperoleh dari PT. Kimia Farma Tbk. Nilai rata-rata KI sebesar 0,74 menunjukkan bahwa sebagian besar saham perusahaan BUMN dimiliki oleh institusional. Hal ini sangat wajar karena perusahaan-perusahaan BUMN merupakan perusahaan yang dibentuk oleh negara.

Dewan Komisaris Independen memiliki nilai maksimum sebesar 0,714 dan nilai minimum 0,167 serta standar deviasi sebesar 0,435 dan rata-rata sebesar 0,39 menunjukkan perusahaan BUMN sebagian besar dewan komisaris tidak terafiliasi atau independen.

Komite audit memiliki nilai maksimum sebesar 2,33 dan nilai minimum 1 serta standar deviasi sebesar 0,415 dan rata-rata sebesar 1,50 menunjukkan perusahaan BUMN sudah sangat memenuhi kriteria minimal komite audit dalam perusahaan yang dikeluarkan BAPEPAM-LK No: Kep-643/B1/2012 dimana komite audit sedikitnya terdiri dari tiga orang berasal dari komisaris independen dan pihak luar perusahaan.

Kepemilikan manajerial memiliki nilai maksimum sebesar 0,008 yang diperoleh dari PT. Semen Baturaja Tbk, nilai minimum 0 serta standar deviasi sebesar 0,001 dan rata-rata sebesar 0 angka ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial di perusahaan BUMN sangatlah rendah.

CSDI memiliki nilai maksimum sebesar 0,840 dan nilai minimum 0,253 serta standar deviasi sebesar 0,185 dan rata-rata sebesar 0,558 menunjukkan perusahaan BUMN sebagian besar sudah menjalankan pengungkapan CSR namun masih banyak perusahaan

yang melakukan pengungkapan sesuai dengan standar GRI tercermin dari nilai rata-rata hanya setengah dari total pengungkapan seharusnya.

DER memiliki nilai maksimum sebesar 11,4 dan nilai minimum 0,08 serta standar deviasi sebesar 2,57 dan rata-rata sebesar 2,711 menunjukkan perusahaan BUMN memiliki struktur hutang yang tinggi tercermin dari nilai rata-rata lebih 2,711.

ROA memiliki nilai maksimum sebesar 20,68 dan nilai minimum -18,040 serta standar deviasi sebesar 5,803 menunjukkan ROA pada perusahaan BUMN memiliki sebaran data yang besar. ROA pada perusahaan BUMN cukup baik dikarena nilai rata-rata yang dihasilkan sebesar 3,525 atau bernilai positif.

Table 3. Hasil Uji Korelasi

	KI	DKI	KA	KM	CSDI	DER	ROA	TobinsQ
KI	1.000							
DKI	-0.088	1.000						
KA	-0.431	0.276	1.000					
KM	0.144	0.147	-0.094	1.000				
CSDI	0.316	-0.285	-0.343	-0.112	1.000			
DER	-0.273	0.394	0.499	0.013	-0.395	1.000		
ROA	-0.266	0.100	0.365	0.079	-0.052	-0.282	1.000	
TobinsQ	0.307	-0.004	-0.224	-0.018	0.031	-0.194	0.118	1.000

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Berdasar Hasil tabel 3. diatas dapat diartikan bahwa korelasi antara indikator-indikator variabel DKI, KM, CSDI, DER, dan ROA memiliki korelasi yang sangat rendah terhadap Tobin's Q dan indikator KI dan KA memiliki korelasi yang rendah terhadap Tobin's Q. Indikator KI dan DER memiliki korelasi rendah terhadap indikator ROA sedangkan DKI, KM, dan CSDI menunjukkan korelasi yang sangat rendah.

Uji Outer Model PLS

1. Uji Construct Reliability and validity

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's alpha*. Nilai ini dapat mencerminkan nilai reliabilitas semua indikator yang ada dalam model penelitian. Nilai minimal ialah 0,7 sedangkan idealnya 0,8 atau 0,9. Sedangkan validitas dilihat dari nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, setidaknya nilai AVE Sebsar 0,5.

Table 4. Uji Construct Reliability dan validity

	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)
GCG	1.000	1.000
CSR	1.000	1.000
Struktur Modal	1.000	1.000
Profitabilitas	1.000	1.000
TobinsQ	1.000	1.000

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4. Pengujian reliabilitas dan validitas semua variabel menunjukkan menunjukkan nilai 1, dimana diartikan semua indikator variabel memiliki nilai reliabilitas dan validitas yang sempurna.

2. Uji Multikolinearitas

Table 5. Uji Multikolinearitas

	VIF
DKI	1.095
KI	1.223
KA	1.288
KM	1.054
CSDI	1.000
DER	1.000
ROA	1.000
TOBINS'Q	1.000

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan pada data yang digunakan menunjuk kan bahwa tidak terdapt nilai VIF yang melebihi 10, dimana standar toleransi adalah sebesar 10. Hal ini membuktikan tidak adanya kolinearitas pada variabel independent yang digunakan peneliti.

3. Uji R Square

Table 6. Uji R Square

Dependen	R Square
Profitabilitas	0.442
Tobins Q	0.080

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2020

Uji R square ini menggambarkan besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini nilai R square pada profitabilitas sebesar 0,442 atau 44,2 persen. Hal ini menjelaskan bahwa GCG, CSR dan struktur modal mempengaruhi profitabilitas sebesar 44,2 persen, selain itu dipengaruhi oleh faktor lain diluar model. Nilai R square pada nilai perusahaan hanya sebesar 0,080 yang berarti pengaruh GCG, CSR, struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan hanya sebesar 8 persen sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain diluar model.

Pengujian Hipotesis

Guna membuktikan kebenaran hipotesis yang dibangun yaitu pengaruh langsung antar variabel digunakanya PLS, hasil uji dapat dilihat pada tabel 7.

Table 7. Hasil Uji Pengaruh Langsung

Variable		Original Sampel	t-Statistic	P-Value
Dependen	Indepenen			
Nilai Perusahaan	GCG	-0.123	1.054	0.293
	CSR	0.104	1.088	0.277
	Struktur Modal	-0.028	0.392	0.695
	Profitabilitas	-0.034	0.336	0.737
Profitabilitas	GCG	0.657	8.788	0.000
	CSR	-0.080	0.802	0.423
	Struktur Modal	-0.641	6.616	0.000

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji regresi menggunakan PLS variabel GCG, struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan arah negatif sedangkan CSR menunjukkan arah positif. Nilai t-statistic dan p-value GCG sebesar 1.054 dan 0.293, nilai t-statistic dan p-value CSR sebesar 1.088 dan 0.277, nilai t-statistic dan p-value struktur modal 0.392 dan 0.695, nilai t-statistic dan p-value dari profitabilitas sebesar 0.336 dan 0.737 atau nilai-nilai t-statistic semua variabel lebih kecil dari t-tabel sebesar 1.985 dan nilai p-value semua variabel tersebut lebih besar dari alfa 0.05, sehingga GCG, CSR, struktur

modal dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu hipotesis 1, 2, 3 dan 7 ditolak karena tidak didukung data penelitian.

Hasil uji regresi CSR dan struktur modal terhadap variabel profitabilitas menunjukkan arah negatif, sedangkan Variabel GCG menunjukkan arah positif. Terdapat 2 variabel yang berpengaruh terhadap profitabilitas yaitu GCG dan struktur modal. Nilai t-statistic GCG dan struktur modal masing-masing sebesar 8.778 dan 6.616 dimana nilai ini lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.985 dan p-value yang dihasilkan lebih kecil dari alfa 0.05 yaitu 0.000. Walaupun struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas namun, hal ini tidak sejalan dengan hipotesis yang dibangun oleh peneliti karena nilai koefien struktur modal bersifat negatif. Sedangkan variabel CSR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar 0.802 dan p-value sebesar 0,423 dimana nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel ini dan p-value lebih besar dari alfa 0,05. Sehingga hipotesis 4 diterima karena didukung data peneliti sedangkan hipotesis 5 dan 6 ditolak karena tidak didukung data peneliti.

Untuk melihat pengaruh secara tidak langsung atau pengaruh dengan adanya variabel mediasi atas hipotesis yang dibangun oleh peneliti dapat dilihat hasil indirect effect dengan PLS yang disajikan dalam tabel dibawah ini.

Table 8. Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sampel	t-Statistic	P-Value
GCG->Profitabilitas->Nilai Perusahaan	-0.023	0.337	0.736
SR->Profitabilitas->Nilai Perusahaan	-0.003	0.183	0.847
Struktur Modal->Profitabilitas->Nilai Perusahaan	-0.022	0.326	0.745

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2020

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan tidak adanya pengaruh GCG, CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas, hal ini dapat dilihat dengan nilai t-statistik masing-masing sebesar 0,337, 0,183, dan 0,326 yang dimana nilai t-statistik ini lebih kecil dari nilai t-tabel 1.985. Dengan begitu hipotesi 8, 9 dan 10 ditolak karena tidak didukung data peneliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan

Good Corporate Governance tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa selama periode pengamatan GCG pada perusahaan BUMN tidak dijadikan acuan investor untuk membeli saham dan terdapat faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Alasan mendasar GCG tidak dijadikan acuan oleh investor dalam membeli saham dikarenakan bahwa setiap perusahaan BUMN wajib menjalankan GCG yang baik, seperti yang diatur dalam PERATURAN MENTERI NEGARA BADAN USAHA MILIK NEGARA NOMOR: PER-01/MBU/2011 Tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) Pada Badan Usaha Milik Negara. Maka dari ini investor akan berasumsi dan yakin bahwa setiap BUMN sudah menjalankan GCG dengan baik sehingga tidak perlu lagi mempertimbangkan GCG dalam melakukan investasi.

Adapun faktor lain yang diduga menyebabkan investor membeli saham perusahaan BUMN yang akan mempengaruhi jumlah permintaan saham dan memicu naiknya harga saham atau naiknya nilai perusahaan antara lain karena adanya faktor kepercayaan, investor lebih melihat BUMN sebagai badan usaha milik negara dimana investor percaya bahawa investasi pada perusahaan BUMN cenderung memiliki resiko lebih rendah dan lebih aman dibanding pada perusahaan swasta karena ada campur tangan pemerintah dalam aksi korporasi sehingga pengawasan yang dilakukan jauh lebih kuat. Dividen menjadi dapat menjadi pendorong investor melakukan investasi dimana perusahaan BUMN sangat sering membagikan dividen dan likuiditas emiten juga menjadi salah satu pertimbangan investor untuk memilih saham di pasar modal. Saham-saham BUMN rata-rata memiliki likuiditas tinggi sehingga ini juga membuat saham-saham BUMN banyak masuk di indeks saham LQ45.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Supriatna & M. Kusuma (2009) dan Retno M & Priantinah (2012) menemukan bukti empiris bahwa mekanisme GCG tidak memiliki pengaruh pada Nilai perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada periode pengamatan pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak terbukti dapat mempengaruhi minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Sudarma, & Purnomosidhi (2016); Putri et al., (2016) yang menyatakan tidak adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan BUMN tidak mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan karena perusahaan tidak melakukan pengkomunikasian tanggung jawab sosial secara tepat, sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Ini berarti legitimasi yang dilakukan perusahaan dengan melakukan pengungkapan CSR pada perusahaan BUMN masih belum dapat diterima public, terutama investor. Rendahnya pengungkapan CSR perusahaan dan tidak sesuai dengan standar GRI yang menjadi kemungkinan penyebab tidak signifikannya hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Faktor lain yang menyebabkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena dalam regulasinya CSR yang dilakukan perusahaan BUMN melalui program kemitraan, sehingga pasar menganggap bahwa CSR yang dilakukan BUMN hanya sebagai bentuk menjalankan aturan dari pemerintah saja. Sedangkan Penelitian yang dilakukan Klerek et al., (2015) di 100 perusahaan dengan nilai tertinggi di United Kingdom, menyatakan bahwa semakin baik pengungkapan CSR perusahaan, maka akan semakin tinggi juga harga saham dari perusahaan tersebut.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan struktur modal yang diproksi dengan hutang tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa selama periode pengamatan pada perusahaan BUMN seberapa besar hutang yang dimiliki oleh perusahaan tidak dijadikan acuan investor dalam membeli saham.

Hutang yang dikelola dengan baik tidak akan menjadi beban yang besar, justru akan menjadi semangat untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Sehingga investor menilai bahwa utang yang dimiliki perusahaan tidak menjadi masalah dan halangan untuk melakukan investasi pada perusahaan BUMN. Berdasarkan pada sinyal tersebut investor kemudian memandang bahwa jumlah hutang perusahaan tidak menjadikan beban bagi perusahaan untuk berkembang sehingga tidak mempengaruhi nilai perusahaan namun mungkin dapat mempengaruhi variabel lain. Penelitian Hamidy et al., (2015) dan Pratiwi dan Maretha, (2017) menemukan hasil yang sama, bahwa tingkat hutang tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Investor cenderung melihat hutang sebagai hal yang positif.

Pengaruh GCG Terhadap Profitabilitas

Good Corporate Governance memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan selama periode pengamatan GCG memiliki pengaruh dalam peningkatan keuntungan perusahaan BUMN.

Dewan komisaris independen dengan profesionalisme tinggi akan menghasilkan keputusan yang lebih objektif dan mewujudkan efektivitas dalam mengawasi manajer. Keputusan yang diambil bukan untuk kepentingan pihak tertentu, dan manajer hanya bertindak untuk manfaat perusahaan dan pemangku kepentingan lain dalam rangka meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hal terpenting dalam efektivitas dewan Komisaris adalah memiliki komisaris independen. Karena itu, dengan jumlah komisaris independen yang lebih besar, proses pengambilan keputusan akan lebih objektif sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan. Kepemilikan institusional dalam perusahaan sebagai cara mengurangi konflik keagenan. Dengan adanya kepemilikan institusional maka pengawasan terhadap manajemen lebih terjamin sehingga manajemen akan tetap bertindak pada kepentingan perusahaan yaitu meningkatkan profitabilitas atau keuntungan. Semakin tinggi kepemilikan saham oleh lembaga, maka mekanisme kontrol manajemen akan semakin efektif. Kepemilikan saham oleh manajerial dapat menjadi faktor pendorong peningkatan profitabilitas perusahaan. Pihak manajerial akan berusaha untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan demikian kepentingannya sebagai pemegang saham juga akan ikut terpenuhi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhadak (2018), Al-Thuneibat (2016) dan Mubarak & Hamdan (2015) menemukan bukti bahwa mekanisme GCG memiliki pengaruh pada Profitabilitas perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas

CSR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan yang digambarkan oleh ROA. Hasil ini mengindikasikan bahwa selama periode pengamatan pada perusahaan BUMN seberapa besar dan sering pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas yang dihasilkan perusahaan.

Kemungkinan yang terjadi adalah perusahaan BUMN dalam melakukan CSR hanya sebagai penarik perhatian publik dan hanya sebagai pemenuhan dari peraturan yang ada. Disisi lain, sebenarnya karyawan atau SDM merupakan asset terbaik yang dimiliki perusahaan. Seharusnya perusahaan benar-benar memperhatikan karyawan yang dimiliki,

agar mereka bisa lebih royal dalam bekerja, dengan adanya royalti karyawan maka produktifitas akan meningkat sehingga dengan begitu dapat menghasilkan profit yang maksimal bagi perusahaan.

Pada praktiknya CSR yang dilakukan perusahaan BUMN cenderung menambah pengeluaran perusahaan dalam jangka pendek, sehingga profit perusahaan akan berkurang. Apabila perusahaan melakukan CSR dengan kualitas yang baik terhadap asset yang dimiliki, dalam konteks ini SDM maka akan ada efek jangka panjangnya. Apabila melihat pengaruh CSR dalam jangka pendek, maka tidak signifikan dirasakan pengaruhnya. Hal ini menandakan bahwa teori stakeholder di perusahaan BUMN belum berjalan dengan baik. Perusahaan masih kurang bertanggungjawab terhadap aset yang dimiliki, yaitu karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Aras dan Crowther (2016), Fan (2015) dan Mwangi & Jane Jerotich, (2013) menemukan hal yang sama.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas

Struktur modal berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika DER meningkat, maka profitabilitas perusahaan akan menurun atau sebaliknya. *Pecking order theory* menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki hutang yang rendah, dikarenakan perusahaan memiliki sumber dana internal yang melimpah. Hal ini juga dapat dipengaruhi oleh semakin tinggi DER atau tingkat hutang perusahaan maka akan semakin tinggi juga bunga yang harus dibayarkan oleh perusahaan ini mengakibatkan menurunnya keuntungan perusahaan. Semakin besar pula beban yang harus dibayarkan perusahaan kepada pihak luar, hal ini sangat memungkinkan menurunkan kinerja perusahaan, karena tingkat ketergantungan terhadap pihak luar akan semakin tinggi. Semakin tinggi DER menunjukkan semakin tinggi penggunaan kewajiban sebagai sumber pendanaan hal ini akan menimbulkan resiko perusahaan tidak sanggup membayar kewajiban jatuh tempo. Sehingga hal ini akan mengganggu kontinuitas perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil yang ditemukan oleh (Utama, 2014) dan (Amanda et al., 2018).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan BUMN pada periode pengamatan tidak mempengaruhi investor untuk membeli saham pada perusahaan BUMN. Hal ini bertentangan dengan penelitian Hermuningsih (2013); Ghosh dan Ghosh (2008), serta (Chen, 2011) Jika

ditinjau kembali seharusnya profitabilitas akan mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan mengelola asset yang ada untuk menghasilkan laba sebesar-besarnya dengan demikian tingkat pengembalian atas investasi akan semakin tinggi dan hal ini dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya, karena tujuan dari investor adalah mencari keuntungan. Namun, pada perusahaan BUMN investor tidak mempertimbangkan tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Investor memilih investasi pada perusahaan BUMN karena perusahaan BUMN dinilai lebih minim resiko karena adanya campur tangan pemerintah dalam mengelola perusahaan.

Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan pada uji yang dilakukan Profitabilitas yang diproksi dengan ROA tidak dapat memediasi pengaruh antara GCG terhadap Nilai perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan kemungkinan faktor yang menyebabkan adalah tidak adanya pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

Profitabilitas yang diproksi dengan ROA tidak dapat menjadi variabel intervening pengaruh antara CSR terhadap Nilai perusahaan. Tidak adanya pengaruh CSR terhadap profitabilitas dan tidak adanya pula pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dapat menjadi faktor penyebab tidak mampunya profitabilitas memediasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wardhani (2013) yang meneliti pengaruh tidak langsung pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur dan memperoleh hasil yang tidak signifikan.

Rendahnya pengungkapan CSR perusahaan BUMN dan tidak sesuai dengan standar GRI sehingga investor menganggap bahwa image perusahaan terhadap pihak eksternal kurang baik. Apabila persepsi tersebut sudah tertanam didalam cara berfikir investor, maka sebesar apapun profit yang akan diberikan oleh perusahaan kepada investor tidak menarik investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut, sehingga nilai perusahaan tidak akan mengalami perubahan. Inilah yang menjadi kemungkinan penyebab tidak signifikannya hubungan tidak langsung antara CSR dan nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening

Pengaruh mediasi yang dihasilkan tidak signifikan yang berarti tidak ada pengaruh mediasi. Hal tersebut menunjukkan profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara struktur modal dan nilai perusahaan dikarenakan pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan bersifat negatif sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Hasil pengujian dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa GCG, CSR, Struktur Modal dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan BUMN. GCG berpengaruh positif terhadap profitabilitas sehingga dapat diartikan bahwa ketika GCG perusahaan sangat baik ini akan mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan, sebaliknya ketika GCG dalam perusahaan kurang baik. Struktur modal memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas ini berarti ketika dan peningkatan jumlah hutang dalam perusahaan akan menurunkan profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan, sebaliknya perusahaan yang profitabilitasnya tinggi cenderung memiliki tingkat hutang yang sedikit. CSR tidak memiliki pengaruh baik terhadap nilai perusahaan maupun profitabilitas perusahaan, hal ini dikarenakan Rendahnya pengungkapan CSR perusahaan dan tidak sesuai dengan standar GRI dan pengungkapan CSR yang dilakukan hanya sebagai penarik perhatian publik dan sebagai pemenuhan dari peraturan yang ada.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini dapat diterapkan bagi perusahaan. Nilai perusahaan merupakan hal mendasar bagi investor dalam menilai reputasi perusahaan sebelum melakukan investasi, investor akan cenderung memilih perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi karena dengan begitu kesejahteraan pemilik atau pemegang saham akan meningkat. Dalam melakukan investasi investor tidak memperhitungkan GCG, GCG yang baik tidak lah menjadi jaminan bahwa investor tertarik untuk menanamkan modalnya di suatu perusahaan, namun kepercayaan dan faktor lain diluar GCG yang mungkin dapat mempengaruhi minat

investor dalam melakukan investasi. Kebijakan struktur modal yang ada diperusahaan juga bukan menjadi faktor utama dalam ketertarikan investor membeli saham.

Bagi investor penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan investasi di suatu perusahaan dimana jika menginginkan perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi maka perusahaan dengan sistem tata kelola yang baik sebaiknya menjadi pilihan. Kebijakan hutang juga dapat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan, dengan tingkat hutang rendah akan lebih menghasilkan profitabilitas yang tinggi. Sedangkan CSR investor tidak perlu menghiraukannya karena tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan maupun profitabilitas perusahaan, karena CSR yang dilakukan oleh perusahaan hanya sebagai bentuk dari pemenuhan peraturan yang ada dan belum sesuai dengan standar GRI.

KETERBATASAN DAN SARAN

Sebagai mana penelitian-penelitian yang ada, hasil penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel yang digunakan oleh peneliti hanya terdapat 20 perusahaan saja, Semakin banyak sampel penelitian maka akan semakin luas pengamatan yang dilakukan sehingga diharapkan hasilnya akan semakin valid. Kedua, pengambilan sampel pada perusahaan BUMN mencakup beberapa sektor didalamnya sehingga pola penyebaran data cenderung berbeda. Ketiga, penelitian ini hanya melihat pada laporan tahunan perusahaan, padahal ada kemungkinan pelaporan CSR perusahaan dipaparkan secara detail pada laporan berkelanjutan. Keempat, pengukuran variabel CSR yang menggunakan patokan GRI G4, padahal tidak semua perusahaan wajib melakukan dan melaporkan CSR sesuai dengan GRI G4. Kelima, variabel GCG dan CSR pada perusahaan BUMN tidak dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan GCG dan CSR merupakan kewajiban yang diatur dalam peraturan menteri BUMN, sehingga GCG dan CSR pasti dijalankan sebagai bentuk penerapan regulasi yang ada, sehingga tidak dapat menjadi tolak ukur.

Saran untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel independen lain yang diduga dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel ukuran perusahaan, likuiditas dan dividen karena semakin besar ukuran perusahaan maka kepercayaan pasar pada perusahaan akan semakin tinggi pula, sedangkan likuiditas dan dividen dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi investor ketika

melakukan investasi, karena dividen dapat membantu pertumbuhan dan perluasan keuntungan investor sehingga diduga variabel ini dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika peneliti selanjutnya ingin tetap menggunakan variabel yang sama gunakan indikator yang berbeda yang diduga mampu menjelaskan variabel-variabel terikat, penelitian selanjutnya juga dapat mengganti variabel intervening profitabilitas dengan variabel lainya dikarenakan profitabilitas tidak terbukti dapat memediasi hubungan antara variabel independen terhadap dependen. Selain itu penelitian ini juga dapat diterapkan pada sampel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Thuneibat, A. A., Al-Angari, H. A., & Al-Saad, S. A. (2016). The effect of corporate governance mechanisms on earnings management: Evidence from Saudi Arabia. *Review of International Business and Strategy*. <https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2013-0100>
- Amanda, R., Utary, A. R., & Defung, F. (2018). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Serta Harga Komoditas Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Industri Pertambangan Batu Bara di Indonesia. *10(2)*, 147–158.
- Ary Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, *4(2)*, 132–144.
- Brigham, E. ., & Houston, J. F. (2001). *Manajemen Keuangan* (Edisi 8 bu). Erlangga.
- Chen, L.-J. and S.-Y. C. (2011). The Influence of Profitability on Firm Value with Capital Structure as The Mediator and Firm Size and Industry as Moderators. *Investment Management and Financial Innovations*, Vol.8(Issue 3), 121-129.
- Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*.
<https://doi.org/10.1002/smj.2131>
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.15(3), pp.283-311.
<https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Devie, D., Liman, L. P., Tarigan, J., & Jie, F. (2018). Corporate social responsibility, financial performance and risk in Indonesian natural resources industry. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2018-0155>
- Dianawati, C. P., & Fuadati, S. R. (2016). Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Eduardus Tandelilin. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. (Edisi pert). Kanisius.
- Fachrudin, K. A. (2011). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, *13(1)*, 37–46.
<https://doi.org/10.9744/jak.13.1.37-46>
- Fahmi, I. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. ALFABETA.
- Gayatri, N., & Mustanda, I. (2014). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividend dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *3(6)*, 1700–1718.

- Ghozali, I. and Latan, H. (2014). Partial Least Square Concepts, Methods and Applications Using the WarpPLS4.0 Program. Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77.
- Guna, W. I., & Herawaty, D. A. (2010). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit Dan Faktor Lainnya Terhadap Manajemen Laba. *Bisnis dan Akuntansi*.
- Hamidy, R. R., Wiksuana, I. G. B., & Artini, L. G. S. (2015). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Unud*, 10, 665–682.
- Harmono. (2009). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Bumi Aksara.
- IAI. (2007). *Ikatan Akuntan Indonesia*.
- J. Fred., Copeland, T. E., & Weston. (1996). *Manajemen Keuangan (Jilid 2)*. Erlangga.
- Jensen, M.C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, Vol.3(No.4), pp.305-360.
- Jensen, Michael C, & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kim, K. H., Kim, M. C., & Qian, C. (2018). Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Performance: A Competitive-Action Perspective. *Journal of Management*, 44(3), 1097–1118. <https://doi.org/10.1177/0149206315602530>
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Sruktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.458>
- McGuire, J. B., Sundgren, A., & Schneeweis, T. (2018). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*. <https://doi.org/10.5465/256342>
- Mubarak, M. M. S. Al, & Hamdan, A. M. M. (2015). The impact of corporate governance on firm performance: Evidence from Bahrain bourse. *International Management Review*. <https://doi.org/10.5539/ijef.v6n6p1>
- Muliani, L. E., Yuniarta, G. A., & Sinarwati, K. (2014a). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responcibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012). *E-Journal S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Muliani, L. E., Yuniarta, G. A., & Sinarwati, K. (2014b). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 6(2), 103–118. <https://doi.org/10.15294/jda.v6i2.3250>
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1470.
- Muryati, N., & Suardikha, I. (2014). Pengaruh Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 9(2), 425–429.
- Mwangi, C. I., & Jane Jerotich, O. (2013). The relationship between corporate social responsibility practices and financial performance of firms in the manufacturing , construction and allied sector of the Nairobi Securities Exchange. *International Journal of Business, Humanities and Technology*.

- Niresh, V. J. A. (2012). The Relationship between Capital Structure & Profitability. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(13).
- Noirirawan, R. (2012). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, Vol.1(No.2), 4.
- Orniati, Y. (2009). Laporan Keuangan sebagai Alat untuk Menilai Kinerja Keuangan. *Jurnal ekonomi bisnis*.
- Perwitasari, D. (2018). Struktur Kepemilikan, Karakteristik Perusahaan, dan Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
<https://doi.org/10.18202/jamal.2014.12.5032>
- Prior, D., Surroca, J. and Tribó, J. A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility". *Corporate Governance: An International Review*, 16(No. 2), 160–177.
- Purwitasari, E., & Septiani, A. (2013). Analisis Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas. In *Accounting*.
- Puspaningrum, Y. (2017a). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Profita*, 2(1), 1–14.
- Puspaningrum, Y. (2017b). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Profita*.
- Putri, A. K., Sudarma, M., & Purnomosidhi, B. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 344–358.
<https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.16>
- Rahmawati, A. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Finansial Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure sebagai Variabel Intervening. *Univesitas Diponegoro*.
- Retno M, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan. *Jurnal Nominal*.
- Sholiha, E. U. N., & Mutiah Salamah. (2015). Structural Equaltion Modeling-Partial Least Square untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013). *Jurnal Sains dan Seni ITS*, Vol. 4(No. 2).
- Siallagan, H., & Machfoedz, dan M. (2006). Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*, 1–23.
- Sri, H. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 127-148.
- Suhadak, K. et al. (2018). Stock return and financial performance as moderation variable in influence of good corporate governance towards corporate value. *Asian Journal of Accounting Research*, 04(1), pp.18-34.
<https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2018-0021>
- Suhadak, S., Kurniaty, K., Handayani, S. R., & Rahayu, S. M. (2019). Stock return and financial performance as moderation variable in influence of good corporate governance towards

- corporate value. *Asian Journal of Accounting Research*, 4(1), 18–34. <https://doi.org/10.1108/ajar-07-2018-0021>
- Suharto, E., & Gunarsa, A. (2007). *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri : Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)* (Aep Gunarsa (ed.)). Refika Aditama.
- Supadi, Y. M., & Sudana, I. P. (2018). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Pertambangan. *E-Jurnal Akunansi Universitas Udayana*, 7(4), 1165–1192.
- Supiyadi, D., Ramdhonah, Z., & Fithriani, M. (2016). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas. *Manajemen*, 5(2), 110–120.
- Supriatna, N., & M. Kusuma, A. (2009). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.17509/jaset.v1i1.8907>
- Surtono, A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4 ed.). BPFE.
- Sutino, E. R. D., & Khoiruddin, M. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan yang Masuk dalam JII (Jakarta Islamic Index) Tahun 2012-2013. *Management Analysis Journal*.
- Tjandrakirana DP, R., & Monika, M. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v12i1.3136>
- Widyasari, N. A. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wisnu.H., & Subowo. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *Accounting Analysis Journal*, 3(3), 321–333. <https://doi.org/10.15294/aaj.v3i3.4202>

EFEK MEKANISME *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Regita Pramesthi Putri Larasati¹

Robiyanto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to determine the effect of Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Social Responsibility (CSR) on financial performance through earning management as mediation. By using secondary data from companies listed in SRI KEHATI from 2014 – 2019. The data were analyzed with Partial Least Square using Smart PLS software. The research shows that GCG and CSR both have positive effect on financial performance. But, CSR doesn't affect financial performance significantly, unlike GCG does. Also, earning management here act as partial mediation to both GCG and CSR on financial performance. IPMA result of this study shows that in order to optimize financial performance, the company should focus on establishing GCG mechanism.

Keywords: *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Earning Management, Financial Performance.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel mediasi. Dengan menggunakan data sekunder dari perusahaan yang tercatat dalam indeks SRI KEHATI tahun 2014 – 2019 yang dianalisa menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan aplikasi Smart PLS. Dari hasil penelitian ini, terbukti bahwa GCG dan CSR keduanya memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan. Akan tetapi, CSR tidak mempengaruhi kinerja keuangan secara signifikan, tidak seperti GCG. Selain itu, manajemen laba di sini memiliki peran mediasi parsial terhadap GCG dan CSR pada kinerja keuangan. Hasil IPMA pada penelitian ini menunjukkan, guna mengoptimalkan kinerja keuangan, perusahaan dapat berfokus untuk meningkatkan mekanisme GCG.

Kata Kunci: *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Manajemen Laba, Kinerja Keuangan.*

1robiyanto@staff.uksw.edu

PENDAHULUAN

Good Corporate Governance (GCG) mulai diterapkan di Indonesia sejak tahun 1997 (Budiati, 2012). Pada dasarnya GCG diberlakukan untuk memaksimalkan profit dan untuk melindungi para pemegang saham (Beltratti, 2005). Menurut penelitian Mashitoh & Irma (2015), dengan sampel semua bank di Indonesia, secara empiris terbukti bahwa jajaran komisaris dan kualitas audit mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan menurut Hermiyetti & Manik (2013) dengan menggunakan sampel sebanyak 440 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2006 – 2010, kecuali perusahaan bidang keuangan, secara empiris terbukti bahwa mekanisme GCG tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Selain GCG yang berfokus pada sistem manajemen, ada juga sistem pengelolaan lainnya yang berfokus pada hal-hal di luar perusahaan, seperti: lingkungan, masyarakat, dll. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan teori legitimasi dijelaskan bahwa perusahaan dapat terus beroperasi selama mematuhi peraturan dan norma yang berlaku dalam masyarakat atau lingkungan perusahaan itu berdiri (Deegan, 2002). Menurut penelitian Rodriguez & Fernandez (2016), dengan sampel perusahaan *Go-Public* yang tercatat di *Madrid Stock Exchange* tahun 2009 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan menurut Mwangi, Jerotich & Jane (2013), dengan sampel perusahaan manufaktur dan konstruksi yang tercatat di Bursa Efek Nairobi pada tahun 2007 – 2011, menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Ketidak konsistensian hasil penelitian sebelumnya menjadi tujuan adanya penelitian ini untuk mencari tahu efek GCG dan CSR pada kinerja keuangan perusahaan yang dimediasi oleh manajemen laba pada perusahaan yang tercatat pada indeks SRI KEHATI TAHUN 2014 – 2019. Alasan memilih indeks SRI KEHATI karena indeks ini terdiri dari berbagai varian perusahaan.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek dari mekanisme GCG dan CSR dengan manajemen laba sebagai variabel mediasi terhadap kinerja keuangan perusahaan dan untuk memberikan keterangan lebih lanjut atas penelitian sebelumnya.

TELAAH PUSTAKA

Teori Keagenan

Menurut Jensen & Meckling (1976), Teori Keagenan adalah hubungan yang terjadi antara pemilik perusahaan dan agen, dimana agen adalah delegasi dari pemilik perusahaan yang diberi wewenang dalam pengambilan keputusan terkait dengan perusahaan yang memungkinkan untuk terjadi konflik kepentingan antara pemilik perusahaan dengan agen. Pemilik perusahaan tentu ingin laba perusahaan meningkat, tugas manajer adalah untuk mengabdikan keinginan dari pemilik perusahaan. Atas dasar itu, manajemen melakukan efisiensi laba dalam laporan keuangannya. Penerapan GCG juga digunakan untuk membatasi perilaku oportunistik pihak manajemen.

Teori Stakeholder

Jalannya perusahaan bergantung dari keinginan para pemangku kepentingan. Perusahaan harus mencari dukungan dari para pemangku kepentingan untuk menjaga kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995), karena tujuan perusahaan adalah mencapai target para pemilik kepentingan perusahaan (Freeman & McVea 1984). Arah perusahaan bergantung para kuatnya para pemegang kepentingan.

Teori Legitimasi

Teori ini merupakan orientasi perspektif, yang mana perusahaan dan masyarakat setempat saling mempengaruhi. Maka dari itu, teori legitimasi digunakan sebagai acuan dalam kegiatan CSR. Legitimasi diperoleh ketika keberadaan perusahaan sesuai dengan nilai di lingkungan perusahaan (Deegan, 2002).

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola sumber dayanya (IAI, 2007). Kinerja keuangan diukur menggunakan rasio keuangan, diantaranya: rasio likuiditas, rasio profitabilitas, rasio solvabilitas, dan rasio aktivitas (Harahap, 2008). Rasio keuangan dijadikan patokan untuk meningkatkan kinerja perusahaan di periode selanjutnya. Selain itu, juga dapat digunakan sebagai dasar pemberian penghargaan atau hukuman.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang belum *go public* dapat dilihat dari nominal yang akan dibayar calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2006). Sedangkan perusahaan yang sudah *go public*, nilai perusahaan adalah nilai saham yang telah beredar. Salah satu

cara yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah menggunakan Tobin's Q.

Good Corporate Governance (GCG)

The Cadbury Committee (1992) mendefinisikan GCG mengatur hubungan antara pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya yang berkaitan dengan hak dan kewajiban. GCG muncul untuk meyakinkan investor bahwa dana yang telah mereka investasikan digunakan dengan tepat dan efisien. Uwuigbe et al. (2014) berpendapat bahwa keberadaan GCG dapat mempengaruhi manajemen laba karena adanya GCG tersebut pihak manajemen yang berperan sebagai agen diharuskan untuk bekerja sebaik mungkin demi keuntungan pemegang saham.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut ISO 26000, CSR adalah upaya tanggung jawab suatu organisasi atas keputusan dan kegiatannya yang berdampak di masyarakat dan lingkungan. Upaya tanggung jawab tersebut diwujudkan dalam bentuk sikap taat hukum yang mendorong pembangunan dan kesejahteraan masyarakat tanpa mengabaikan tujuan dari para pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan dengan CSR tidak akan melakukan manajemen laba secara beruntun untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan para investor melalui transparansi (Gras-Gil, Palacios Manzano & Fernández, 2016).

Manajemen Laba

Penelitian Fischer & Rosenzweig (1995), manajemen laba adalah praktik menambah atau mengurangi laba perusahaan. Menurut (Scott, 2003), terdapat berbagai tujuan dibalik manajemen laba, diantaranya: kontrak, bonus, pajak, politik, informasi untuk investor, pergantian CEO, dan *Initial Public Offering* (IPO). Mengukur manajemen laba dapat dilakukan dengan beberapa model, seperti: model industri, model Healy, model Jones, model Jones yang dimodifikasi, dan model de Angelo (Dechow, Sloan, & Sweeney, 1995).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Mekanisme GCG Pada Kinerja Keuangan Perusahaan

Penelitian Wu et al. (2009), komisaris independen yang memiliki profesionalisme tinggi dapat memberikan keputusan yang objektif dengan mengoptimalkan pengawasan kepada para manajer demi kepentingan perusahaan dan para pemangku kepentingan. Penelitian Mahrani & Soewarno (2018) dan Sianipar & Wiksuana (2019) menunjukkan bahwa mekanisme GCG berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, karena semakin

banyak komisaris independen semakin baik pengawasannya. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H1. GCG berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Efek CSR Pada Kinerja Keuangan Perusahaan

CSR berupaya untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan (Chen & Wang, 2011). Sesuai teori *stakeholder*, perusahaan bertanggung jawab pada masyarakat. Penelitian yang berpendapat CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, yaitu: Saleh, Zulkifli & Muhamad (2011); Rajput, Batra & Pathak (2012); Palmer (2012); Ghelli & Schröder (2013); dan Ahamed, Almsafir & Al-Smadi (2014). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2. CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Pengaruh GCG Pada Manajemen Laba

Penelitian Lee et al. (2012); Uwuigbe et al. (2014); dan Kamran & Shah (2014), membuktikan GCG berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Independensi dewan komisaris mampu memberikan pengawasan yang efektif dan menekan perilaku menyimpang. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3. GCG berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Pengaruh CSR pada Manajemen Laba

CSR berupaya menjaga hubungan baik dengan investor dan berusaha untuk tidak melakukan praktik manajemen laba (Chih, Shen & Kang, 2008). Perusahaan dengan CSR memiliki etika dan standar perilaku baik akan membatasi praktik manajemen laba. Adanya manajemen laba demi kepentingan pribadi menurunkan kepercayaan pemangku kepentingan (Gras-Gil et al., 2016). Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H4. CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Pengaruh manajemen laba pada kinerja keuangan perusahaan

Manajemen laba berkaitan dengan laba perusahaan sebagai tolok ukur untuk menilai tingkat kesuksesan perusahaan. Awais Akram et al. (2015) menyatakan, kinerja keuangan akan menurun karena adanya praktik manajemen laba. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H5. Manajemen laba berpengaruh negative terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh GCG pada kinerja keuangan dengan manajemen laba sebagai mediasi

Secara teori, GCG meningkatkan kinerja keuangan, mengurangi praktik KKN, dan meningkatkan kepercayaan investor. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan

bahwa manajemen laba tetap ada demi keuntungan pribadi. Menurut Ching et al. (2015) dan Setiawan (2015), GCG berpengaruh negatif pada kinerja keuangan dengan manajemen laba sebagai mediasi. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

H6. GCG berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan dengan manajemen laba sebagai mediasi.

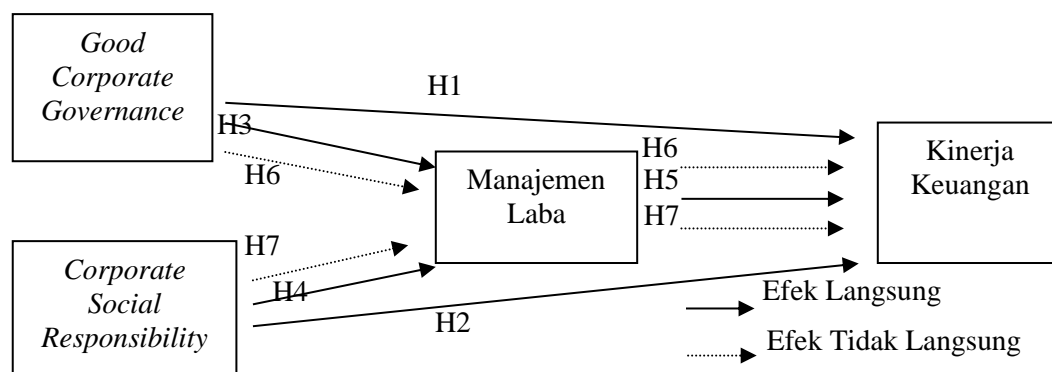
Pengaruh CSR pada kinerja keuangan dengan manajemen laba sebagai mediasi

CSR mengharuskan perusahaan untuk menyajikan laporan keuangan yang transparan, juga meminimalisir praktik manajemen laba, dapat meningkatkan moral karyawan dan kepercayaan dari investor (Waddock, Sandra A; Graves & Samuel, 1997).

Berdasarkan penjabaran tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H7. CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dengan manajemen laba sebagai mediasi.

KERANGKA PEMIKIRAN



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Tabel 1. Identifikasi Variabel

Hipotesis	Variabel Independen	Variabel Mediasi	Variabel Dependen
H1	GCG		Kinerja Keuangan
H2	CSR		Kinerja Keuangan
H3	GCG		Manajemen Laba
H4	CSR		Manajemen Laba
H5	Manajemen Laba		Kinerja Keuangan
H6	GCG	Manajemen Laba	Kinerja Keuangan
H7	CSR	Manajemen Laba	Kinerja Keuangan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan korelasional serta hubungan sebab akibat antar variabel (Sulistyanto & Susilawati, 2000). Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki (IAI, 2007). Rumus untuk melihat kinerja keuangan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. *Return On Assets (ROA)*

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas. Rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2. *Earning per Shares (EPS)*

EPS berfungsi untuk menghitung jumlah laba dalam setiap saham (Darmadji & Fakhruddin, 2012). Rumus EPS adalah sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

3. *Tobin's Q*

Tobin's Q diukur menggunakan Rasio Q yang dimodifikasi oleh Chung & Pruitt (2012) yang kemudian dirumuskan sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{(\text{Total Aset} + \text{Total Liabilitas})}{\text{Kapitalisasi Pasar}}$$

Dalam penelitian ini, GCG dapat diukur menggunakan:

1. Jumlah Dewan Komisaris Independen

Berikut rumus menghitung jumlah dewan komisaris independen:

$$KIND = \frac{\text{Jumlah Dewan Komisaris Independen}}{\text{Jumlah Dewan Komisaris}}$$

2. Kualitas Auditor

Perusahaan yang menggunakan jasa audit dari salah satu kantor akuntan publik yang termasuk *Big 4* maka diberi nilai 1, sedangkan yang tidak diberi nilai 0.

CSR yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh kegiatan perusahaan yang beroperasi untuk tujuan sosial (McWilliams, 2020). CSR diukur menggunakan indeks 91 *Global Reporting Initiative*. Dimana perusahaan yang melakukan CSR diberi nilai 1, sedangkan yang tidak diberi nilai 0.

Berikut rumus CSR yang digunakan:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Pengukuran manajemen laba pada penelitian ini menggunakan model Jones yang dimodifikasi oleh Dechow et al. (1995). Langkah-langkah mengukur manajemen laba dengan model Jones yang dimodifikasi adalah:

1. Menentukan total nilai akrual, merupakan perbedaan antara laba bersih dan arus kas operasi:

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

2. Menentukan parameter 1, 2 dan 3 menggunakan model Jones:

$$TA_{it} = \beta_1 + \beta_2 \Delta REV_{it} + \beta_3 PPE_{it} + \epsilon_{it}$$

Mengukur skala data, seluruh variabel dibagi aset tahun sebelumnya, sehingga menjadi:

$$TA_{it}/A_{it-1} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

3. Menggunakan parameter 1, 2 dan 3, nilai akrual non diskret dapat dihitung sebagai berikut:

$$NDA_{it} = \frac{\beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1})}{A_{it-1}} + \epsilon_{it}$$

4. Total akrual adalah jumlah dari akrual diskret dan akrual non diskret. Nilai akrual diskret dapat dihitung dengan melihat selisih dari total akrual dengan akrual non diskret:

$$DA_{it} = TA_{it} + NDA_{it}$$

Keterangan:

TA_{it} = Total akrual perusahaan pada periode t.

NI_{it} = Laba bersih perusahaan pada periode t.

CFO_{it} = Arus kas operasional perusahaan dalam periode t.

NDA_{it} = Nilai akrual non diskret perusahaan dalam periode t.

DA_{it} = Nilai akrual diskret perusahaan dalam periode t.

A_{it-1} = Total aset perusahaan dalam periode t-1.

ΔREV_{it} = Delta penjualan bersih perusahaan pada periode t.

PPE_{it} = Pabrik, properti, dan perlengkapan milik perusahaan pada periode t.

I_t = Error.

Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi dengan mengumpulkan data sekunder dari setiap laporan tahunan perusahaan dan laporan keberlanjutan yang tercatat dalam indeks SRI KEHATI pada tahun 2014 – 2019 yang diperoleh dari situs *web* Bursa Efek Indonesia atau situs *web* dari masing-masing perusahaan sebagai populasi dengan metode *purposive sampling* dengan model penelitian *Partial Least Square* (PLS).

Cara mengetahui pengaruh langsung antar variabel adalah dengan *path coefficient* pada PLS *algorithm* dan *T-statistics* pada pengujian *bootstrapping* dimana nilai *path coefficient* menunjukkan arah hubungan yang positif atau negatif, dan *T-statistics* menunjukkan signifikansi antar variabel. Analisa yang kedua adalah *indirect effect* PLS *algorithm* dan *specific indirect effect* pada *bootstrapping*. *Indirect effect* menunjukkan pengaruh positif atau negatif. Sedangkan *specific indirect effect* menunjukkan signifikansi variabel independen yang dimediasi terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, subjek penelitian yang digunakan adalah perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI KEHATI pada tahun 2014 – 2019 secara konsisten.

Tabel 2. Sampel Penelitian

Subjek Penelitian	Kuantitas
Perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI KEHATI	25
Perusahaan yang tidak terdaftar dalam indeks SRI KEHATI pada tahun 2014 – 2019 secara konsisten	(8)
Perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI KEHATI pada tahun 2014 – 2019 secara konsisten dan tidak menyediakan laporan keberlanjutan	(9)
Perusahaan yang terpilih menjadi sample pada penelitian ini	8

Sumber: Data yang diproses (2020)

Analisis Model dan Pengujian Hipotesis

Pengujian data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Smart PLS*. Indikator awal yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur GCG, CSR, Manajemen Laba, dan Kinerja Keuangan secara berturut-turut adalah ROA, EPS, TOBS, KIND, KA, LING, SOS, dan DA. Setelah seluruh indikator diuji menggunakan *PLS algorithm* terjadi *error* untuk indikator KA karena data tersebut tidak bervariasi.

Tabel 3. Indikator

	<i>Excess Kurtosis</i>	<i>Skewness</i>
ROA	2,313	1,841
EPS	5,396	2,057
TOBS	4,239	2,414
KIND	-0,670	0,666
KA	-	-
LING	4,564	2,029
SOS	0,715	1,098
DA	1,297	1,506

Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Setelah menghilangkan variabel KA, langkah selanjutnya adalah mengeksekusi pengujian PLS *Algorithm* pada aplikasi *Smart PLS*. Setelah melakukan pengujian PLS *Algorithm*, didapati nilai R^2 yang ada pada *Quality Criteria*. Dimana nilai R^2 ini menunjukkan prosentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Putra and Andriani 2019).

Tabel 4. R Square

	<i>R Square</i>
Kinerja Keuangan	0,835
Manajemen Laba	0,212

Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Dari tabel 4, diketahui bahwa kinerja keuangan sebanyak 83 persen dapat dijelaskan oleh variabel independen dan manajemen laba sebanyak 21 persen..

Tabel 5. Path Coefficient

	Kinerja Keuangan	Manajemen Laba
CSR	0,091	0,053
GCG	0,275	0,456
Kinerja Keuangan Manajemen Laba	0,744	

Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Tabel 6. t-statistics

	<i>t-statistics</i>
CSR → Kinerja Keuangan	0,823
CSR → Manajemen Laba	0,357
GCG → Kinerja Keuangan	3,536
GCG → Manajemen Laba	2,735
Manajemen Laba → Kinerja Keuangan	12,872

Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Tabel 5 dan 6 menunjukkan *path coefficient* dan *t-statistics* secara berturut-turut. Pengaruh antara CSR terhadap Kinerja Keuangan menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan, dimana pernyataan ini sudah sesuai dengan H2. Hal ini menunjukkan CSR mampu mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara positif sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh et al. (2011), Rajput et al. (2012), Palmer (2012), Ghelli et al. (2013), dan Ahamed et al. (2014).

Pengaruh CSR terhadap Manajemen Laba adalah positif dan tidak signifikan, dimana pernyataan ini tidak sesuai dengan H4. CSR dapat meningkatkan praktik manajemen laba dalam perusahaan sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gargouri, Shabou, & Francoeur (2010) namun pernyataan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chih et al. (2008) dan Gras-Gil et al. (2016).

Pengaruh GCG terhadap Kinerja Keuangan adalah positif dan signifikan, pernyataan ini sudah sesuai dengan H1. Banyaknya komisaris independen dalam perusahaan dapat memberikan pengawasan yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan meminimalisir asimetri informasi antara direksi dan pemegang saham yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahrani et al. (2018) dan Sianipar et al. (2019).

Pengaruh GCG terhadap Manajemen Laba adalah positif dan signifikan, tidak sesuai dengan H3. Komisaris independen memiliki kemampuan yang efektif dalam pengawasan manajemen, dimana praktik manajemen laba dapat diminimalisir sehingga berpengaruh negatif menurut penelitian Uwuigbe et al. (2014), namun jika dewan komisaris hanya bekerja pada satu perusahaan, maka pernyataan ini sesuai dengan penelitian Wulandari (2013).

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Keuangan adalah positif dan signifikan, tidak sesuai dengan H5. Manajemen laba membuat profit perusahaan menjadi sedikit karena banyaknya pengeluaran (Awais Akram et al. 2015). Namun, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adryanti (2019) yang mana mampu membuat laporan tahunan perusahaan terlihat baik.

Tabel 7. Specific Indirect Effect

	<i>Original Sample</i>	<i>T-statistics</i>
CSR → Manajemen Laba → Kinerja Keuangan	0,039	0,357
GCG → Manajemen Laba → Kinerja Keuangan	0,339	2,742

Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Pengaruh mediasi dapat diketahui dari *specific indirect effect*. Pada tabel 7, dapat dilihat CSR yang dimediasi oleh manajemen laba berpengaruh positif dan tidak signifikan

terhadap kinerja keuangan. Aktivitas CSR terhadap manajemen laba memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan. Sedangkan manajemen laba terhadap kinerja keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

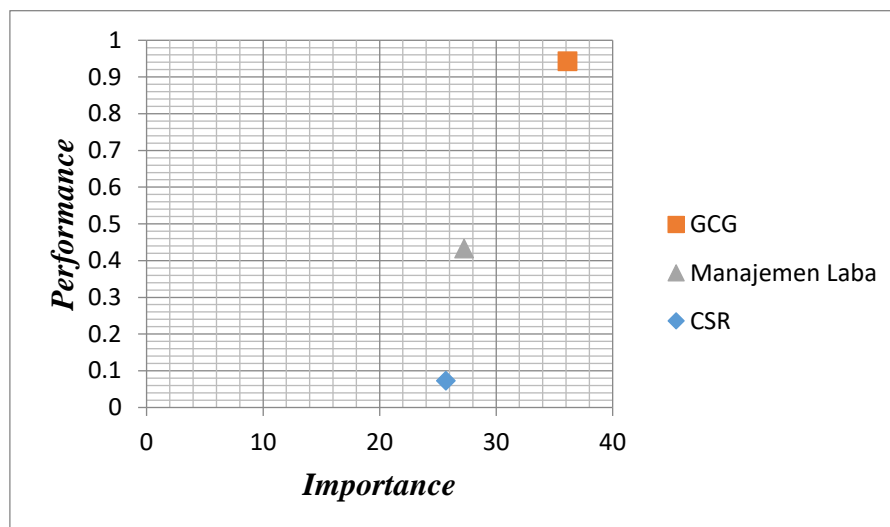
Pengaruh mekanisme GCG yang dimediasi oleh manajemen laba terhadap kinerja keuangan adalah positif dan signifikan. Pengaruh mekanisme GCG terhadap kinerja keuangan adalah positif dan signifikan, sedangkan pengaruh antara manajemen laba dan kinerja keuangan adalah positif dan signifikan. Peran manajemen laba adalah *partial mediation* atau mediasi parsial, karena manajemen laba tidak mempengaruhi GCG dan CSR terhadap kinerja keuangan.

Tabel 8. Importance Performance Map Analysis Pada Kinerja Keuangan

	<i>Performance</i>	<i>Importance</i>
CSR	25,706	0,073
GCG	36,124	0,943
Manajemen Laba	27.267	0,433

Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Grafik 1. Importance Performance Map Analysis Pada Kinerja Keuangan



Sumber: Data yang diproses menggunakan aplikasi Smart PLS (2020)

Dari tabel 8 dan grafik 1, terlihat bahwa GCG di sini memiliki nilai *importance* dan *performance* yang tinggi dibandingkan CSR dan Manajemen laba dengan rentang yang cukup besar apabila dilihat pada grafik 1. Hal ini menunjukkan bahwa, untuk mengoptimalkan kinerja keuangan, perusahaan dapat berfokus untuk meningkatkan GCG dalam perusahaannya.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa pengaruh aktivitas CSR terhadap kinerja keuangan adalah positif dan tidak signifikan, sedangkan aktivitas CSR yang telah dimediasi oleh manajemen laba terhadap kinerja keuangan juga memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan. Dari hasil itu, dapat disimpulkan bahwa peran manajemen laba di sini adalah sebagai mediasi parsial.

Selanjutnya adalah mekanisme GCG terhadap kinerja keuangan yang berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan mekanisme GCG yang telah dimediasi oleh manajemen laba terhadap kinerja keuangan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan. Dalam hal ini, peran manajemen laba adalah sebagai mediasi parsial.

Indeks SRI KEHATI merupakan kumpulan perusahaan yang memiliki kriteria GCG dan CSR yang baik. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terbukti bahwa perusahaan yang terdaftar dalam indeks SRI KEHATI cenderung meminimalisir praktik manajemen laba dalam kegiatan operasionalnya. Hal ini terbukti dari hasil uji manajemen laba yang hanya berperan sebagai mediasi parsial dan tidak mempengaruhi GCG ataupun CSR terhadap kinerja keuangannya.

Diketahui hasil IPMA pada penelitian ini bahwa, variabel GCG memiliki nilai *importance* dan *performance* yang tinggi terhadap kinerja keuangan. Dimana, dengan meningkatkan GCG perusahaan akan dapat meningkatkan kinerja keuangan agar menjadi lebih baik lagi.

Kekurangan dari penelitian ini adalah, jumlah sampel yang terlalu sedikit membuat beberapa indikator harus dihilangkan karena menjadi kurang bervariasi. Kedepannya agar dapat menambah sampel dengan kriteria GCG dan CSR yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adryanti, Ayu Fury. 2019. "Pengaruh Pilihan Metode Manajemen Laba AkruaL Dan Riil Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sektor Manufaktur." *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan 2* (1): 47-62. doi:10.29303/akurasi.v2i1.14.
- Ahamed, Wan, Mahmoud Almsafir, and Arkan Al-Smadi. 2014. "Does Corporate Social Responsibility Lead to Improve in Firm Financial Performance? Evidence from Malaysia." *International Journal of Economics and Finance 6* (February). doi:10.5539/ijef.v6n3p126.
- Awais Akram, Muhammad, Ahmed Imran Hunjra, Sidra Butt, and Iqra Ijaz. 2015. "Earnings Management and Organizational Performance: Pakistan VS India." *Basic Research Journal of Business Management and Accounts 4* (9): 211-20.

- Beltratti, Andrea. 2005. "The Complementarity between Corporate Governance and Corporate Social Responsibility." *Geneva Papers on Risk and Insurance: Issues and Practice* 30 (3): 373–86. doi:10.1057/palgrave.gpp.2510035.
- Budiati, Lilin. 2012. *Good Governance Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Malang: Ghalia Indonesia.
- Carroll, A. B. 1979. "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance." *Academy of Management Review* 4 (4): 497–505. doi:10.5465/amr.1979.4498296.
- Chen, Honghui, and Xiayang Wang. 2011. "Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance in China: An Empirical Research from Chinese Firms." *Corporate Governance* 11 (4): 361–70. doi:10.1108/14720701111159217.
- Chih, Hsiang Lin, Chung Hua Shen, and Feng Ching Kang. 2008. "Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence." *Journal of Business Ethics* 79 (1–2): 179–98. doi:10.1007/s10551-007-9383-7.
- Ching, Cheong Pei, Boon Heng Teh, Ong Tze San, and Hong Yong Hoe. 2015. "The Relationship among Audit Quality, Earnings Management, and Financial Performance of Malaysian Public Listed Companies." *International Journal of Economics and Management* 9 (1): 211–29.
- Chung, Kee H, and Stephen W Pruitt. 2012. "Simple of Tobin 's Approximation Q." *Venture Capital* 23 (3): 70–74. doi:10.1109/ICMLC.2010.38.
- Darmadji, T., and M.H. FAKhrudin. 2012. *Indonesia Stock Market*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Dechow, Patricia M, Richard G Sloan, and Amy P Sweeney. 1995. "Detecting Earnings Management." *The Accounting Review* 70 (2). American Accounting Association: 193–225. <http://www.jstor.org/stable/248303>.
- Deegan, Craig. 2002a. "Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – a Theoretical Foundation." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (3): 282–311. doi:10.1108/09513570210435852.
- Fischer, Marilyn, and Kenneth Rosenzweig. 1995. "Attitudes of Students and Accounting Practitioners Concerning the Ethical Acceptability of Earnings Management." *Journal of Business Ethics* 14 (6): 433–44. doi:10.1007/BF00872085.
- Freeman, R. Edward, and John McVea. 1984. "A Stakeholder Approach to Strategic Management." *Social Science Research Network Electronic Paper Collection*, 183–201. doi:10.1002/jctb.619.
- Gargouri, R.M., R. Shabou, and C. Francoeur. 2010. "The Relationship between Corporate Social Performance and Earnings Management." *Canadian Journal of Administrative Sciences (Revue Canadienne Des Sciences De l'Administration)* 27 (4): 320–34. doi:10.1002/cjas.178.
- Ghelli, Caterina, and Peter Schrøder. 2013. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance: An Empirical Evidence MSc Finance & Strategic Management." http://studenttheses.cbs.dk/bitstream/handle/10417/3597/caterina_ghelli.pdf?sequence=1.
- Gras-Gil, Ester, Mercedes Palacios Manzano, and Joaquín Hernández Fernández. 2016. "Investigating the Relationship between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Spain." *BRQ Business Research Quarterly* 19 (4). ACEDE: 289–99. doi:10.1016/j.brq.2016.02.002.
- Gray, Rob, Reza Kouhy, and Simon Lavers. 1995. "Corporate Social and Longitudinal Study Of UK Disclosure." *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8 (2): 47–77. doi:10.1108/09513579510146996.
- Harahap, S.S. 2008. *Critical Analysis of Financial Statements*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hermiyetti, and Evita Nora Manik. 2013. "The Influence of Good Corporate Governance Mechanism on Earnings Management: Empirical Study in Indonesian Stock Exchange Listed Company

- for Periods of 2006-2010." *Indonesian Capital Market Review* 5 (1). doi:10.21002/icmr.v5i1.1583.
- Husnan, S. 2006. *Teori Dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. 4th ed. Yogyakarta: BPFE.
- IAI. 2007. "Standar Akuntansi Keuangan." Jakarta.
- International Organizations for Standardization. 2010. ISO 26000, issued 2010.
- Jensen, Michael C, and William H Meckling. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure." In *Economic Analysis of the Law*, 3:162-76. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd. doi:10.1002/9780470752135.ch17.
- Lee, Torng-Her, Catherina Ku, Haimin Chen, and Jing-Fong Chen. 2012. "A Study of Corporate Governance Factors and Earnings Management Behaviors of Taiwan Public Companies." *International Journal of Business, Humanities and Technology* 2 (5): 79-88.
- Mahrani, Mayang, and Noorlailie Soewarno. 2018. "The Effect of Good Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Financial Performance with Earnings Management as Mediating Variable." *Asian Journal of Accounting Research* 3 (1): 41-60. doi:10.1108/ajar-06-2018-0008.
- Mashitoh, A Heriyanni, and B Irma. 2015. "The Influence of Corporate Governance Implementation Toward Bank Performance (Empirical Study on Banks Listed in Indonesia Stock Exchange)." *International Journal on Economics and Social Sciences* 1 (1): 25-30.
- Mcwilliams, Abigail. 2020. "Corporate Social Responsibility : A Theory of the Firm Perspective" 26 (1): 117-27. <https://www.jstor.org/stable/259398>.
- Mubarak, Muneer Mohamed Saeed Al, and Allam Mohammed Mousa Hamdan. 2016. "The Impact of Corporate Governance on Market Capitalization: Evidence from Bahrain Bourse." *Corporate Ownership and Control* 13 (3): 121-30. doi:10.22495/cocv13i3p11.
- Oyenje, and Jane J. 2013. "The Relationship between Corporate Social Responsibility Practices and Financial Performance of Firms in the Manufacturing , Construction and Allied Sector of the Nairobi Securities Exchange." University of Nairobi. <http://hdl.handle.net/11295/95926>.
- Palmer, Harmony J. 2012. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance : Does It Pay to Be Good ?" *CMC Senior Theses*, 1-72. http://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/529%0Ahttp://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/529%0AThis.
- Putra, Wawas Bangun Tegar Sunaryo, and Rendita Andriani. 2019. "The Intersection of Marketing and Human Resource Disciplines: Employer Brand Equity as a Mediator in Recruitment Process." *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 4 (12): 465-75. www.ijisrt.com.
- Rahman, A., and Y. Hutagaol. 2008. "Manajemen Laba Melalui AkruaL Dan Aktivitas Real Pada Penawaran Perdana Dan Hubungannya Dengan Kinerja Jangka Panjang (Studi Empiris Pada BEJ)." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia Jurnal Dan Prosiding* 5 (1): 1-29. doi:10.21002/jaki.2008.01.
- Rajput, Neeru, Geetanjali Batra, and Ruchira Pathak. 2012. "Linking CSR and Financial Performance: An Empirical Validation." *Problems and Perspectives in Management* 10 (January): 42-49.
- Rodriguez-Fernandez, Mercedes. 2016. "Social Responsibility and Financial Performance: The Role of Good Corporate Governance." *BRQ Business Research Quarterly* 19 (2). ACEDE: 137-51. doi:10.1016/j.brq.2015.08.001.
- Saleh, Mustaruddin, Norhayah Zulkifli, and Rusnah Muhamad. 2011. "Looking for Evidence of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance in an Emerging Market." *Asia-Pacific Journal of Business Administration* 3 (2): 165-90. doi:10.1108/17574321111169849.
- Scott, W.R. 2003. *Financial Accounting Theory*. 3rd ed. Toronto: Prentice Hall.

-
- Setiawan, M.H. 2015. "Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening," 1-49.
- Shah, Kamran, and Attaullah Shah. 2014. "The Impact of Corporate Governance and Ownership Structure on Earnings Management Practices: Evidence from Listed Companies in Pakistan." *The Lahore Journal of Economics* 19 (2): 27-70. doi:10.35536/lje.2014.v19.i2.a2.
- Sianipar, R H, and I. G. B. Wiksuana. 2019. "The Study of Effect of Good Corporate Governance on Financial Performance." *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 86 (February): 166-70. doi:10.18551/rjoas.2019-02.19.
- Sulistiyanto, H.S., and C. Susilawati. 2000. *Metode Penulisan Skripsi*. Semarang: Publisher of Soegijapranata University and Center for Accounting and Development of Accounting (P3A).
- The Cadbury Committee. 1992. "Financial Aspects of Corporate Governance."
- Uwuigbe, Uwalomwa, Daramola Sunday, and Anjolaoluwa Oyeniyi. 2014. "The Effects of Corporate Governance Mechanisms on Earnings Management of Listed Firms in Nigeria." *Accounting and Management Information Systems* 13 (1): 159-74.
- Waddock, Sandra A; Graves, Samuel B, and B Samuel. 1997. "The Corporate Social Performance - Financial Performance Link." *Strategic Management Journal* 18 (4): 303-19.
- Wu, M.C., H.C. Lin, I.C. Lin, and C.F. Lai. 2009. "The Effects of Corporate Governance on Firm Performance." *Working Paper*. Changua. doi:10.1108/014091711111116295.
- Wulandari, R. 2013. "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba." *Skripsi Universitas Diponegoro Semarang*.

EMPLOYEE GREEN BEHAVIOR: PERANAN CORPORATE ENVIRONMENTAL COMMITMENT DAN ENVIRONMENTAL AWARENESS DENGAN GREEN TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Meilangi Deka Wijayanti

Lieli Suharti*

Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRACT

The aims of this study to show the effect of corporate environmental commitment to employee green behavior with environmental awareness as an intervening variable and green transformational leadership as a moderating variable on the effect of corporate environmental commitment to environmental awareness. This study used the Partial Least Square (PLS) test. The data used primary data obtained directly from 167 permanent employees from company X in Salatiga through questionnaires. The sampling technique in this study is purposive sampling. The results showed there was an influence of corporate environmental commitment to employee green behavior with environmental awareness as an intervening variable, but there was no effect of green transformational leadership as a moderating variable on the effect of corporate environmental commitment to environmental awareness.

Keywords: *employee green behavior, corporate environmental commitment, environmental awareness, and green transformational leadership*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh corporate environmental commitment terhadap employee green behavior dengan environmental awareness sebagai intervening variable dan green transformational leadership sebagai variabel pemoderasi pada pengaruh corporate environmental commitment terhadap environmental awareness. Penelitian ini menggunakan uji Partial Least Square (PLS). Data yang digunakan menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari 167 karyawan tetap perusahaan X di kota Salatiga. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh corporate environmental commitment terhadap employee green behavior dengan environmental awareness sebagai intervening variable, namun tidak ditemukan pengaruh green transformational leadership sebagai variabel pemoderasi pada pengaruh corporate environmental commitment dengan environmental awareness.

Kata kunci: *employee green behavior, corporate environmental commitment, environmental awareness, dan green transformational leadership*

*lieli.suharti@uksw.edu

PENDAHULUAN

Kesadaran akan pentingnya “Go Green” sekarang ini telah meningkat, hingga telah menyentuh semua lapisan masyarakat dan institusi karena menyangkut kehidupan umat manusia selanjutnya dan alam semesta beserta isinya. “Go Green” menjadi tantangan lingkungan alam bagi perusahaan-perusahaan selain mereka harus menghadapi persaingan global. Sehingga kini kelestarian lingkungan alam tersebut menjadi salah satu aspek penting yang menjadi perhatian pihak manajemen demi keberlangsungan jangka panjang usahanya. Namun Heiskanen (2002) mengungkapkan bahwa sebenarnya konsep “Go Green” pada industri sudah dikenal pada tahun 1980-an dikarenakan oleh banyaknya faktor eksternal dan internal, termasuk krisis lingkungan, tekanan pelanggan yang semakin meningkat, kebutuhan organisasional dan fungsi-fungsi lingkungan hidup.

Kesadaran akan etika lingkungan ini menjadi pemicu munculnya konsep perusahaan yang ramah lingkungan (*green company*). Konsep ramah lingkungan perusahaan diimplementasikan dalam berbagai bidang dalam organisasi, yaitu dalam bidang produksi, bidang pemasaran, bidang teknologi & lingkungan fisik dan juga dalam bidang sumber daya manusia yang responnya dapat berupa penentuan visi dan misi organisasi. Kebijakan organisasi terkait dengan perilaku ramah lingkungan dalam organisasi, komitmen dalam penyediaan teknologi ramah lingkungan, penyediaan fasilitas atau sarana prasarana bagi semua stakeholders untuk berperilaku ramah lingkungan, serta berbagai program kerja organisasi yang berkaitan dengan perilaku ramah lingkungan (“*Building Indonesia Business and Entrepreneurial Platform*”, 2017).

Berdasarkan Environmental Performance Index (EPI) pada tahun 2018, kualitas lingkungan Indonesia menduduki peringkat 133 dari 180 negara dengan skor 46.92. Peringkat ini masih saja jauh dibawah dua negara tetangga Indonesia yaitu Singapura yang berada pada peringkat 49 dengan skor 64.23 dan Malaysia dengan skor 59.22 berada pada peringkat 75. Rendahnya kesadaran ramah lingkungan ini ditunjukkan juga dengan masih rendahnya organisasi di Indonesia yang sudah menyadari pentingnya mengimplementasikan konsep ramah lingkungan dalam segala aspek aktivitasnya. Salah satu rendahnya perilaku ramah lingkungan oleh karyawan di lingkungan kerja ditunjukkan dengan aktivitasnya yang boros energi. Kementerian ESDM dalam publikasinya pada tahun 2011 menyatakan bahwa 80% pemborosan energi disebabkan oleh faktor manusia yang mana masih nampak terjadi di perusahaan. Hal ini menjadi dasar perlunya perusahaan

untuk melakukan aktivitas yang mampu mendukung kesadaran karyawan akan perilaku ramah lingkungan.

Fenomena kesadaran akan perilaku ramah lingkungan yang sedang disoroti tersebut ternyata juga diimplementasikan oleh perusahaan x yang peneliti teliti di Kota Salatiga yang merupakan bagian dari komitmen perusahaan untuk menjaga lingkungan (corporate environmental commitment). Hal ini bisa diamati dari beberapa kegiatan yang mereka laksanakan dan beberapa konsep yang mereka terapkan. Perusahaan x ini menggunakan konsep light prism system sebagai penerangan utama dalam gedung produksi saat cuaca cerah atau saat matahari terik. Paperless juga diterapkan dalam perusahaan ini, mereka berinovasi untuk menciptakan sistem yang saling terintegrasi, yang lebih efektif dan efisien dengan menggunakan big data (IoT) sehingga paperless ini bisa diterapkan dengan baik sehingga juga bisa mendukung menuju industri 4.0. Perusahaan x juga menggunakan sign/visual management system di beberapa area perusahaan, sign/visual management system adalah sistem yang digunakan perusahaan untuk memberikan tanda atau memberikan himbauan kepada seluruh karyawan untuk melakukan sesuatu, contoh himbauan untuk menghemat air disetiap toilet atau disetiap sumber air berada, himbauan untuk menghemat energi listrik disetiap sumber listrik / saklar berada, dan himbauan membuang sampah pada tempat yang sudah disediakan. Selain itu, perusahaan juga rutin mengadakan kegiatan bersih-bersih lingkungan dari sampah setiap hari jumat diminggu kedua dan diminggu keempat setiap bulan untuk menjaga kelestarian lingkungan.

Corporate environmental commitment menunjukkan tingkat kepentingan organisasi untuk mengelola bisnis dan lingkungan alamnya secara efektif (Zeffane dan Polonsky, 1994). Efektifitas ini akan terwujud jika seluruh karyawan memiliki green behavior menurut dengan apa yang mereka mengerti dan sadari (environmental awareness). Menurut Ones dan Dilchert (2012), sebelum seorang karyawan memiliki perilaku hijau, mereka harus memiliki kesadaran lingkungan atau kepedulian terhadap masalah lingkungan. Kesadaran dan perilaku menjaga lingkungan tersebut diduga tidak terlepas pengaruh dari seorang pemimpin atau leader, pemimpin transformasional menggunakan hubungan mereka dengan karyawan untuk mengundang dan mendorong karyawan untuk memiliki perilaku ramah lingkungan di tempat kerja. Robertson dan Barling (2013) juga mengemukakan jika seorang pemimpin transformasional kebetulan

memiliki nilai-nilai ramah lingkungan, kami memiliki alasan untuk berharap bahwa ia akan memberikan pengaruh pada perilaku ramah lingkungan bawahannya

Dari penjelasan di atas menjadi dasar peneliti ingin menguji pengaruh corporate environmental commitment terhadap employee green behavior dengan environmental awareness sebagai intervening variable dan green transformational leadership sebagai moderating variable pada pengaruh corporate environmental commitment dengan environmental awareness.

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Environmental Commitment

Corporate environmental commitment merujuk pada komitmen dari pihak manajemen seluruh organisasi yang mengakui pentingnya lingkungan alam yang memengaruhi organisasi sehingga organisasi akan mendorong segala tindakan dalam organisasi menggunakan cara yang konsisten dengan kepentingan lingkungan alam (Henriques dan Sadorsky, 1999). Corporate environmental commitment menunjukkan tingkat kepentingan organisasi untuk mengelola bisnis dan lingkungan alamnya secara efektif. Menurut Zeffane dan Polonsky (1994), terdapat 4 faktor corporate environmental commitment yaitu (1) sejauh mana audit lingkungan ditekankan sebagai alat evaluasi lingkungan (Audit); (2) keberadaan dan peran kebijakan lingkungan (Kebijakan) yang jelas dan disebarluaskan dengan baik; (3) pertimbangan dampak lingkungan dalam menilai kegiatan perusahaan di masa depan termasuk investasi dan proyek (kegiatan di masa depan) dan (4) penggabungan masalah lingkungan dalam sistem penilaian perusahaan (Sistem Penilaian).

Environmental Awareness

Environmental Awareness adalah kesadaran akan kepedulian terhadap masalah lingkungan (Roberta, 2009). Environmental awareness sendiri dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami hubungan yang ada antara: (a) aktivitas manusia (b) status kualitas lingkungan saat ini, dan (c) kesediaannya untuk mengambil bagian dalam kegiatan lingkungan. Berdasarkan pemahaman tersebut, beberapa penelitian telah membagi kesadaran lingkungan menjadi tiga komponen: pengetahuan lingkungan, sikap, dan kepedulian. Ini mungkin dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk sikap kognitif, pengalaman hidup, demografi, perilaku motivasi, dan niat (Du et al, 2018).

Employee Green Behavior

Employee Green Behavior didefinisikan sebagai tindakan dan perilaku yang dapat dilakukan oleh karyawan yang terkait dengan dan berkontribusi untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan untuk mendukung keberlanjutan lingkungan (Ones dan Dilchert, 2012). Menurut Steg dan Vlek (2009) EGB berarti aktivitas individu yang meminimalkan bahaya, atau bermanfaat bagi lingkungan alam. EGB mencakup kegiatan seperti menghemat energi, menggunakan sumber daya secara efisien, menghindari limbah, daur ulang, dan menghemat air (Norton et al., 2015; Ones & Dilchert, 2012). Perilaku ramah lingkungan karyawan dapat menjadi bagian dari dimensi kinerja pekerjaan apa pun dan dapat diminta atau tidak tergantung pada sifat pekerjaan (Campbell dan Wiernik, 2015).

Green Transformational Leadership

Green Transformational Leadership merupakan sikap pemimpin yang memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan organisasi yang berorientasi pada lingkungan dan memotivasi karyawan untuk tampil dengan potensi penuh mereka (Chen dan Chang, 2013). Chen et al, (2013) mendefinisikan green transformational leadership adalah karakteristik pemimpin untuk mendorong rekan-rekannya untuk mencapai tujuan lingkungan dan memotivasi mereka untuk berperilaku di atas kinerja lingkungan yang diharapkan. Jika seorang pemimpin transformasional kebetulan memiliki nilai-nilai ramah lingkungan, kami memiliki alasan untuk berharap bahwa ia akan memberikan pengaruh pada perilaku ramah lingkungan bawahannya (Robertson dan Barling, 2013). Graves et al., (2013) menambahkan bahwa pemimpin transformasional akan mengarahkan karyawan untuk menaruh perhatian mereka pada tujuan jangka panjang organisasi dan mendorong mereka untuk memiliki tujuan yang lebih tinggi.

Dalam konteks lingkungan, pemimpin transformasional menggunakan hubungan mereka dengan karyawan untuk mengundang dan mendorong karyawan untuk memiliki perilaku ramah lingkungan di tempat kerja (Robertson dan Barling 2013). Pemimpin dengan kesadaran lingkungan akan memberikan contoh kepada karyawan seperti mematikan AC ketika dia meninggalkan ruangan, mencetak dua sisi jika memungkinkan, menggunakan lampu hanya jika diperlukan, dan perilaku hijau lainnya. Green transformational leadership diukur dari perspektif karyawan tentang masalah lingkungan dari para pemimpin mereka, seperti bagaimana pemimpin mereka menunjukkan kepercayaan tentang masalah lingkungan dan juga bagaimana pemimpin mereka menyampaikan pentingnya menjaga lingkungan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh corporate environmental commitment terhadap environmental awareness

Corporate environmental commitment merujuk pada komitmen dari pihak manajemen seluruh organisasi yang mengakui pentingnya lingkungan alam yang memengaruhi organisasi sehingga organisasi akan mendorong segala tindakan dalam organisasi menggunakan cara yang konsisten dengan kepentingan lingkungan alam (Henriques dan Sadorsky, 1999). Menurut Eckel, Fisher dan Grant (1992), dan Olson et al., (2012) terdapat pengaruh yang signifikan pada corporate environmental commitment terhadap environmental awareness dikarenakan titik awal bagi perusahaan dengan sedikit atau tanpa environmental awareness biasanya adalah audit lingkungan, dimana audit lingkungan merupakan bagian dari corporate environmental commitment.

H1: Corporate environmental commitment memiliki pengaruh signifikan terhadap environmental awareness

Pengaruh environmental awareness terhadap employee green behavior

Employee green behavior adalah tindakan dan perilaku yang dapat diskalakan yang dilakukan oleh karyawan yang terkait dengan dan berkontribusi atau mengurangi keberlanjutan lingkungan (Ones dan Dilchert 2012). Sebelum seorang karyawan memiliki perilaku hijau, mereka harus memiliki kesadaran lingkungan atau kepedulian terhadap masalah lingkungan. Menurut Clayton (2012), environmental awareness penting karena kesadaran lingkungan menentukan perilaku yang dapat meningkatkan atau menurunkan kualitas lingkungan. Pernyataan itu didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya. Beberapa peneliti sebelumnya (Clayton 2012; Olson et al., 2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa environmental awareness berpengaruh secara positif dan signifikan pada employee green behavior. Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H2: Environmental awareness memiliki pengaruh signifikan terhadap employee green behavior

Pengaruh environmental awareness sebagai intervening variable pada corporate environmental commitment terhadap employee green behavior

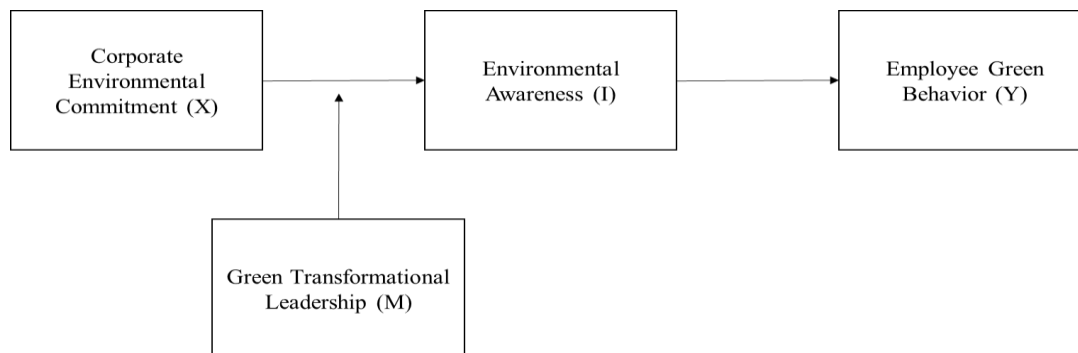
Menurut Eckel, Fisher dan Grant (1992), terdapat pengaruh yang signifikan pada corporate environmental commitment terhadap environmental awareness. Karena titik awal bagi perusahaan dengan sedikit atau tanpa environmental awareness biasanya adalah audit lingkungan, dimana audit lingkungan merupakan bagian dari corporate environmental commitment. Di sisi lain, Olson et al., (2012) dalam penelitiannya menemukan bahwa environmental awareness berpengaruh secara positif dan signifikan pada employee green behavior. Sebelum seorang karyawan memiliki perilaku hijau, mereka harus memiliki kesadaran lingkungan atau kepedulian terhadap masalah lingkungan. Namun mekanisme yang mendasari hubungan tersebut belum dieksplorasi. Diduga ada hubungan yang menonjol dari kedua variabel tersebut. Oleh karena itu peneliti mengusulkan environmental awareness sebagai intervening variable untuk hubungan ini.

H3: Environmental awareness berperan sebagai intervening variable pada corporate environmental commitment terhadap employee green behavior

Pengaruh green transformational leadership sebagai moderating variable pada corporate environmental commitment terhadap environmental awareness

Dalam konteks lingkungan, pemimpin transformasional menggunakan hubungan mereka dengan karyawan untuk mengundang dan mendorong karyawan untuk memiliki perilaku ramah lingkungan di tempat kerja (Robertson dan Barling 2013). Pemimpin akan sadar dengan lingkungan dan cenderung menunjukkan perilaku ramah lingkungan. Pemimpin dengan kesadaran lingkungan akan memberikan contoh kepada karyawan seperti mematikan AC ketika dia meninggalkan ruangan, mencetak dua sisi jika memungkinkan, menggunakan lampu hanya jika diperlukan, dan perilaku hijau lainnya. Oleh karena itu peneliti mengusulkan green transformational leadership sebagai moderating variable dalam penelitian ini.

H4: Green transformational leadership berperan sebagai moderating variable pada corporate environmental commitment terhadap environmental awareness.

Model penelitian**Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis****METODA****Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa hipotesis tentang pengaruh corporate environmental commitment terhadap employee green behavior dengan environmental awareness sebagai intervening variable dan green transformational leadership sebagai moderating variable pada pengaruh corporate environmental commitment dengan environmental awareness.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Objek dalam penelitian ini adalah sebuah perusahaan manufaktur memiliki hampir sekitar 2,847 karyawan yang mencakup berbagai level (data per 15 Mei 2019). Dalam penelitian ini didarkan 200 kuesioner kepada responden, namun kuesioner yang layak dilanjutkan dengan pengolahan data hanya berjumlah 167 kuesioner. Yamin dan Kurniawan (2009:213) memberikan kriteria jumlah sampel yang direkomendasikan dalam SEM-PLS (Partial Least Square) minimal adalah 100 responden, sehingga 167 sampel yang terkumpul dianggap telah memenuhi.

Teknik sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan purposive sampling. Kriteria sampel yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu karyawan tetap yang bekerja sebagai operator. Penelitian ini menggunakan pendekatan historis dimana responden diminta mengingat kembali terhadap employee green behavior yang dialaminya saat ini saat semenjak responden bekerja. Karakteristik responden terdiri dari 83 orang pria (49,70%) dan 84 diantaranya wanita (50,30%). Responden masih didominasi oleh tingkat pendidikan lulusan SMA yaitu sebanyak 156 responden (91,76%) dengan rentang usia 20-30 tahun sebanyak 155 responden (92,81%).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan 29 pertanyaan yang terbagi dalam tujuh pertanyaan variabel corporate environmental commitment, sepuluh pertanyaan variabel environmental awareness, enam pertanyaan variabel employee green behavior, dan enam pertanyaan variabel green transformational leadership serta semua pertanyaan tersebut sudah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

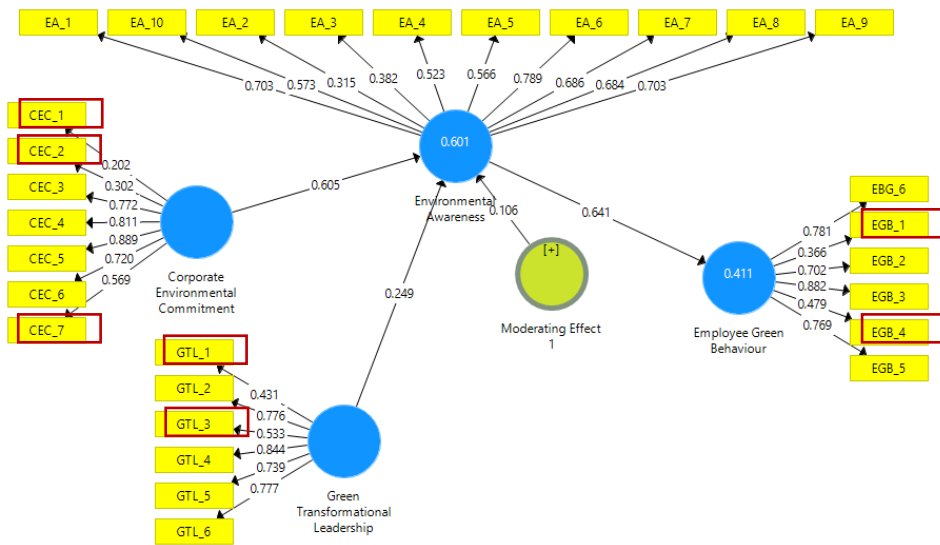
Terdapat 3 dimensi untuk mengukur corporate environmental commitment menurut Zeffane, Rachid M and Michael J Polonsky (1994) dengan 7 pernyataan; 3 dimensi untuk mengukur environmental awareness menurut Du, et al (2018) dengan 10 pernyataan; 2 dimensi untuk mengukur employee green behavior menurut Jackson et al., (2012) dengan 6 pernyataan; 1 dimensi untuk mengukur green transformational leadership menurut Robertson dan Barling (2012), dengan 6 pernyataan. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala Likert 5 poin terdiri dari sangat tidak setuju (poin 1), tidak setuju (poin 2), netral (poin 3), setuju (poin 4) dan sangat setuju (poin 5).

Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini didahului dengan uji normalitas untuk mengetahui kenormalan data. Mengingat penelitian ini tidak menghasilkan data yang normal, maka penelitian ini menggunakan alat analisis SEM-PLS (Partial Least Square). PLS merupakan metode alternatif dengan pendekatan berbasis varians atau komponen yang berorientasi pada prediksi model (Yamin dan Kurniawan, 2009: 12).

HASIL DAN PEMBAHASAN

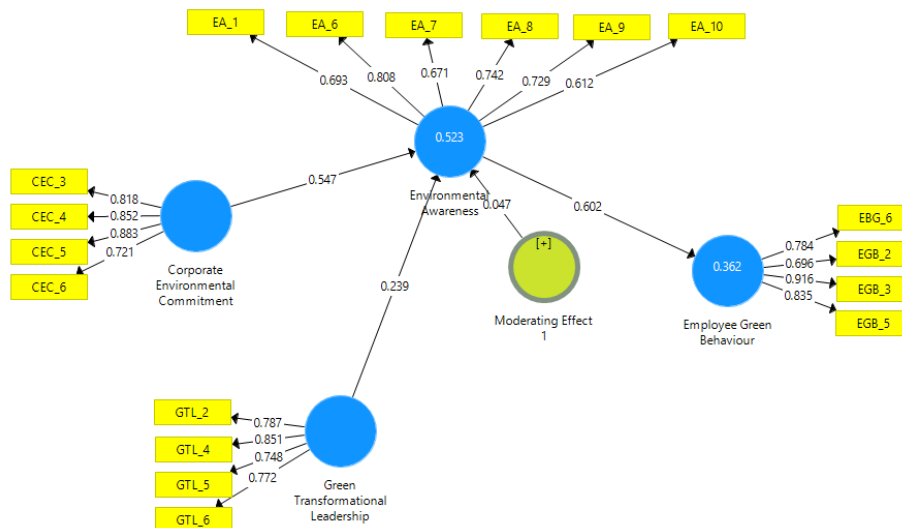
Model struktural awal menunjukkan bahwa corporate environmental commitment didapati 4 indikator valid (indikator CEC1, CEC2, dan CEC7 tidak valid), environmental awareness didapati 5 indikator valid (EA2, EA3, EA4, EA5, EA10 tidak valid), green transformational leadership didapati 4 indikator valid (GTL1 dan GTL3 tidak valid), dan employee green behavior didapati 4 indikator valid (EGB1 dan EGB4 tidak valid). Indikator yang tidak valid tersebut yang nilai loading faktornya kurang dari 0,60 kemudian dihapus dari model.



Sumber: Pengolahan data PLS, 2019

Gambar 4.1 Model Struktural Awal

Hasil model struktural selanjutnya disajikan dalam gambar 4.2 berikut.



Sumber: Pengolahan data PLS, 2019

Gambar 4.2 Model Struktural Akhir

Berdasarkan model struktural akhir setelah indikator yang tidak valid direduksi, didapati semua indikator dalam setiap variabel dinyatakan valid karena memiliki loading factor > 0,60. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dalam variabel penelitian bersifat valid karena memiliki AVE yang lebih tinggi dari 0,5 (Yamin dan Kurniawan, 2009).

Sedangkan uji reliabilitas dengan Cronbach alpha menunjukkan bahwa semua variabel bersifat reliabel karena memiliki alpha lebih dari 0,6 (Yamin dan Kurniawan, 2009).

Tabel 4.5. Overview Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability
Corporate Environmental Commitment	0.674	0.839	0.865	0.892
Employee Green Behavior	0.659	0.823	0.831	0.884
Environmental Awareness	0.507	0.804	0.812	0.860
Green Transformational Leadership	0.625	0.802	0.819	0.869
Moderating Effect 1	1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber: Output Smart PLS, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai composite reliability diatas 0,70 dan AVE diatas 0,50 sebagaimana yang telah disyaratkan sebelumnya sebagai prasyarat pengujian hipotesis.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel intervening dan variabel terikat maupun untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel moderating. Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output result for inner weight. Tabel 4.6 memberikan output estimasi untuk pengujian model structural. Dalam PLS pengujian statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode bootstrap terhadap sampel. Pengujian dengan bootstrap juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian bootstrapping dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6. Analisis Data Model Penelitian

	Original Sample	Sample Mean	STDEV	T statistic	P-values	α	Hasil
CEC → EA	0.547	0.557	0.145	3.781	0.000	0.05	Diterima
EA → EGB	0.692	0.632	0.124	4.853	0.000		Diterima
CEC → EA → EGB	0.330	0.355	0.118	2.791	0.005		Diterima
GTL*CEC → EA	0.047	0.035	0.063	0.743	0.458		Ditolak

Sumber: Output Smart PLS, 2019

PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan statistik diatas, corporate environmental commitment (CEC) berpengaruh terhadap environmental awareness. Hal ini dapat terlihat pada tabel analisis data model penelitian dengan nilai p-values $< \alpha$ yaitu sebesar 0.000, sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima. Seperti diketahui Henriques dan Sadorsky (1999) mendefinisikan Corporate Environmental Commitment sebagai komitmen dari pihak manajemen seluruh organisasi yang mengakui pentingnya lingkungan alam yang memengaruhi organisasi sehingga organisasi akan mendorong segala tindakan dalam organisasi yang menggunakan cara yang konsisten dengan kepentingan lingkungan alam. Hasil hipotesis didapati corporate environmental commitment (CEC) terhadap environmental awareness diterima. Hal ini dapat terjadi mengingat perusahaan manufaktur x selalu menyampaikan hasil kebijakan lingkungan secara tertulis dan formal dan disebarluaskan ke karyawan baik secara hardfile maupun softfile. Temuan lainnya juga dapat diduga mengingat perusahaan manufaktur x merupakan OEM business maka selalu ada berbagai implikasi lingkungan dari aktivitas bisnis baru yang selalu dipertimbangkan dalam perusahaan dan disosialisasikan sebelum diterapkan. Perusahaan juga telah meningkatkan kepedulian lingkungan seperti beberapa program kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan dalam pemberdayaan kesejahteraan karyawan.

Dari hasil pengolahan statistik diatas, environmental awareness (EA) didapati berpengaruh secara signifikan terhadap employee green behavior. Hal ini dapat terlihat pada tabel analisis data model penelitian dengan nilai p-values $< \alpha$ yaitu sebesar 0.000, sehingga hipotesis ini dinyatakan diterima. Ones dan Dilchert (2012) mendefinisikan Employee Green Behavior sebagai tindakan dan perilaku yang dapat dilakukan oleh karyawan yang terkait dengan dan berkontribusi untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan untuk mendukung keberlanjutan lingkungan. Environmental awareness menjadi faktor penentu yang mempengaruhi employee green behavior memperlihatkan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik terkait dengan dampak lingkungan yang ada jika tidak memiliki kebiasaan yang baik. Kebiasaan-keibasan perilaku yang ada dapat terlihat dari kebiasaan dari atasan terutama ekspatirade yang dapat diteladani oleh para karyawannya. Dalam kebijakan perusahaan tersebut didapati environmental awareness (EA) untuk karyawan tergolong baik sehingga karyawan memiliki employee green behavior yang baik dan menjadi nilai nilai perusahaan itu sendiri.

Dari hasil pengolahan statistik sebelumnya, environmental awareness didapati memiliki peran sebagai variabel intervening dalam pengaruh corporate environmental awareness terhadap employee green behavior. Hal ini dapat terlihat dalam tabel analisis data model penelitian dengan nilai p-value $< \alpha$ yaitu sebesar 0.005 sehingga hipotesis ketiga ini dinyatakan diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya environmental awareness dapat sangat membantu pengaruh antara corporate environmental commitment terhadap employee green behavior. Hal tersebut menunjukkan adanya kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan apabila didukung dengan kesadaran karyawan yang tinggi, maka akan mendorong terciptanya kebiasaan ataupun iklim perusahaan yang baik (Roberta, 2009). Disisi lain responden penelitian ini rata-rata didominasi oleh usia 20-30 tahun yaitu sebesar 92,81%. Ones dan Dilchert (2012) menyatakan bahwa dalam golongan kaum muda umumnya lebih mudah menerima hal-hal baru untuk diterapkan karena memiliki kesadaran yang tinggi. Dengan demikian meskipun corporate environmental commitment sudah baik, environmental awareness yang ada golongan usia muda karyawan perusahaan manufaktur x dapat lebih mendorong terciptanya employee green behavior yang baik.

Dari hasil pengolahan statistik diatas, green transformational leadership didapati tidak dapat memiliki peran sebagai moderator dalam pengaruh corporate environmental commitment (CEC) terhadap environmental awareness. Hal ini dapat terlihat pada tabel analisis data model penelitian dengan nilai p-values $> \alpha$ yaitu sebesar 0.458, sehingga hipotesis ini dinyatakan ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peran leader dalam perusahaan didapati belum dapat memotivasi karyawan dan memberikan arahan kepada karyawan untuk mencapai tujuan organisasi yang berorientasi pada lingkungan (Chen dan Chang, 2013). Diduga leader tersebut belum dapat memotivasi dikarenakan mereka berawal pada start yang sama yaitu sebagai operator namun dalam beberapa waktu berdasarkan kinerja mampu dipromosikan menjadi leader. Dalam hal tersebut, ada kecenderungan tingkat pendidikan dan kurangnya wawasan leader serta perasaan bahwa leader ini adalah rekan sejawat mereka (operator) menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan green transformational leadership didapati tidak dapat memiliki peran sebagai moderator.

SIMPULAN

Corporate environmental Commitment didapati berpengaruh terhadap environmental awareness. Hal ini menunjukkan bahwa adanya komitmen dari perusahaan mengenai kebijakan lingkungan yang baik akan mendukung terciptanya environmental awareness yang baik di lingkungan karyawan perusahaan. Sebaliknya tidak adanya komitmen dari perusahaan mengenai kebijakan lingkungan akan dapat menurunkan atau menghilangkan environmental awareness di lingkungan karyawan.

Environmental awareness berpengaruh secara positif signifikan terhadap employee green behavior. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesadaran dalam diri karyawan akan membuat terciptanya lingkungan karyawan (employee green behavior) yang baik. Adanya peran environmental awareness dalam pengaruh corporate environmental commitment terhadap employee green behavior menunjukkan adanya kesadaran karyawan untuk menerapkan berbagai kebijakan perusahaan akan mendorong terciptanya kebiasaan yang baik pula dalam lingkungannya.

Green transformational leadership tidak memiliki peran sebagai variabel moderator dalam pengaruh corporate environmental commitment didapati berpengaruh terhadap environmental awareness. Hal tersebut menandakan bahwa peran pimpinan dalam menyukseskan kebijakan perusahaan masih rendah, sehingga didapatkan tidak ada peran pimpinan dalam pengaruh corporate environmental commitment didapati berpengaruh terhadap environmental awareness.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. Building Indonesia Business and Entrepreneurial Platform. 1st National Conference on Business and Entrepreneurship. Surabaya : Fakultas Manajemen dan Bisnis. Universitas Ciputra.
- Bissing-Olson, Megan J., Aarti Iyer, Kelly S. Fielding, and Hannes Zacher. "Relationships between daily affect and pro-environmental behavior at work: The moderating role of pro-environmental attitude." *Journal of Organizational Behavior* 34, no. 2, 2012: 156-175.
- Campbell, J. P., and Wiernik, B. M. 2015. The modeling and assessment of work performance. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.* 2, 47-74. doi: 10.1146/annurevpsych-032414111427.
- Chen, Y.S.; Chang, C.H. 2013. The determinants of green product development performance: Green dynamic capabilities, green transformational leadership, and green creativity. *J. Bus. Ethics*, 116, 107-119.
- Clayton, Susan D ed. *The Oxford handbook of environmental and conservation psychology*. Oxford University Press, 2012.

- Coertjens, L., Pauw, J. B., Maeyer, S. D., & Petegem, P. V. 2010. Do Schools Make a Difference in Their Students' Environmental Attitudes and Awareness? Evidence From Pisa 2006. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 8(3), 497-522.
- Du, Yi.; Wang, Xiaoyan.; Brombal, Daniele.; Moriggi, Angela.; Sharpley, Andrew.; Pang, Shujiang. 2018. Changes in Environmental Awareness and Its Connection to Local Environmental Management in Water Conservation Zones: The Case of Beijing, China.
- Eckel, L., Fisher, K., and Russell, C., (1992) 'Environmental Performance Measurement', *CMA Magazine*, Vo1.66, No.2, p.16-23.
- ESDM. Pemborosan Energi 80 Persen Faktor Manusia. 2011. <https://www.esdm.go.id/en/media-center/news-archives/pemborosan-energi-80-persen-faktor-manusia> (diakses 10 05, 2019).
- Gadene, D. L., Kennedy, J., & McKeiver, C. 2009. An Empirical Study of Environmental Awareness and Practices in SMEs. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 45-63.
- Graves, L. M., Sarkis, J., & Zhu, Q. 2013. How transformational leadership and employee motivation combine to predict employee proenvironmental behaviors in China. *Journal of Environmental Psychology*, 35, 81-91, 2013
- Heiskanen, Eva. 2002. The environmental Agenda in Organization and Management Research. Towards Interdisciplinarity?. *The Journal of Transdisciplinary Environmental Studies* vol. 1, no. 2, 2002, 2002: 1-15.
- Kompasiana. Menuju Green Company. 25 1 2016. <https://www.kompasiana.com/forgisindonesia/56a79b40597b61e80abcf118/menuju-green-company> (diakses 16 03, 2019).
- Norton, T. A., Parker, S. L., Zacher, H., and Ashkanasy, N. M. 2015. Employee green behavior: a theoretical framework, multilevel review, and future research agenda. *Organ. Environ.* 28, 103–125. doi: 10.1177/1086026615575773.
- Ones, D. S., & Dilchert, S. 2012. Environmental sustainability at work: A call to action. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*, 5, 444 - 466.
- Robertson, J. L., and Barling, J. 2013. Greening organizations through leaders' influence on employees' pro-environmental behaviors. *J. Organ. Behav.* 34, 176–194. doi: 10.1002/job.1820
- Robertson, Jennifer L., and Julian Barling. 2013. Greening organizations through leaders' influence on employees' pro-environmental behaviors. *Journal of Organizational Behavior* 34, 176-194.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiernik, B. M., Dilchert, S., & Ones, D. S. (2016). Age and Employee Green Behaviors: A Meta-Analysis. *Frontiers in Psychology*, 7.

ENVIRONMENTAL DYNAMICS, INNOVATION ORIENTATION IN IMPROVING CUSTOMER ORIENTATION AND MARKETING PERFORMANCE

Nevia Nur Indah Sari¹⁵

Siti Fatonah

STIE AUB Surakarta

Abstract

The purpose of this research is to understand the theoretical relationship of the influence of dynamics, environment, innovation orientation on customer orientation and the performance of the restaurant UMKM companies in Sragen Regency. The population in this research is the restaurant UMKM companies in Sragen Regency which are recorded in the Cooperative and UMKM offices as many as 750 companies. The sample taken in this study amounted to 10% of the population, namely $750 \times 10\% = 75$ companies. With random sampling technique. The analysis technique used is validity test and reliability test, linearity test, regression analysis, path analysis, partial t test, F test, determination coefficient test and correlation analysis. The results of the first equation research show that environmental dynamics and innovation orientation have a significant positive effect on customer orientation. The results of the equation both environmental dynamics and customer orientation have a significant positive effect on marketing performance. Meanwhile, innovation orientation has a negative and insignificant effect on marketing performance. The results of the path analysis show that customer orientation is effectively used as a mediator between environmental dynamics and marketing performance.

Keywords: Environmental Dynamics, Innovation Orientation, Customer Orientation, Marketing Performance

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah Memahami hubungan secara teoritis pengaruh dinamika, lingkungan, orientasi inovasi terhadap orientasi pelanggan dan kinerja perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen yang terdata pada dinas Koperasi dan UMKM sejumlah 750 perusahaan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi yaitu sebesar $750 \times 10\% = 75$ perusahaan. Dengan teknik random sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, uji linieritas, analisis regresi, analisis jalur, Uji parsial t, Uji F, Uji koefisien determinasi dan analisis korelasi. Hasil penelitian persamaan pertama menunjukkan bahwa dinamika lingkungan dan orientasi inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap orientasi pelanggan. Hasil persamaan kedua dinamika lingkungan dan orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Sedangkan orientasi inovasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hasil analisis jalur menunjukkan untuk orientasi pelanggan efektif digunakan sebagai mediasi antara dinamika lingkungan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: Dinamika Lingkungan, Orientasi Inovasi, Orientasi Pelanggan, Kinerja Pemasaran

15 neviasari6@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Oleh karena itu setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan harus memiliki keunggulan kompetitif, Cannon, Renault, McCarthy,(2018:8). Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui penjualan barang yang berkualitas, orientasi inovasi yang relatif murah, dan pelayanan yang baik sehingga orientasi pelanggan dapat tercapai. Salah satu cara untuk mencapai orientasi pelanggan adalah melalui peningkatan orientasi pelanggan.

Reichheld dan Sasser (2015) menunjukkan kinerja pemasaran memiliki korelasi yang positif dengan performa bisnis. Menurut Castro dan Armario (2019), kinerja pemasaran tidak hanya meningkatkan nilai dalam bisnis, tetapi juga dapat menarik perusahaan baru. Pada jangka pendek, memperbaiki kinerja pemasaran akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2017). Dalam jangka panjang, memperbaiki kinerja pemasaran umumnya akan lebih profitabel, yakni perusahaan bersedia membayar orientasi inovasi lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke perusahaan yang baru ("Managing Customer", 2015).

Orientasi pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan kinerja pemasaran. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat orientasi pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan kinerja pemasaran tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran perusahaan, mengurangi sensitivitas perusahaan terhadap orientasi inovasi, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah perusahaan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryanto, dkk (2018) menjelaskan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran, hal ini didukung dengan penelitian Fatonah dan Nugroho, (2017) yang menjelaskan bahwa orientasi pelanggan mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Akan tetapi hasil berbeda dijelaskan oleh Rachmat, (2017) dan Jayaningrum dan Sanawiri (2018) yang menjelaskan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Adanya perbedaan hasil penelitian ini (research gap), maka penelitian ini akan meneliti kembali hubungan orientasi pelanggan terhadap kinerja pemasaran.

Untuk mencapai orientasi pelanggan Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen dalam menghadapi pesaingnya, harus mempunyai strategi dan ketegasan langkah yang harus dilaksanakan sesuai dengan sifat dan bentuk pasar yang dihadapinya dan keinginan pasar pada saat ini. Strategi pasar meliputi pelayanan yang memuaskan, menyediakan fasilitas yang nyaman adanya konsep yang menarik sesuai perkembangan di era modern saat ini. Untuk itu Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen harus mampu mempengaruhi pembeli agar tertarik untuk bersedia membeli barang-barang atau produk yang ditawarkan.

Agar produk yang ditawarkan Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen berhasil dalam pasar, manajemen pemasaran perlu meneliti sikap perusahaan terhadap produk dari barang yang dihasilkan. Sikap ini dilakukan perusahaan berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses pelayanan baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap menyebabkan orang berperilaku secara tetap terhadap suatu obyek yang sama. Berdasarkan alasan ini, sikap amat sukar berubah dan cenderung bertahan dalam suatu pola yang tetap. Oleh karena itu, sebuah perusahaan perlu menyesuaikan produk mereka dengan sikap yang telah ada, daripada mencoba untuk mengubah sikap orang-orang. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon perusahaan untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan perusahaan dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan.

Untuk mengetahui sikap perusahaan terhadap produknya, Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen perlu mengadakan penelitian tentang faktor-faktor yang terdapat pada produk tersebut yang dapat mendorong terciptanya suatu motif pembelian. Dengan menganalisis tanggapan perusahaan terhadap dinamika lingkungan, orientasi inovasi, dan kinerja pemasaran. Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen dapat menilai faktor-faktor mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen dapat mengembangkan dan menyempurnakan produknya agar lebih memuaskan perusahaan. Dengan meneliti sikap perusahaan, perusahaan dapat memperoleh informasi yang berguna bagi manajemen pemasarannya.

Hasil penelitian Nusandini dan Nugraha (2020), Rachmat, (2017) menjelaskan bahwa dinamika lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, sedangkan hasil penelitian Jayaningrum dan Sanawiri (2018) dan Pratiwi, (2019) menjelaskan dinamika lingkungan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran. Adanya perbedaan hasil penelitian research gab hasil penelitian menjadi alasan secara teoritis untuk mengkaji kembali hubungan dinamika lingkungan terhadap kinerja pemasaran.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen salah satunya adalah orientasi inovasi. Orientasi inovasi merupakan bentuk kreativitas perusahaan dalam mengembangkan produknya, dan jenis-jenis produk sesuai dengan keinginan konsumen. Hasil penelitian

Dari pengamatan awal peneliti pada Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen peneliti menemukan fenomena bisnis yang terjadi semakin tajamnya persaingan di bidang rumah makan yang semakin beragam dan berlomba-lomba untuk memberikan konsep yang modern, jenis makanan yang menarik bahkan membuat fasilitas yang lengkap diikuti dengan perkembangan teknologi yang menyediakan konsep instagramable yang digemari oleh kalangan anak-anak muda. Dengan adanya persaingan yang terjadi tersebut, maka UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen perlunya peningkatan perbaikan tentang dinamika lingkungan yang selalu uptodate, orientasi inovasi yang beraneka ragam sesuai kebutuhan konsumen dan selalu mengutamakan orientasi pelanggan agar tetap meningkatkan kinerja pemasarannya.

TELAAH PUSTAKA

Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan upaya pengukuran tingkat kinerja perusahaan berdasarkan omset penjualan, jumlah pembeli, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan yang dicirikan dengan terpenuhi target penjualan, jumlah pelanggan meningkat, adanya pertumbuhan penjualan, adanya jangkauan pemasaran yang luas, adanya pertumbuhan keuntungan dan adanya pertumbuhan laba. (Voss dan Voss, 2015)

Orientasi Pelanggan

Orientasi pelanggan adalah komitmen perusahaan dalam memuaskan pelanggan, mengumpulkan informasi kebutuhan pelanggan, mencari cara memuaskan pelanggan, memperhatikan keluhan pelanggan. Indikator yang digunakan adanya komitmen yang

memuaskan pelanggan, Mengumpulkan informasi kebutuhan pelanggan, mengetahui cara memuaskan pelanggan dan menyelesaikan keluhan pelanggan dan perhatian kepada pelanggan. (Mavondo et al., 2015).

Dinamika Lingkungan

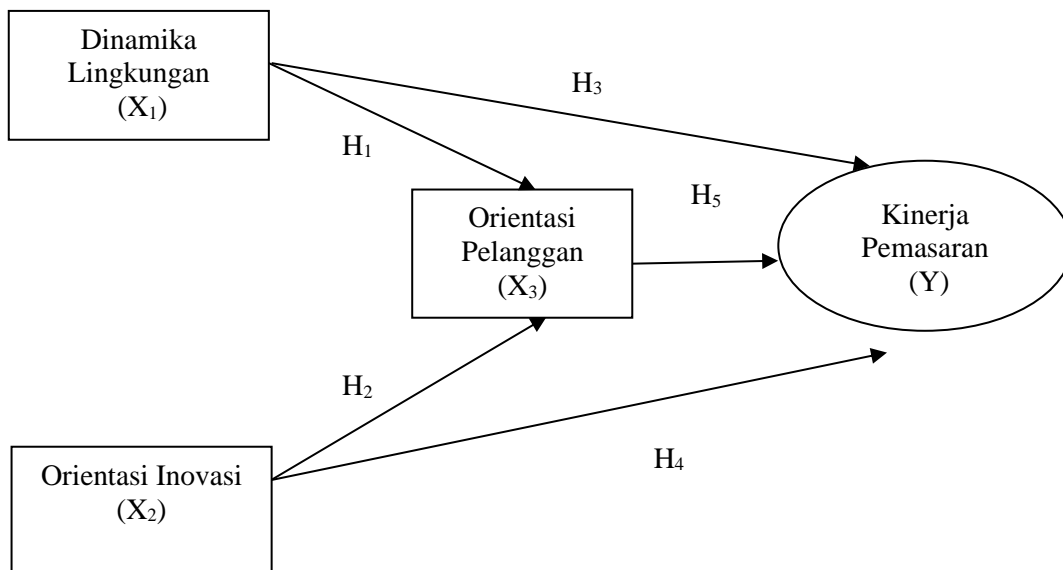
Dinamika lingkungan adalah perubahan lingkungan baik dari dalam maupun luar perusahaan yang dapat mendatangkan peluang dan ancaman bagi perusahaan. (Porter, 2013). Indikator yang digunakan adalah tingkat persaingan (competitor), selera konsumen (customers), persaingan inovasi produksi, persaingan harga dan persaingan kualitas produksi.

Orientasi Inovasi

Orientasi inovasi adalah inovasi yang dilakukan perusahaan berkaitan dengan produk baru, pelayanan baru, proses produksi baru, kualitas produk, bahan baku lebih baik. (Kirca et al, 2015). Indikator yang digunakan adalah: pengenalan produk baru, pelayanan baru, proses produksi baru, kualitas produk dan bahan baku lebih baik

Kerangka Penelitian

Kerangka konseptual yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Haryanto dan Haryono, (2015), Fatonah dan Nugroho, (2017), Haryanto, dkk, (2018), Suarniki dan Abriano, (2015), Nusandini dan Nugraha (2020), Pratiwi, (2019), Rachmat, (2017), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Lopian, dkk (2016)

Gambar. 1. Kerangka Konseptual

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan Dinamika lingkungan dengan Orientasi pelanggan

Semakin baik dinamika lingkungan, semakin tinggi orientasi pelanggan yang ada. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh; Haryanto dan Haryono, (2015), Fatonah dan Nugroho, (2017), Haryanto, dkk, (2018), Suarniki dan Abriano, (2015), Nusandini dan Nugraha (2020), Pratiwi, (2019), Rachmat, (2017), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Lopian, dkk (2016) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa dinamika lingkungan berpengaruh signifikan terhadap orientasi pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Dinamika lingkungan berpengaruh signifikan terhadap orientasi pelanggan Perusahaan UMKM rumah makan Di Kabupaten Sragen.

Hubungan orientasi inovasi dengan orientasi pelanggan

Semakin tinggi orientasi inovasi, diharapkan semakin tinggi orientasi pelanggan yang ada. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh; Haryanto dan Haryono, (2015), Fatonah dan Nugroho, (2017), Haryanto, dkk, (2018), Suarniki dan Abriano, (2015), Nusandini dan Nugraha (2020), Pratiwi, (2019), Rachmat, (2017), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Lopian, dkk (2016) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa orientasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap orientasi pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Orientasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap orientasi pelanggan Perusahaan UMKM rumah makan Di Kabupaten Sragen.

Hubungan dinamika lingkungan dengan kinerja pemasaran

Semakin baik dinamika lingkungan, semakin tinggi kinerja pemasaran yang ada. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh; Haryanto dan Haryono, (2015), Fatonah dan Nugroho, (2017), Haryanto, dkk, (2018), Suarniki dan Abriano, (2015), Nusandini dan Nugraha (2020), Pratiwi, (2019), Rachmat, (2017), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Lopian, dkk (2016) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa dinamika lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: Dinamika lingkungan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Perusahaan UMKM rumah makan Di Kabupaten Sragen.

Hubungan Orientasi inovasi dengan Kinerja pemasaran

Semakin tinggi orientasi inovasi, diharapkan semakin tinggi kinerja pemasaran yang ada. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh; Haryanto dan Haryono, (2015),

Fatonah dan Nugroho, (2017), Haryanto, dkk, (2018), Suarniki dan Abriano, (2015), Nusandini dan Nugraha (2020), Pratiwi, (2019), Rachmat, (2017), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Lopian, dkk (2016) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa orientasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: Orientasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Perusahaan UMKM rumah makan Di Kabupaten Sragen

Hubungan Orientasi pelanggan dengan Kinerja pemasaran

Semakin tinggi orientasi pelanggan, diharapkan semakin tinggi kinerja pemasaran yang ada. Hasil penelitian yang relevan dilakukan oleh; Haryanto dan Haryono, (2015), Fatonah dan Nugroho, (2017), Haryanto, dkk, (2018), Suarniki dan Abriano, (2015), Nusandini dan Nugraha (2020), Pratiwi, (2019), Rachmat, (2017), Jayaningrum dan Sanawiri (2018), Lopian, dkk (2016) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5: Orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran Perusahaan UMKM rumah makan Di Kabupaten Sragen.

METODA

Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer dari responden terhadap jawaban kuesioner. Teknik Pengumpulan Data adalah observasi yaitu dilakukan dengan menggunakan pengamatan terhadap aktivitas perusahaan di Perusahaan UMKM rumah makan Di Kabupaten Sragen. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pertanyaan tertutup responden diberikan pertanyaan yang diukur dengan skala 1-5, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan UMKM rumah makan di Kabupaten Sragen yang yang terdata pada dinas Koperasi dan UMKM sejumlah 750 perusahaan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi yaitu sebesar $750 \times 10\% = 75$ perusahaan. Dengan teknik *random sampling* dengan cara acak

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument (validitas dan reliabilitas), analisis regresi linier berganda dengan menggunakan dua persamaan regresi, analisis jalur, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrument

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini menunjukkan valid, karena nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} . Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua item pertanyaan reliable karena nilai Alpha Cronbach > 0,60. Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas dapat disajikan pada Tabel di bawah ini.

Tabel 1. Uji Validitas Dinamika lingkungan

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,400	0,224	Valid
X1_2	0,251	0,224	Valid
X1_3	0,612	0,224	Valid
X1_4	0,500	0,224	Valid
X1_5	0,504	0,224	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Orientasi inovasi

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X2_1	0,451	0,224	Valid
X2_2	0,500	0,224	Valid
X2_3	0,380	0,224	Valid
X2_4	0,380	0,224	Valid
X2_5	0,587	0,224	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Orientasi pelanggan

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X3_1	0,721	0,224	Valid
X3_2	0,708	0,224	Valid
X3_3	0,309	0,224	Valid
X3_4	0,433	0,224	Valid
X3_5	0,429	0,224	Valid

Tabel 4. Uji Validitas Kinerja pemasaran

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
Y_1	0,517	0,224	Valid
Y_2	0,455	0,224	Valid
Y_3	0,348	0,224	Valid
Y_4	0,451	0,224	Valid
Y_5	0,336	0,224	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Dinamika lingkungan	0,696	Reliabel
Orientasi inovasi	0,698	Reliabel
Orientasi pelanggan	0,747	Reliabel
Kinerja pemasaran	0,664	Reliabel

Tabel 6. Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,773	2,173		2,197	,031
	Dinamika Lingkungan	,444	,096	,461	4,603	,000
	Orientasi Inovasi	,330	,110	,301	3,002	,004

a. Dependent Variable: Orientasi Pelanggan

Tabel 7. Hasil Regresi Persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,378	2,851		2,237	,028
	Dinamika Lingkungan	,487	,139	,430	3,495	,001
	Orientasi Inovasi	-,267	,148	-,207	-1,803	,076
	Orientasi Pelanggan	,374	,150	,318	2,500	,015

a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88,061	3	29,354	12,404	,000 ^a
	Residual	168,019	71	2,366		
	Total	256,080	74			

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pelanggan, Orientasi Inovasi, Dinamika Lingkungan

b. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran

Koefisien Determinasi / Varian Total

Hasil nilai R^2 total sebesar 0,626 dapat diartikan variasi kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen dijelaskan oleh variabel dinamika lingkungan, orientasi inovasi, dan orientasi pelanggan sebagai variabel intervening sebesar

62,6% dan sisanya 37,4% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan dan sebagainya.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Korelasi

		Correlations			
		Dinamika Lingkungan	Orientasi Inovasi	Orientasi Pelanggan	Kinerja Pemasaran
Dinamika Lingkungan	Pearson Correlation	1	,458**	,599**	,526**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	75	75	75	75
Orientasi Inovasi	Pearson Correlation	,458**	1	,512**	,153
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,190
	N	75	75	75	75
Orientasi Pelanggan	Pearson Correlation	,599**	,512**	1	,470**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	75	75	75	75
Kinerja Pemasaran	Pearson Correlation	,526**	,153	,470**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,190	,000	
	N	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

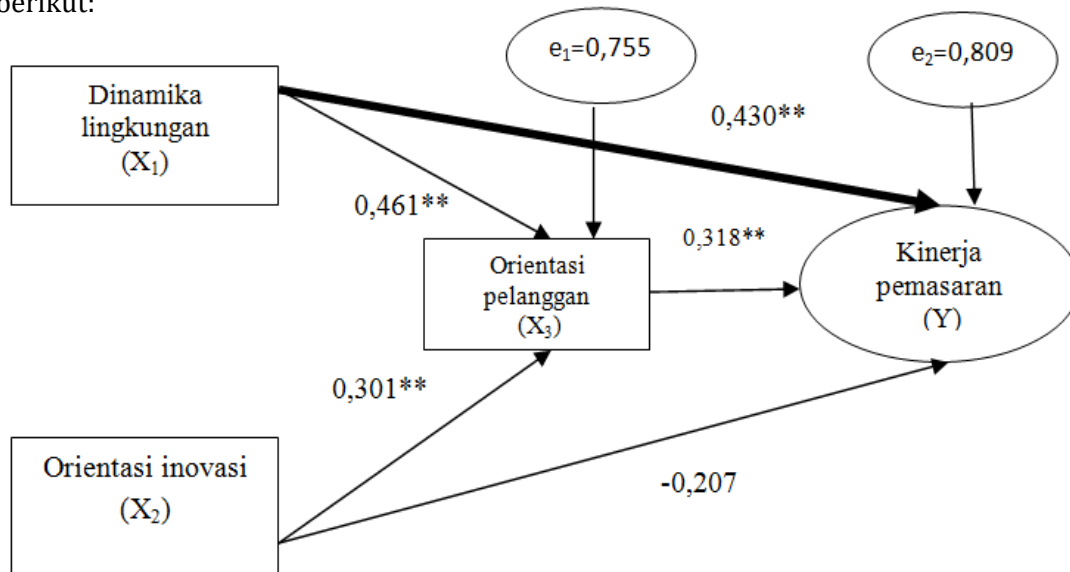
Hasil Perhitungan Analisis Jalur

Tabel 10. Hasil Analisis Jalur

Dari Variabel	Koefisien Jalur		Total Pengaruh
	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	
Dinamika lingkungan → Kinerja pemasaran	$P_3=0,430$		
Orientasi inovasi → Kinerja pemasaran	$P_4=-0,207$		
Dinamika lingkungan → Orientasi pelanggan → Kinerja pemasaran		$P_1 \times P_5 = 0,461 \times 0,318 = 0,146$	$P_3 + (P_1 \times P_5) = 0,430 + 0,146 = 0,576$
Orientasi inovasi → Orientasi pelanggan → Kinerja pemasaran		$P_2 \times P_5 = 0,301 \times 0,318 = 0,096$	$P_4 + (P_2 \times P_5) = -0,207 + 0,096 = -0,111$

Pengaruh langsung dinamika lingkungan terhadap kinerja pemasaran lebih besar dari pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan kinerja pemasaran lebih efektif melalui jalur langsung dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Pengaruh langsung orientasi inovasi terhadap kinerja pemasaran lebih kecil dari pengaruh tidak langsung, sehingga untuk meningkatkan kinerja pemasaran lebih efektif melalui jalur tidak langsung dengan melalui orientasi pelanggan dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Berdasarkan tabel di atas hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis

PEMBAHASAN

1. Pengaruh dinamika lingkungan terhadap kinerja pemasaran

Analisis jalur menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening orientasi pelanggan dalam rangka peningkatan kinerja pemasaran, untuk variabel dinamika lingkungan adalah tidak efektif, karena pengaruh langsung menghasilkan pengaruh yang lebih besar. Hal ini berarti, untuk meningkatkan kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen sebaiknya memperhatikan faktor-faktor dalam meningkatkan dinamika lingkungan di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Upaya untuk meningkatkan dinamika lingkungan dapat dilakukan seperti:

- Perlunya industri rumah makan, memperbaiki inovasi produksi guna mempertahankan persaingan di antara perusahaan rumah makan untuk mencapai usaha yang paling efisien dibanding perusahaan yang lain.
- Perlunya dalam industri rumah makan, persaingan dalam hal kualitas produksi sudah sangat ketat di antara perusahaan rumah makan untuk memperebutkan pelanggan.
- Dalam industri rumah makan, persaingan harga sudah sangat ketat di antara perusahaan rumah makan untuk mendapatkan pembeli.

2. Pengaruh orientasi inovasi terhadap kinerja pemasaran melalui orientasi pelanggan
Penggunaan variabel intervening orientasi pelanggan dalam rangka peningkatan kinerja pemasaran, untuk variabel orientasi inovasi adalah efektif, karena pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih besar dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen sebaiknya memperhatikan variabel orientasi pelanggan dan memperhatikan faktor-faktor orientasi pelanggan di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara:
 - a. Karyawan memiliki komitmen yang kuat untuk memuaskan pelanggan.
 - b. Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen perlunya berusaha kumpulkan informasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
 - c. Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen perlunya kumpulkan informasi keluhan dan saran dari pelanggan

SIMPULAN

1. Hasil Uji Hipotesis
 - a. Dinamika lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pelanggan di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Hipotesis 1 terbukti.
 - b. Orientasi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pelanggan di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Hipotesis 2 terbukti.
 - c. Dinamika lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Hipotesis 3 terbukti.
 - d. Orientasi inovasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Hipotesis 4 tidak terbukti.
 - e. Orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen. Hipotesis 5 terbukti.
2. Hasil uji secara serempak (Uji F) pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai $F = 12,404$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama

variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen.

3. Hasil nilai R^2 total sebesar 0,626 dapat diartikan variasi kinerja pemasaran di Perusahaan UMKM Rumah Makan Di Kabupaten Sragen dijelaskan oleh variabel dinamika lingkungan, orientasi inovasi, dan orientasi pelanggan sebagai variabel intervening sebesar 62,6% dan sisanya 37,4% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian sebagai contoh orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan dan sebagainya.
4. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa:
 - a. Pengaruh langsung dinamika lingkungan terhadap kinerja pemasaran merupakan jalur yang efektif.
 - b. Pengaruh langsung orientasi inovasi terhadap kinerja pemasaran merupakan jalur yang tidak efektif

DAFTAR PUSTAKA

- Asikhia, U. (2009). The Moderating Role of E - Marketing on the Consequences of Market Orientation in Nigerian Firms, Department of Business Studies College of Business and Social Sciences Covenant University.
- Baker, W.E. & Sinkula, J.M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses, *Journal of Small Business Management*, Vol. 47. p. 443-464
- Banterle, A, Cavaliere, A, Stranieri, S & Laura C. (2009), The Relationship Between Innovation and Marketing in SMEs in the EU, Food Sector1 Department of Agricultural, Food and Environmental Economics, Università degli Studi di Milano, Italy.
- Boer, H., & Daring, W. E. (2001). Innovation, what innovation? A comparison between product, process, and organizational innovation, *International Journal of Technology Management*, Vol.22. p. 83-107.
- Calantone, S.T., Cavusgil & Zhao Y., , 2002 Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance, *Industrial Marketing Management*, Vol.3. p. 515 -524
- Darroch, J. (2005). Knowledge Management, Innovation and Firms Performance, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 9, p. 101-115
- Eric, T. M, & R. Hamish, G. (2008). Market Orientation, Innovation and Entrepreneurship: An Empirical Examination of the Illinois Beef Industry, *Journal International Food and Agribusiness Management Review*, Vol. 11. p. 232-281
- Fatonah, S dan Nugroho AP, (2017). Peran Mediasi Keunggulan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Batik Skala Kecil Dan Menengah Di Surakarta. *Prosiding Seminar Nasional AIMI ISBN: 978-602-98081-7-9 Jambi, 27 - 28 Oktober 2017*
- Ferdinand, A. (2006). Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage. Unpublished DBA, Theses. Southern Cross. Lismore. Australia.
- Foltean, F, (2007), The Entrepreneurial Approach in Marketing, *Journal Management & Marketing*, Vol. 2. p. 46-58

- Francesco, B, & Mario, P, (2011). Engines of Growth. Innovation and Productivity in Industry Groups, Journal Structural Change and Economic Dynamics, Vol. 22. p. 27-69
- Gheorghe, P, & Alexandru, S.C. (2010). Innovation Performance Factor of Economic Entities, Journal Annals of Computational Economics, Vol. 3. p. 12-25.
- Ghozali, I. (2008). Model Perencanaan Struktural Konsep & Aplikasi Dengan Program Amos 16 .0, Badan Penerbit UNDIP, Semarang
- Grinstein, A. (2008). The Effect Of Market Orientation and Its Components on Innovation Consequences: A Meta-Analysis, Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 36. p. 166-73
- Haryanto AT & Haryono T, (2015). The influence of market orientation on innovation type and enterprise performance. Polish Journal of Management Studies, Vol. 11 No. 1 Pp.68-78 (2015)
- Haryanto, Dewi dan Suseno, (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pelanggan Dan Orientasi Inovasi UKM Konveksi Di Kabupaten Sragen. OPTIMUM Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol. 8 No. 1 (2018) DOI: <http://dx.doi.org/10.12928/optimum.v8i1.8830>
- Hovgaard, A., & E. Hansen. (2004). Innovativeness In The Forest Products Industry, Forest Products Journal, Vol. 54. p. 26-33.
- Hurley, Robert F. and Hult, Thomas M. (1998). Innovation, Market Orientation, an Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination, Journal Marketing, Vol. 62. p. 42-54.
- Jayaningrum dan Sanawiri (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 54 No. 1 Januari 2018
- Kirca, A, H., Jayachandran, S. and Bearden, W. O (2005). Market Orientation: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Impact on Performance, Journal of Marketing, Vol. 69. p. 24-4.
- Lapian, Massie dan Ogi, (2016). The Influence Of Market Orientation And Product Innovation On Marketing Performance At PT. BPR Prisma Dana Amurang. Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 1330-1339
- Lewrick 1, M., M. Omar2 & Robert L.W. Jr, (2011). Market Orientation and Innovators' Success: an Exploration of the Influence of Customer and Competitor Orientation Technol, Journal Management Inovasion, Vol. 6. p. 48-62
- LinLin F.R. & Hsieh P.S. (2011). A SAT View on New Service Development, Service Science, Vol. 3. p. 141-157
- Lukas, B.A & O.C Ferrell (2000). The Effect of Market Orientation on Product Innovation, Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 28. p. 239-247.
- Morgan, N.A., D.W. Vorhies & Charlotte H. M. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance, Strategic Management Journal, Vol. 30. p. 909 - 920.
- Morris, M.H. Coombes, S. & Schindehutte, M. (2007). Antecedent And Outcomes of Entrepreneurial and Market Orientation In Anon- Profit Context: Theoretical And Empirical Insights, Journal of Leadership and Organization Studies, Vol.13. p. 12-39.
- Nadrol, W,M. Breen, J.& Josiassen, A. (2010). Relationship Between Strategic Orientation And SME Firm Performance: Developing A Conceptual Framework, Contact: Breen, J.Victoria University Melboune, Australiap, Vol. 8. p. 713-723
- Narver, J.C. & Slater, S.F. (2004). The Effect of A Market Orientation on Business Profitability, Journal of Marketing Research, Vol. 54. p. 20-35.

- Nusandini dan Nugraha (2020). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulanbersaing (Studi Pada UKM Batik Di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 2 No. 4 (2020)
- Pau, A. (2011). The Role of The Orientation Towards Innovation Within Organisation, *Journal Annals of Computational Economics*, Vol. 2. p. 151-155.
- Pratiwi, (2019). Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Warung Kopi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Pontianak). *Jurnal Manajemen Update* Vol. 8 No. 3 (2019)
- Rachmat, (2007). Orientasi Pelanggan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Bisnis Hotel Berbintang Tiga Di Indonesia. *Ekuitas* Vol.11 No.3 September 2007: 367 – 390 ISSN 1411-0393
- Rock, A, & Agca V. (2009). Entrepreneurial Orientation and Performance of Turkish Manufacturing FDI Firms: An Empirical Study, *Journal Economics Business and Finance*, Vol. 24. p. 115-133.
- Schildt, Hendri, A., Maula, Markku, V.J. and Keil, T., (2005). Exploitative Learning from External Corporate External Corporate Venture, *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 29. p. 493-515.
- Sekaran, U., Roger, B. (2010). *Research Methods For Business ASkill Building Approach*, A John Wiley and Sons Ltd publication Fith Edition
- Sergio, O. & Roberto, F. (2008). Market orientation, knowledge related resources and firm performance, *Journal of research business*, Vol. 61. p. 623-630
- Suarniki dan Abriano, (2015). Pengaruh Orientasi Konsumen, Pesaing Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Kinerja Pemasaran Ukm Di Kota Banjarbaru Dan Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.8 No.1 Maret 2015
- Sylvie, L. (2008). Size, Strategic, and Market Orientation Affects on Innovation, Elsevier in *Journal*, Vol. 61. p. 753-764.
- Usta, R. (2011). Strategic Orientations Enriching the Effect of Market Orientation on Company Performance: Literature-Based Holistic Model Proposal, *Journal Anadolu University Journal of Social Sciences*, Vol.11. p. 34-45
- Verhess, F. & Meulenberg M.T.G. (2004) Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance In Small Firms. *Journal Of Small Business Management*, Vol. 42. p. 134-154.
- Voss, G.B., & Voss Z.G. (2000). Strategic Orientation and Firm Performance In an Artistic Enviroment, *Journal of Marketing*, Vol. 64. p. 67-83.
- Wiklund, J., Lumpkin, G.T.T. & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33. p. 761-787.
- Zahra, S.A., Ireland, R.D. & Hutt, M.A. (2000). International Expansion by New Venture Firm: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning, and Performance, *Academy of Management Journal*, Vol. 43. p. 925-950.
- Zhou, K.Z. Yim, C.K. & Tse, D.K. (2005). The Effects of Strategic Orientationson Technology and Market Based Breakthrough Innovations, *Journal of Marketing*, Vol. 69. p. 40-60

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RISIKO IDIOSINKRATIK

Pandu Wiguna¹⁶

Robiyanto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to examine the factors that affect idiosyncratic risk. This study uses company fundamental data, that are company size, PER, dividend policy, profitability, operating performance, and institutional ownership as factors that influence idiosyncratic risk. The research method is a quantitative approach to panel data using secondary data sourced from the company's annual and financial reports. The sample was taken using purposive sampling method, which obtained 88 companies in the manufacturing sector as a sample with an observation time of 2017-2019 so that the total sample in this study was 264. The results of hypothesis testing indicate that PER has a negative effect on idiosyncratic risk. Meanwhile, firm size, dividend policy, profitability, operating performance, and institutional ownership have no effect on idiosyncratic risk.

Keywords: *idiosyncratic risk, unsystematic risk, specific risk*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi risiko idiosinkratik. Penelitian ini menggunakan data fundamental perusahaan yaitu ukuran perusahaan, PER, kebijakan dividen, profitabilitas, kinerja operasi, dan kepemilikan institusional sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi risiko idiosinkratik. Metode penelitian adalah pendekatan kuantitatif data panel dengan menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan dan tahunan perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yang memperoleh 88 perusahaan sektor manufaktur sebagai sampel dengan waktu observasi 2017-2019 sehingga total sampel dalam penelitian ini sebanyak 264. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa PER berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Sementara itu, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, profitabilitas, kinerja operasi, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap risiko idiosinkratik.

Kata kunci: *risiko idiosinkratik, risiko tidak sistematis, risiko spesifik*

PENDAHULUAN

Risiko Teori keuangan menyatakan bahwa pengembalian yang tinggi akan diikuti oleh risiko yang tinggi sebagaimana ungkapan *high risk, high return*. Return yang diperoleh akan dipengaruhi oleh berbagai risiko. Risiko digolongkan menjadi dua yaitu risiko sistematis dan risiko tidak sistematis (Noviayanti dan Husodo, 2018). Risiko sistematis adalah risiko yang tidak dapat dihilangkan melalui diversifikasi dan akan selalu ada karena risiko ini berasal dari luar perusahaan seperti kondisi makroekonomi dan sosial politik.

¹⁶212017237@student.uksw.edu

Sedangkan risiko tidak sistematis adalah risiko yang dapat dikendalikan melalui diversifikasi karena risiko ini berasal dari internal perusahaan seperti pangsa pasar, manajemen perusahaan, dan laba.

Salah satu alat untuk meminimalkan risiko yaitu dengan menggunakan portofolio (Noviyanti dan Husodo, 2018). Untuk membuat suatu portofolio pada beberapa aset sekuritas, maka masing-masing aset harus tidak berkorelasi positif dan sempurna. Risiko tidak sistematis atau *unsystematic risk* juga dikenal sebagai risiko spesifik atau risiko idiosinkratik yang sangat berkaitan dengan faktor-faktor fundamental perusahaan seperti pendapatan, informasi penawaran dan permintaan, persaingan, dan lain sebagainya. Zhang et al., (2016) menyebutkan bahwa risiko idiosinkratik merupakan ukuran paling tepat untuk menjelaskan risiko spesifik yang sedang dihadapi oleh perusahaan.

Menurut teori *Capital Assets Pricing Model* (CAPM) di dalam Fama & French (2004), risiko sistematis tercermin dalam persamaan model pasar melalui koefisien *beta*. Perubahan *return* individu yang diakibatkan oleh *return* pasar tercermin di koefisien *beta*. Sedangkan risiko yang tidak dapat dijelaskan melalui model pasar tersebut disebut dengan risiko tidak sistematis. Sehingga menurut teori CAPM, risiko yang harus diperhatikan oleh investor adalah risiko sistematis atau *beta* saham. Sedangkan risiko tidak sistematis kurang diperhatikan karena dapat dihilangkan dengan portofolio.

Penelitian terdahulu oleh Firmansyah et al., (2020) menyatakan bahwa faktor fundamental seperti ukuran perusahaan, PER, kebijakan dividen, dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Sedangkan variabel kinerja operasi dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap risiko idiosinkratik. Liu et al., (2014) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap risiko idiosinkratik. Sedangkan PER, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik.

Selain itu, penelitian yang meneliti faktor-faktor yang menjelaskan *idiosyncratic risk* masih jarang ditemukan dan umumnya menggunakan data dari negara berkembang. Novita et al., (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap risiko idiosinkratik, sedangkan tingkat *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap risiko idiosinkratik. Li et al., (2020) menyatakan bahwa aset tidak berwujud memiliki hubungan negatif dengan risiko idiosinkratik. Tzouvanas et al., (2020) menunjukkan bahwa pengungkapan lingkungan berhubungan negatif dengan risiko idiosinkratik.

Penelitian yang meneliti faktor-faktor yang dapat menjelaskan risiko idiosinkratik di Indonesia dilakukan oleh Monica dan Ng. (2018). Studi tersebut menemukan bahwa kepemilikan asing, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan publik berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Pudjianto dan Wibowo (2019) menemukan bahwa risiko idiosinkratik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *return* saham. Saham dengan risiko idiosinkratik yang tinggi menghasilkan *return* yang lebih besar daripada yang memiliki nilai risiko yang rendah. Pada penelitian tersebut tidak mempertimbangkan faktor fundamental perusahaan sebagai risiko idiosinkratik. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian risiko idiosinkratik dengan elemen fundamental perusahaan menggunakan data perusahaan Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor fundamental ukuran perusahaan, PER, kebijakan dividen, profitabilitas, kinerja operasi, dan kepemilikan institusional terhadap risiko idiosinkratik dengan menggunakan data perusahaan sektor manufaktur di Indonesia. Faktor fundamental tersebut juga digunakan oleh Liu et al., (2014) menggunakan data perusahaan di Australia sebagai negara maju. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan data perusahaan di Indonesia sebagai negara berkembang. Pengujian risiko idiosinkratik sebelumnya di negara berkembang juga dilakukan oleh Kumari et al., (2017) menggunakan data perusahaan di India.

Penelitian yang lain Aziz dan Ansari (2017); Noviayanti dan Husodo (2018); Chowdhury dan Saeed, (2019) meneliti pengaruh risiko idiosinkratik pada *return* saham. Penelitian di Indonesia oleh Firmansyah et al., (2020) hanya meneliti faktor-faktor risiko idiosinkratik pada perusahaan sektor keuangan sehingga dapat dijadikan sebagai celah penelitian.

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah menambah wawasan akan pengaruh faktor-faktor fundamental perusahaan terhadap risiko idiosinkratik. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk membantu para investor membuat keputusan dalam melakukan kegiatan investasi saham tertentu di pasar modal guna meningkatkan *return* yang diharapkan.

TELAAH PUSTAKA

Risiko Idiosinkratik

Risiko idiosinkratik merupakan perubahan harga saham yang disebabkan oleh informasi spesifik perusahaan. Risiko ini juga sering disebut risiko tidak sistematis. Teori CAPM di dalam Fama dan French (2004) menyebutkan bahwa risiko sistematis tercermin dalam persamaan model pasar melalui koefisien *beta*. Perubahan *return* individu yang diakibatkan oleh *return* pasar tercermin di koefisien *beta*. Sedangkan risiko yang tidak dapat dijelaskan melalui model pasar tersebut disebut dengan risiko tidak sistematis. Sehingga menurut teori CAPM, risiko yang harus diperhatikan oleh investor adalah risiko sistematis atau *beta* saham. Sedangkan risiko tidak sistematis kurang diperhatikan karena dapat dihilangkan dengan portofolio.

Konsep penurunan risiko pada portofolio saham didasarkan pada asumsi bahwa tingkat imbal hasil saham bersifat independen. Sehingga investasi pada saham tertentu yang mengalami kerugian akan ditutupi oleh keuntungan pada saham lain. Konsep inilah yang menyebabkan risiko idiosinkratik dapat dihilangkan dengan portofolio.

Ukuran Perusahaan

Pada umumnya semakin besar ukuran perusahaan akan membuat calon investor lebih memperhatikan informasi dari perusahaan tersebut karena dapat mempresentasikan kondisi perusahaan-perusahaan lain di suatu negara, termasuk di Indonesia. Kumari et al., (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Liu et al., (2014) dan Firmansyah et al., (2020) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Ghafoor et al., (2019) menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dengan risiko idiosinkratik. Hasil dari penelitian terdahulu selalu menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi risiko idiosinkratik secara negatif. Sullivan (1982) menyatakan bahwa semakin besar perusahaan maka risiko yang ditanggung semakin kecil. Hal ini disebabkan perusahaan yang besar cenderung melakukan diversifikasi dengan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu perusahaan besar juga dinilai lebih mampu dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, dan politik. Berdasarkan argumen tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik

Price to Earning Ratio (PER)

PER dapat menunjukkan *return* pasar di masa depan, sehingga dapat membantu para investor untuk memprediksi *return* saham perusahaan di masa depan (Arslan, 2014). PER juga dapat digunakan untuk memprediksi risiko perusahaan di masa depan. Liu et al., (2014), Anwar et al., (2015), Firmansyah et al., (2020) menyatakan bahwa PER berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Firmansyah (2017) juga menyatakan bahwa nilai PER berpengaruh negatif terhadap risiko perusahaan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa risiko perusahaan akan semakin kecil apabila nilai PER semakin tinggi. Sehingga investor akan berasumsi bahwa perusahaan telah mampu menurunkan risiko perusahaan. Tingginya nilai PER akan menunjukkan bahwa perusahaan dapat melakukan diversifikasi risiko dengan baik pula. Berdasarkan argumen tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis:

H2: PER berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik

Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan keputusan dalam pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan yang berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Kebijakan dividen perusahaan dapat dilihat dari banyaknya dividen yang dibayarkan dibandingkan dengan harga saham biasa atau biasa disebut dengan *dividend yield*. Investor juga seringkali menggunakan informasi terkait kebijakan dividen sebelum berinvestasi pada saham tertentu. Perusahaan yang membayarkan dividen menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan *return* kepada investor.

Arslan (2014) membuktikan bahwa perusahaan yang membagikan dividen tunai dapat mengurangi risiko *return* saham. Liu et al., (2014) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap risiko idiosinkratik. Firmansyah et al., (2020), Anwar et al., (2015), juga menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Ferranti dan Yunita (2015) menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap risiko perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keadaan keuangan perusahaan stabil dan kemungkinan besar tidak akan mengalami ketidakpastian dan dapat mengurangi risiko. Berdasarkan argumen tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis:

H3: Kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik Profitabilitas

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. Profitabilitas perusahaan dapat dinilai menggunakan rasio dengan

membandingkan laba dengan modal atau hutang perusahaan. Profitabilitas dapat dijadikan ukuran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui laba yang dihasilkan.

Informasi profitabilitas yang baik dapat memberikan gambaran bahwa perusahaan akan terus berkembang. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengurangi ketidakpastian di masa depan dan memperkecil kebangkrutan. Profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menunjukkan bahwa tingkat risiko idiosinkratik perusahaan yang rendah (Liu et al., 2014). Firmansyah et al., (2020), Anwar et al., (2015) menyatakan bahwa semakin tinggi laba perusahaan semakin rendah risiko yang dihadapi perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa manajemen perusahaan berhasil memperoleh kepercayaan investor bahwa perusahaan telah memperoleh keuntungan yang tinggi dan terus berkembang. Berdasarkan argumen tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis:

H4: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik Kinerja Operasi

Besarnya arus kas operasi yang dihasilkan perusahaan memberikan informasi penting bagi investor terkait peluang perusahaan untuk memperoleh aset produktif untuk meningkatkan produktivitas. Sebaliknya jika perusahaan memiliki arus kas operasi yang negatif menandakan bahwa perusahaan kurang mampu mengelola arus kas dari aktivitas operasi dan akan berdampak pada risiko perusahaan yang lebih besar. Dutt dan Humphery-Jenner (2013) menyatakan bahwa perusahaan dengan risiko *return* saham yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja operasi yang lebih baik. Perusahaan dengan kinerja operasi yang baik dapat menghindarkan dari risiko ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jatuh tempo atau penjualan aset produksi yang dapat memperburuk kondisi perusahaan di masa depan. Berdasarkan argumen tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis:

H5: Kinerja operasi berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik Kepemilikan Institusional

Lembaga-lembaga seperti perusahaan investasi, asuransi, dana pensiun dan perusahaan lainnya yang memiliki saham disebut dengan kepemilikan institusi (Lestari, 2017). Informasi terkait kepemilikan institusi pada saham tertentu akan menarik bagi investor karena keberadaan kepemilikan institusi berperan dalam fungsi *monitoring*. Peran tersebut akan memaksa manajer untuk berkinerja baik sehingga dapat mengurangi ketidakpastian.

Vo (2016) menyatakan bahwa pemegang saham institusi berperan dalam meningkatkan tata kelola perusahaan dengan mempengaruhi manajemen untuk

meningkatkan nilai pemegang saham. Bentuk pengawasan tersebut mengakibatkan manajer dapat bekerja secara maksimal dan mengurangi tindakan oportunistik yang dapat merugikan investor sehingga risiko dapat diminimalkan. Berdasarkan argumen tersebut maka dapat dikembangkan hipotesis:

H6: Kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik

METODA

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan data panel, yaitu penggabungan antara penelitian *cross.section* dan *time.series*. Sumber data penelitian berasal dari data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan, laporan tahunan dan harga saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel menggunakan aplikasi *Eviews 11* dan *Microsoft Excel*.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019 (www.idx.co.id). Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria seperti yang telah ditetapkan seperti pada Table 1.

Tabel 1. Pemilihan Sampel Berdasarkan Kriteria

No.	Kriteria	Jumlah Sampel
1	Perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI sampai dengan periode Desember 2019	183
2	Perusahaan yang tidak terdaftar berturut-turut	44
3	Perusahaan tidak memiliki kelengkapan data	28
4	Perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan dengan denominasi mata uang rupiah	23
	Jumlah sampel akhir	88
	Tahun pengamatan	3
	Jumlah pengamatan	264

Definisi Operasional

Risiko idiosinkratik dapat diukur menggunakan regresi model pasar sebagaimana dalam penelitian Kim dan Zhang (2014), Andreou et al., (2016) sebagai berikut:

$$R_{j,t} = \alpha_j + \beta_{1j}R_{mt-2} + \beta_{1j}R_{mt-1} + \beta_{1j}R_{mt} + \beta_{1j}R_{mt+1} + \beta_{1j}R_{mt+2} + \varepsilon_{jt}$$

Keterangan:

$R_{j,t}$ = Return saham j periode t

R_{mt} = Return IHSG periode t

Nilai varian residual adalah proksi dari risiko idiosinkratik. Nilai varian tersebut dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\varepsilon_j = \beta_j^2 \sigma_m + \sigma_j$$

Keterangan:

ε_j = varian residual saham j

β_j = Beta saham j

σ_m = varian return IHSG

σ_j = varian return saham j

Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, PER, kebijakan dividen, profitabilitas, kinerja operasi, dan kepemilikan institusional. Perusahaan dengan aset dalam jumlah besar umumnya menarik perhatian investor untuk menanamkan dananya di perusahaan sehingga dapat dengan cepat memperoleh return (Ratnasari dan Budiyanto, 2016). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan menggunakan logaritma atau eksponensial natural total aset perusahaan (Ratnasari dan Budiyanto, 2016).

SIZE = natural logaritma total aset dalam rupiah

Price to Earnings Ratio (PER) digunakan untuk menghitung pengembalian modal yang diinvestasikan dalam suatu saham. Dalam penelitian ini, proksi PER yang digunakan akan seperti pada penelitian oleh Liu et al., (2014), sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{EPS}$$

Kebijakan dividen diproksikan dengan dividend yield yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar keuntungan dividen yang dihasilkan dari investasi pada saham tertentu sebagaimana digunakan oleh Liu et al., (2014) seperti berikut:

$$\text{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividend per share}}{\text{Market price per share}}$$

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan oleh Return on Equity (ROE) yang mencerminkan seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan laba atau rugi dibandingkan dengan ekuitas sebagaimana yang digunakan oleh Liu et al., (2014) dan Kumari et al., (2017) seperti berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Proksi untuk menghitung kinerja operasi dalam penelitian ini menggunakan rasio arus kas operasi sebagaimana yang digunakan oleh Rajgopal dan Venkatachalam (2011) seperti berikut:

$$CFO = \frac{\text{Arus kas operasi}}{\text{Rata – rata total aset}}$$

Kepemilikan institusional adalah bagian kepemilikan saham oleh lembaga keuangan seperti perusahaan asuransi, perusahaan dana pensiun, atau perusahaan keuangan lainnya dibagi dengan total saham sebagaimana proksi yang digunakan oleh Vo (2016) seperti berikut:

$$INS = \frac{\text{Total saham milik institusi}}{\text{Total saham beredar}}$$

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Proksi	Indikator	Skala	Sumber
Risiko Idiosinkratik	IDIO	Nilai varian residu	Rasio	Andreou et al., (2016)
Ukuran Perusahaan	SIZE	Natural logaritma total aset dalam rupiah	Rasio	Ratnasari dan Budiyanto (2016)
Price to Earnings Ratio	PER	$PER = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{EPS}}$	Rasio	Liu et al., (2014)
Kebijakan Dividen	YIELD	$Devidend Yield = \frac{\text{Dividend per share}}{\text{Harga per lembar saham}}$	Rasio	Liu et al., (2014)
Profitabilitas	ROE	$ROE = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio	Kumari et al., (2017)
Kinerja Operasi	CFO	$CFO = \frac{\text{Arus kas operasi}}{\text{Rata – rata total aset}}$	Rasio	Rajgopal dan Venkatachalam (2011)
Kepemilikan Institusional	INS	$INS = \frac{\text{Total saham milik institusi}}{\text{Total saham beredar}}$	Rasio	Vo (2016)

Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi data panel. Metode yang dapat dipilih dalam *panel data regression* ada tiga, yaitu metode *common effect* (CE), *fixed effect* (FE), dan *random effect* (RE) (Juanda dan Juanidi, 2012). Berikut adalah persamaan atau model umum yang akan dihasilkan:

$$IDIO_{it} = \beta_0 + \beta_1 SIZE_{it} + \beta_2 PER_{it} + \beta_3 YIELD_{it} + \beta_4 ROE_{it} + \beta_5 CFO_{it} + \beta_6 INS_{it} + \epsilon_t$$

Keterangan:

<i>IDIO</i>	= Risiko idiosinkratik
<i>SIZE</i>	= Ukuran perusahaan
<i>PER</i>	= Price to earnings ratio
<i>YIELD</i>	= Dividend yield
<i>ROE</i>	= Profitabilitas
<i>CFO</i>	= Kinerja operasi
<i>INS</i>	= Kepemilikan institusional
β	= Koefisien determinasi
ϵ	= <i>error</i>

Sebelum memilih menggunakan metode yang digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan beberapa pengujian, yaitu *Chow Test* dengan tujuan untuk pertimbangan dalam memilih model FE atau CE. Hipotesis yang dirumuskan yaitu H0: model CE dan H1: model FE. H0 ditolak apabila nilai *chow's statistic* atau f-hitung bernilai lebih besar dari,,f-tabel. Kedua, *Hausman test*, bertujuan untuk pertimbangan dalam memilih model RE,,atau FE. Hipotesis yang dirumuskan yaitu H0: model RE dan H1: model FE. H0 ditolak apabila *p value* bernilai lebih kecil dari alfa. Ketiga, *Lagrange Multiplier*, yaitu pengujian yang bertujuan untuk pertimbangan pemilihan model RE atau CE. Hipotesis yang dirumuskan yaitu H0: model PLS dan H1: model RE. H0 ditolak apabila nilai pengujian *Lagrange,Multiplier* lebih,tinggi dari nilai di dalam tabel *chi-square*.

Setelah pemilihan metode regresi data panel selesai, maka perlu dilanjutkan dengan uji asumsi klasik guna menghasilkan persamaan regresi linear yang baik. Uji-uji asumsi klasik tersebut yaitu pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Statistik deskriptif dalam penelitian ini dibutuhkan untuk mengetahui pola data dari variabel yang digunakan yakni ukuran perusahaan, PER, kebijakan dividen, profitabilitas, kinerja operasi, dan kepemilikan institusional. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini dijelaskan dengan menggunakan mean, maksimum, minimum, dan standar deviasi. Rangkuman hasil statistik deskriptif terhadap data variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.

Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji normalitas (Tabel. 4) menghasilkan nilai *probability* 0,0000 sehingga data tidak terdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas (Tabel. 5) menunjukkan nilai *probability chi-square* 0,2056 sehingga data lulus uji heterokedastisitas. Berdasarkan hasil uji multikelinearitas (Tabel. 6) menunjukkan nilai *VIF* pada semua variabel independen kurang dari 10 sehingga data terbebas dari gejala multikolinearitas.

Selanjutnya dilakukan pengujian untuk memilih metode regresi data panel yang terdiri dari uji *chow*, uji *hausman*, dan uji *langrage multiplier*. Berdasarkan hasil uji *chow* (Tabel. 7) menunjukkan nilai *probability Cross-section F* 0,3422 sehingga metode yang dipilih adalah *common effect method*. Pada uji *chow* menyimpulkan bahwa metode yang dipilih adalah *common effect* sehingga tidak perlu dilakukan uji *hausman* dan langsung dilanjutkan dengan uji *langrage multiplier*. Berdasarkan hasil uji *langrage multiplier* (Tabel. 8) menunjukkan nilai *Cross-section Breusch-Pagan* 0,6920. Sehingga metode yang dipilih adalah *common effect method*. Berdasarkan dua uji yang telah dilakukan maka metode terbaik dalam menghasilkan regresi data panel adalah metode *common effect*.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	IDIO	SIZE	PER	YIELD	ROE	CFO	INS
Mean	0,727	14,785	32,986	0,021	-0,419	0,0731	0,664
Maximum	73,729	19,790	1100,0	0,6569	2,2445	0,5305	0,9977
Minimum	0,0003	11,898	-615,5	0,0000	-136,4	-0,233	0,0000
Std. Dev.	6,3598	1,5808	122,02	0,0463	8,4076	0,1052	0,2366
Observ.	264	264	264	264	264	264	264

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Jarque-Bera	146931,0
Probability	0,00000

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

F-statistic	1,417639	Prob. F(6,257)	0,2081
Obs*R-squared	8,457594	Prob. Chi-Square(6)	0,2065
Scaled explained SS	463,4671	Prob. Chi-Square(6)	0,0000

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Centered VIF
C	NA
SIZE	1,088279
PER	1,010853
YIELD	1,081418
ROE	1,023791
CFO	1,119258
INS	1,063762

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 7. Hasil Uji Chow

Effects Test	Prob.
Cross-section F	0,3422

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 8. Hasil Uji Langrage Multiplier

	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0,156975 (0,6920)	0,195361 (0,6585)	0,352336 (0,5528)

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Data Panel

Variabel	Koefisien	Statistik-t	Prob.
C	5,527476	1,478206	0,1406
SIZE	-0,273296	-1,057324	0,2914
PER	-0,006676	-2,068517	0,0396
YIELD	-5,630410	-0,640665	0,5223
ROE	0,005329	0,113038	0,9101
CFO	-1,496299	-0,380006	0,7043
INS	-0,464277	-0,271960	0,7859
Adjusted R-square			0.235%

Sumber: Data Diolah (2020)

PEMBAHASAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Risiko Idiosinkratik

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap risiko idiosinkratik. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu oleh Liu et al., (2014), Kumari et al., (2017), dan Firmansyah et al., (2020). Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan sektor manufaktur di Indonesia baik perusahaan besar maupun kecil cenderung kurang mampu melakukan diversifikasi dengan baik serta kurang mampu dalam menghadapi perubahan sosial, ekonomi, dan politik.

Pengaruh PER terhadap Risiko Idiosinkratik

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa PER berpengaruh negatif terhadap risiko idiosinkratik. Hasil ini sama seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Liu et al., (2014). PER dapat digunakan untuk mengukur nilai suatu perusahaan dan menunjukkan seberapa besar investor membayar sejumlah dana dari keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Beberapa investor menganggap perusahaan dengan PER tinggi berarti berkinerja tinggi. Sebaliknya, investor lain menganggap perusahaan yang memiliki PER terlalu tinggi menjadi kurang menarik bagi investor karena harga saham akan cenderung stagnan dan tidak meningkat pada periode berikutnya, yang berdampak pada *capital gain* yang lebih kecil. Sedangkan bagi perusahaan yang memiliki PER rendah, dinilai memiliki kualitas saham tidak baik. Tetapi sebagian investor lain menganggap apabila perusahaan memiliki PER kecil merupakan peluang untuk dapat membeli saham dengan harga murah karena hal tersebut dimungkinkan untuk keuntungan modal yang lebih signifikan di masa depan. Semakin tinggi PER suatu perusahaan menandakan saham perusahaan akan semakin mahal terhadap laba bersih per saham (Arisona, 2013). Harapan investor terhadap keuntungan di masa depan perusahaan tercermin melalui harga saham yang bersedia mereka bayarkan untuk saham perusahaan.

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Risiko Idiosinkratik

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap risiko idiosinkratik. Hasil ini berbeda dengan penelitian Liu et al., (2014) yang menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi stabil apabila dapat membayarkan dividen. Kebijakan perusahaan dalam membayar dividen menjadi sinyal kesejahteraan investor di masa depan, kebijakan dividen dapat menunjukkan perkiraan optimis manajemen dalam menghasilkan laba perusahaan di masa depan Liu et al., (2014). Berdasarkan pengujian dalam penelitian ini, informasi dividen kurang memberikan informasi yang berguna bagi

investor untuk memberikan respon yang positif terhadap kebijakan dividen. Di Indonesia masih sangat sedikit perusahaan sektor manufaktur yang membagikan dividen kepada investor. Sehingga informasi mengenai pemberian dividen oleh perusahaan manufaktur tidak dapat menjadi indikasi bagi investor dalam menilai risiko tidak sistematis perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Risiko Idiosinkratik

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap risiko idiosinkratik. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu et al., (2014) dan Firmansyah et al., (2020). Profitabilitas menunjukkan seberapa baik perusahaan menggunakan ekuitas yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi dapat mengurangi risiko idiosinkratik karena perusahaan akan lebih baik dalam menurunkan risiko spesifik perusahaan yang diharapkan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menggunakan ekuitas dan aset yang dimiliki secara optimal dalam operasional perusahaan. Akan tetapi pada penelitian ini menunjukkan bahwa investor kurang memperhatikan informasi terkait profitabilitas, sehingga profitabilitas perusahaan tidak mencerminkan seberapa besar perusahaan dalam mengurangi risiko investasi, terutama risiko yang tidak sistematis.

Pengaruh Kinerja Operasi terhadap Risiko Idiosinkratik

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kinerja operasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap risiko idiosinkratik. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dutt & Humphery-Jenner (2013) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kondisi kinerja operasi yang tinggi dapat meningkatkan return saham sehingga perusahaan dengan arus kas operasi yang lebih tinggi menunjukkan indikasi memiliki kinerja manajer yang sangat baik dan memberikan jaminan bagi investor dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Kinerja operasi dapat dikaitkan dengan bagaimana perusahaan menggunakan arus kasnya untuk memperluas aset produktif secara tepat karena keputusan tersebut dapat mengurangi risiko spesifik perusahaan Dutt & Humphery-Jenner (2013). Sedangkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa informasi arus kas perusahaan kurang diperhatikan oleh investor, sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja operasi perusahaan tidak dapat menjelaskan risiko tidak sistematis yang dihadapi perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Risiko Idiosinkratik

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap risiko idiosinkratik. Hasil ini berbeda dengan

penelitian Vo (2016) yang menyatakan bahwa pemegang saham institusional di Indonesia berperan dalam pengendalian manajemen untuk meminimalkan risiko perusahaan, terutama risiko spesifik perusahaan, yang merupakan informasi penting yang dapat menarik perhatian banyak pemangku kepentingan di pasar keuangan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, kepemilikan institusional pada perusahaan sektor manufaktur di Indonesia kurang berperan dalam memantau kebijakan perusahaan yang diambil oleh manajemen. Oleh karena itu, kepemilikan institusional tidak dapat menjelaskan risiko tidak sistematis yang dihadapi oleh perusahaan.

SIMPULAN

Bagian Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat menjelaskan risiko tidak sistematis yang dihadapi perusahaan. Informasi profitabilitas perusahaan tidak memberikan jaminan bagi investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi stabil yang dapat mengurangi risiko perusahaan. Perusahaan dengan kinerja operasi tinggi atau rendah tidak menunjukkan bahwa manajer berkinerja baik, terutama dalam mengelola kas dari operasinya, dan dapat memperluas aset produktifnya dengan tepat. Kebijakan dividen yang diambil perusahaan tidak menjadi indikasi bahwa perusahaan akan lebih baik di masa depan. Nilai PER masih menjadi tolak ukur risiko perusahaan karena perusahaan dengan PER tinggi masih dinilai memiliki kinerja yang tinggi. Pemangku kepentingan kelembagaan tidak dapat memantau manajemen perusahaan dalam membuat kebijakan yang menimbulkan risiko spesifik perusahaan. Sebagian besar variabel yang diteliti tidak memiliki pengaruh terhadap risiko idiosinkratik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa investor yang berinvestasi di pasar modal di Indonesia kurang memperhatikan informasi fundamental perusahaan dan memilih mengurangi risiko idiosinkratik melalui portofolio saham.

Meski begitu penelitian ini memiliki keterbatasan. Penelitian ini hanya menggunakan data perusahaan sektor manufaktur sehingga hasilnya tidak dapat mewakili perusahaan-perusahaan sektor lain. Selain itu dalam penelitian ini data yang diolah juga tidak berdistribusi normal ketika dilakukan pengujian asumsi klasik. Penelitian selanjutnya dapat mengaitkan topik ini dengan menambah jumlah sampel penelitian dengan memperbanyak jumlah perusahaan sektor lain untuk mendapatkan sampel penelitian yang lebih besar serta membandingkan hasilnya dengan penelitian ini. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan data dengan jangka waktu yang pendek, sehingga penelitian

selanjutnya dapat menambahkan waktu yang lebih lama untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel fundamental perusahaan lainnya seperti *capital expenditure*, *financial leverage*, likuiditas, dan pertumbuhan penjualan, sehingga terdapat fundamental lain yang mendasari dalam menilai risiko idiosinkratik perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreou, P. C., Antoniou, C., Horton, J., & Louca, C. (2016). Corporate governance and firm-specific stock price crashes. *European Financial Management*, 22(5), 916–956. <https://doi.org/10.1111/eufm.12084>
- Anwar, S., Singh, S., & Jain, P. K. (2015). Cash dividend announcements and stock return volatility: evidence from india. *Procedia Economics and Finance*, 30(15), 38–49. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01253-8](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01253-8)
- Arisona, V. F. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio pada indeks lq 45 di bursa efek indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1), 103–112. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/1498>
- Arslan, M. (2014). Impact of dividend yield and price earnings ratio on stock returns : a study non-financial listed firms of pakistan. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(19), 68–75. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/article/view/16844>
- Aziz, T., & Ansari, V. A. (2017). Idiosyncratic volatility and stock returns: indian evidence. *Cogent Economics and Finance*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/23322039.2017.1420998>
- Chowdhury, H., & Saeed, S. (2019). Is idiosyncratic volatility priced in bangladesh stock market? *International Journal of Economics and Management*, 13(3), 305–317. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2020.101252>
- Dutt, T., & Humphery-Jenner, M. (2013). Stock return volatility, operating performance and stock returns: international evidence on drivers of the “low volatility” anomaly. *Journal of Banking and Finance*, 37(3), 999–1017. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.11.001>
- Fama, E. F., & French, K. R. (2004). The capital asset pricing model: theory and evidence. *Journal of Economic Perspectives*, 18(3), 25–46. <https://doi.org/10.1257/0895330042162430>
- Ferranti, D., & Yunita, I. (2015). Analisis inflasi, tingkat suku bunga, dividend payout ratio, dan current ratio terhadap risiko sistematis. *Trikonomika*, 14(1), 47–56. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v14i1.591>
- Firmansyah, A., Sihombing, P., & Kusumastuti, S. Y. (2020). The determinants of idiosyncratic volatility in indonesia banking industries. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 24(2), 175–188. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v24i2.3851>
- Firmansyah, I. (2017). Pengaruh price earning ratio terhadap risiko sistematis. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 85–100. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jak/article/view/297>
- Ghafoor, S., Zulfiqar, M., & Khurshid, M. K. (2019). Role of corporate governance to mitigate the idiosyncratic risk in non-financial sector of pakistan. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 8(2), 224–238. <http://european-science.com/eojnss/article/view/5494>
- Juanda, Bambang dan Junaidi. 2012. *Ekonometrika deret waktu teori dan aplikasi*. Bogor: IPB Press.
- Kim, J. B., & Zhang, L. (2014). Financial reporting opacity and expected crash risk: evidence from implied volatility smirks. In *Contemporary Accounting Research*, 31(3), 851–875. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12048>

- Kumari, J., Mahakud, J., & Hiremath, G. S. (2017). Determinants of idiosyncratic volatility: evidence from the indian stock market. *Research in International Business and Finance*, 41(April), 172–184. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.04.022>
- Lestari. (2017). Pengaruh kepemilikan institusional dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(September), 293–306. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2iS1.62>
- Li, X., Hou, K., & Zhang, C. (2020). Intangible factor and idiosyncratic volatility puzzles. *Finance Research Letters*, 34(December 2019), 101403. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.101403>
- Linda Ratnasari, & Budiyanto. (2016). Pengaruh leverage, likuiditas, ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif di bei. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–15. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/796>
- Liu, B., Iorio, A. Di, & Silva, A. De. (2014). Do stock fundamentals explain idiosyncratic volatility? evidence for australian stock market. *University of Wollongong Research Online*, 1–31. <https://ro.uow.edu.au/buspapers/1025/>
- Monica, & Ng, S. (2018). Struktur kepemilikan sebagai mekanisme kontrol idiosyncratic risk untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 7(1), 1–19. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Noviyanti, P., & Husodo, Z. (2018). Exposure to common idiosyncratic volatility on stock returns in asean stock markets. *International Journal of Business and Society*, 19(S4), 499–516. <http://www.ijbs.unimas.my/index.php/content-abstract/current-issue/525-exposure-to-common-idiosyncratic-volatility-on-stock-returns-in-asean-stock-markets>
- Novita, C. S., NG, S., & Daromes, F. E. (2019). Ukuran perusahaan dan tingkat leverage sebagai pendorong penerapan hedging untuk menekan risiko idiosinkratik. *Ajar*, 2(2), 19–48. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Pudjianto, M., & Wibowo, B. (2019). Uji empiris pengaruh idiosyncratic volatility terhadap expected return: aplikasi fama-french five factor model. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 268–281. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Rajgopal, S., & Venkatachalam, M. (2011). Financial reporting quality and idiosyncratic return volatility. *Journal of Accounting and Economics*, 51(1–2), 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.06.001>
- Sullivan, T. G. (1982). The cost of capital and the market power of firms: reply and correction. *The Review of Economics and Statistics*, 64(3), 523. <https://doi.org/10.2307/1925955>
- Tzouvanas, P., Kizys, R., Chatziantoniou, I., & Sagitova, R. (2020). environmental disclosure and idiosyncratic risk in the european manufacturing sector. *Energy Economics*, 87, 104715. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2020.104715>
- Vo, X. V. (2016). Does institutional ownership increase stock return volatility? evidence from vietnam. *International Review of Financial Analysis*, 45, 54–61. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2016.02.006>
- Zhang, W., Li, X., Shen, D., & Teglio, A. (2016). R2 and idiosyncratic volatility: which captures the firm-specific return variation? *Economic Modelling*, 55, 298–304. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2016.02.025>

MANAGERIAL OVERCONFIDENCE, KEPUTUSAN HUTANG DAN DAMPAKNYA TERHADAP SUSTAINABLE GROWTH

Nur Listiani¹⁷

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of managerial overconfidence on debt decisions and the effect of managerial overconfidence on sustainable growth through debt decisions. This study involved 133 manufacturing companies in Indonesia during the 2013-2018 period. Data were analyzed using panel data regression with both fixed effect and random effect models. The results of the study show that managerial overconfidence has a positive effect on debt decisions. In addition, this study also proves the existence of a negative effect of managerial overconfidence on the sustainable growth of companies through debt decisions. This study not only contributes to broadening behavioral-based finance studies but also has several relevant implications for company managers regarding the relationship between managerial overconfidence and debt decisions and its impact on the company's sustainable growth. For future research, we can add other variables of financial behavior bias.

Keywords: *debt decisions, managerial overconfidence, pecking order theory, sustainable growth rate*

Abstrak

Tujuan studi ini adalah untuk menguji pengaruh managerial overconfidence terhadap keputusan hutang dan pengaruh managerial overconfidence terhadap sustainable growth melalui keputusan hutang. Studi ini melibatkan 133 perusahaan manufaktur di Indonesia selama periode 2013-2018. Data dianalisis menggunakan regresi data panel baik dengan model fixed effect maupun random effect. Hasil studi menunjukkan bahwa managerial overconfidence terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan hutang. Selain itu, studi ini juga membuktikan adanya pengaruh negatif managerial overconfidence terhadap sustainable growth perusahaan melalui keputusan hutang. Studi ini bukan hanya memiliki kontribusi untuk memperluas studi terkait keuangan berbasis perilaku tetapi juga memiliki beberapa implikasi yang relevan bagi manajer perusahaan berkaitan relasi antara managerial overconfidence dengan keputusan hutang dan dampaknya terhadap sustainable growth perusahaan. Untuk penelitian mendatang dapat menambah variabel bias perilaku keuangan yang lainnya.

Kata kunci: *keputusan hutang, managerial overconfidence, pecking order theory, sustainable growth rate*

PENDAHULUAN

Masalah keberlanjutan bisnis menjadi perhatian penting bagi perusahaan dan investor. Sehubungan dengan tingkat pertumbuhan perusahaan. Higgins (1977) memperkenalkan konsep sustainable growth rate, yaitu tingkat pertumbuhan penjualan maksimal dapat dipertahankan tanpa menjual ekuitas baru dan atau meminjam lebih banyak uang. Rahim (2017) berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki tingkat

¹⁷922020001@student.uksw.edu

pertumbuhan yang tinggi menyebabkan perusahaan memiliki masalah dalam keuangan. Ashta (2008) dan Fonseka et al., (2012) menyarankan agar perusahaan beroperasi berdasarkan sustainable growth rate agar terhindar dari financial distress bahkan kebangkrutan karena leverage keuangan yang berlebihan.

Menurut Johnson dan Soenen (2003) langkah untuk mempertahankan pertumbuhan perusahaan dengan melakukan pembatasan terkait kebijakan pembayaran dividen dan leverage perusahaan. Membatasi penggunaan hutang akan mampu menghindarkan perusahaan dari kebangkrutan (Rahim, 2017). Merujuk pada pecking order theory, perusahaan membutuhkan pendanaan sumber daya dengan laba ditahan di awal, tetapi, jika masih mengalami masalah keuangan, perusahaan perlu meningkatkannya dana atas hutang dan diikuti dengan ekuitas. Hal ini terkait apakah manajer meminjam uang dengan hutang jangka panjang, jangka pendek atau ekuitas selain meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Hackbarth, 2008).

Faktor psikologis sering menyebabkan bias dalam pengambilan keputusan keuangan termasuk hutang (Nofsinger, 2005; Stanovich, 2003). Beberapa studi sebelumnya menjelaskan bahwa salah satu bias yang sering dialami manajer sebagai pengambil keputusan adalah bias overconfidence, yang kemudian dikenal dengan istilah managerial overconfidence (Heaton, 2002; Malmendier dan Tate, 2008). Selanjutnya Gervais et al., (2007) berpendapat bahwa perilaku irasional manajer berkontribusi untuk mempelajari pengambilan keputusan, khususnya keputusan keuangan. Lebih lanjut, Graham et al., (2013) menemukan bahwa leverage meningkat seiring dengan adanya managerial overconfidence.

Manajer yang overconfidence cenderung lebih berani dalam pengambilan keputusan hutang (Rihab dan Lofti, 2016). Sementara hutang dapat menyebabkan perusahaan mengalami leverage yang berlebihan yang mengarah pada kebangkrutan. Sehingga diduga secara tidak langsung managerial overconfidence dapat mempengaruhi sustainable growth perusahaan. Sementara itu, He et al., (2019) menyatakan bahwa dalam keuangan berbasis perilaku manajer perusahaan cenderung memilih pembiayaan internal daripada sumber lain karena memiliki kontrol lebih besar atas dana internal. Hal ini didukung oleh penelitian Kim et al., (2019) yang menemukan bahwa perusahaan dengan adanya managerial overconfidence dapat memiliki laba yang lebih besar. Padahal salah satu sumber pendanaan internal dari konsep sustainable growth adalah laba. Hal ini menunjukkan ada inkonsistensi hasil studi yang ada. Dengan demikian, penelitian ini secara

spesifik bertujuan untuk: (1) menguji pengaruh managerial overconfidence terhadap keputusan hutang dan (2) menguji pengaruh managerial overconfidence terhadap sustainable growth melalui keputusan hutang sebagai variabel mediasi. Selain itu, secara praktis hasil studi ini diharapkan dapat membantu manajer perusahaan berkaitan relasi antara bias managerial overconfidence dengan kebijakan dalam pengambilan keputusan hutang dan sustainable growth perusahaan.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Pecking Order Theory

Pecking order theory menjelaskan tentang preferensi urutan prioritas sumber pendanaan yang dimanfaatkan oleh perusahaan berdasarkan pertimbangan biaya modal (Myers dan Majluf, 1984). Pertama, sumber internal perusahaan yaitu laba ditahan menjadi urutan pertama karena paling murah. Perusahaan tidak perlu menanggung biaya transaksi seperti beban bunga dan biaya penerbitan surat berharga. Kedua, jika tidak cukup, perusahaan memilih sumber pendanaan eksternal yang berasal dari hutang. Meskipun memiliki hutang menanggung biaya transaksi tetapi, memiliki keunggulan dari segi aspek pajak (tax shield). Ketiga atau opsi terakhir dari ekuitas. Penerbitan saham baru menjadi pilihan terakhir, karena mahal. Hal ini bukan hanya terkait adanya biaya transaksi tetapi kondisi informasi yang tidak semetris (asymetry information) yang mengakibatkan saham yang diterbitkan cenderung dihargai rendah. Pecking order theory relevan untuk membahas sustainable growth rate (SGR) yang juga menyarankan agar perusahaan mengutamakan pendanaan internal daripada eksternal.

Sustainable Growth Rate

Higgins (1977) memperkenalkan konsep SGR yang menunjukkan pertumbuhan penjualan maksimum yang dapat dicapai perusahaan, jika perusahaan diasumsikan tidak melakukan penambahan hutang atau penerbitan saham. Dengan demikian pertumbuhan penjualan tersebut mengandalkan dukungan sumber pendanaan internal. Pandit dan Tejani (2011) untuk mencapai pertumbuhan penjualan yang optimal, perusahaan harus mempertahankan tingkat yang konsisten dalam margin keuntungan, perputaran aset, leverage, dan laba ditahan. Langkah untuk mempertahankan pertumbuhan perusahaan dengan melakukan pembatasan terkait kebijakan pembayaran dividen dan leverage perusahaan (Johnson dan Soenen, 2003)

Keputusan Hutang

Keputusan hutang merupakan salah satu dari kebijakan perusahaan mengenai penggunaan dana hutang pada perusahaan. Besarnya penggunaan hutang dapat disesuaikan dengan kebutuhan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan (Herawati, 2012). Keputusan hutang diukur menggunakan leverage. Ezeoha (2008) menggunakan leverage keuangan dalam tiga bentuk yaitu leverage keuangan jangka pendek yang diukur sebagai rasio hutang jangka pendek terhadap total aset, panjang leverage keuangan jangka panjang diukur sebagai hutang jangka panjang terhadap total aset rasio dan ukuran leverage keuangan total sebagai rasio total hutang terhadap aset. Nofsinger (2005) dan Stanovich (2003) menyampaikan bahwa faktor psikologis sering menyebabkan bias dalam pengambilan keputusan keuangan termasuk hutang.

Managerial Overconfidence

Menurut pendekatan keuangan berbasis perilaku (behavioral finance) yang dipelopori antara lain oleh Daniel Kahneman (Princeton), Meir Statman (Santa Clara) dan Richard Thaler (Chicago), jika seorang manajer mengandalkan faktor psikologis maka manajer yang bersangkutan akan cenderung tidak rasional dalam membuat keputusan hutang sehingga menghasilkan keputusan yang bias atau tidak tepat. Bhandari dan Deaves (2006) menyatakan bahwa kebanyakan orang yang overconfidence memiliki kecenderungan untuk begitu yakin terhadap pengetahuan, kemampuan dan akurasi informasi yang dimilikinya. Bias overconfidence mendorong manajer mengekspos diri mereka secara berlebihan terhadap risiko perusahaan dan terlalu optimis dalam memprediksi laba masa depan (Hribar dan Yang, 2016; Lobao, 2016).

Pengembangan hipotesis

Managerial overconfidence, keputusan hutang dan sustainable growth

Rahim (2017) berpendapat keputusan hutang yang tepat berpeluang mempengaruhi sustainable growth perusahaan. Nastiti et al., (2019) menyarankan bahwa fokus perusahaan seharusnya pada *sustainable growth* karena bukan sekedar tingkat penjualan tinggi tetapi harus sesuai dengan pendanaan yang sudah ada sehingga keberlangsungan perusahaan dapat terjaga. Seperti halnya konsep *sustainable growth* yang diperkenalkan oleh Higgins (1977) perusahaan dapat mempertahankan tingkat penjualan maksimum yang konsisten dengan kebijakan keuangan yang telah ditetapkan perusahaan. Kebijakan tersebut terkait untuk tidak menerbitkan saham baru dan tidak menambah hutang (Kijewska, 2016). Namun, Adanya *managerial overconfidence* mendorong manajer untuk sering membuat modal pengeluaran di atas rata-rata perusahaan serupa lainnya

(Ben-David et al., 2013). Manajer yang *overconfidence* lebih suka pembiayaan hutang dibandingkan ekuitas dan dapat memicu kebangkrutan (Rihab dan Lotfi, 2016). Hasil ini masih belum konsisten dengan penelitian Malmendier dan Tate (2008), dan He et al., (2019) yang menemukan bahwa manajer perusahaan yang *overconfidence* cenderung memilih pembiayaan internal daripada sumber lain karena mereka memiliki kontrol lebih besar atas dana internal. Hal serupa didukung oleh Mukherjee dan Sen (2018) dan Ross et al., (2012), bahwa semakin tinggi leverage semakin tinggi pula sustainable growth rate. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Terdapat pengaruh *managerial overconfidence* terhadap keputusan hutang.

H2: Terdapat pengaruh *managerial overconfidence* terhadap sustainable growth melalui keputusan hutang.

METODA

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah sekunder. Adapun data diperoleh dari web Bursa Efek Indonesia (<http://www.idx.co.id>).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2018. Alasan pemilihan perusahaan manufaktur dikarenakan merupakan perusahaan strategis yang memiliki kontribusi terhadap perekonomian Indonesia tertinggi mencapai 19,86% GDP dan tumbuh sebesar 4,77% selama tahun 2019 (www.kemendag.go.id). Pemilihan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut; (1) laporan keuangannya disajikan dalam mata uang rupiah dan (2) laporan keuangan memuat secara lengkap item dari variabel penelitian. Berdasarkan kriteria diatas diperoleh 133 perusahaan sampel.

Pengukuran Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan hutang yang diukur menggunakan leverage (Mukherjee dan Sen, 2018) dan sustainable growth atau SGR (Amouzesah et al., 2011; Hartono dan Utami, 2016; Nastiti et al., 2019; Şahin dan Ergün, 2018). Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah *managerial overconfidence* yang diukur menggunakan capital expenditure atau CAPEX (Trianita dan Basuki, 2020). Adapun yang menjadi variabel kontrol adalah ukuran perusahaan (FRSIZE),

pertumbuhan penjualan (SALESGR), dan perputaran aktiva (TATO). Variabel kontrol tersebut digunakan untuk menghindari adanya size effect (Tran et al., 2017).

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Jenis	Variabel	Indikator	Pengukuran
Variabel Dependen	Sustainable Growth	Sustainable Growth Rate (SGR)	$ROE \times retention\ rate$
	Keputusan Hutang	Leverage (LEV)	$\frac{Total\ Debt}{Total\ Assets}$
Variabel Independen	Managerial Overconfidence	Capital Expenditure (CAPEX)	$\frac{Total\ Fixed\ Assets}{Sales}$
Variabel Kontrol	Ukuran Perusahaan	Firms Size (FRSIZE)	$Natural\ log\ of\ Assets$
	Pertumbuhan Penjualan	Sales Growth (SALESGR)	$\frac{Sales_{it} - Sales_{it-1}}{Sales_{it-1}}$
	Perputaran Aktiva	Total Asset Turn Over (TATO)	$\frac{Sales}{Total\ Assets}$

Model Analisis

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi data panel yang diproses dengan bantuan program STATA versi 15.1 dan sejalan dengan perumusan hipotesis, studi ini melibatkan dua model analisis sebagai berikut:

$$LEV_{it} = \beta_0 + \beta_1 CAPEX_{it} + \beta_2 FRSIZE_{it} + \beta_3 SALESGR_{it} + \beta_4 TATO_{it} + \epsilon_{it} \quad (1)$$

$$SGR_{it} = \beta_0 + \beta_1 CAPEX_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 FRSIZE_{it} + \beta_4 SALESGR_{it} + \beta_5 TATO_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

Keterangan :

SGR = Pertumbuhan Berkelanjutan, variabel dependen

LEV = Leverage, variabel dependen

CAPEX = Managerial Expenditure, variabel independen

FRSIZE = Firm Size, variabel kontrol

SALESGR= Sales Growth, variabel kontrol

TATO = Asset Turn Over, variabel kontrol

β_0 = Constant

β_1-5 = Regression Coefficient

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskriptif

Tabel 2. memberikan gambaran mengenai variabel penelitian mulai dari nilai minimum, maksimum rata-rata, standar deviasi dari 133 perusahaan manufaktur di Indonesia selama periode 2013 hingga 2018. Rata-rata pertumbuhan berkelanjutan yang diukur menggunakan SGR adalah sebesar 2,09%. Angka tersebut menunjukkan tingkat kemampuan pertumbuhan perusahaan berdasarkan dana internal yang dimilikinya sebesar 2,09%. Jika perusahaan akan melakukan ekspansi untuk melakukan pertumbuhan perusahaan diatas rata-rata, maka dibutuhkan tambahan dana eksternal dan atau pengurangan dividen. Adapun rata-rata leverage memiliki rata-rata mencapai 46,46% pertahun. Selanjutnya, rata-rata *managerial overconfidence* yang diukur menggunakan CAPEX adalah sebesar 67,48%.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Dev.
SGR (%)	-643,25	142,56	2,09	37,92
LEV (%)	5,73	286,35	46,46	24,98
CAPEX (%)	0,73	746,05	67,48	81,80
FRSIZE*	89.327	344.700.000	8.134.603,53	28.116.738,3
SALESGR (%)	-68,69	594,72	10,66	34,42
TATO (times)	0,12	8,43	1,07	0,70

Note* = dalam jutaan rupiah

Sumber: Data Diolah (2020)

Pengujian Kesesuaian Model

Untuk menentukan metode estimasi data panel yang tepat untuk kepentingan pengujian hipotesis, perlu dilakukan beberapa uji terlebih dahulu. Uji *Chow*, *Hausman*, *Lagrange Multiplier* dilakukan untuk mengetahui model estimasi regresi digunakan pada uji data panel. Uji *Chow* dilakukan untuk membandingkan model regresi *common effect* dan *fixed effect*. Apabila diketahui bahwa *common effect* yang lebih tepat digunakan maka dilanjutkan dengan uji *Lagrange Multiplier* untuk menentukan apakah *common effect* masih tepat digunakan jika dibandingkan dengan *random effect*. Sementara jika uji *Chow* menunjukkan model estimasi yang tepat adalah *fixed effect* maka kemudian dilakukan uji *Hausman* untuk menentukan antara *fixed effect* dan *random effect*.

Hasil pengujian terhadap dua model analisis menunjukkan bahwa untuk model 1 lebih tepat menggunakan model analisis *fixed effect*. Sedangkan model 2 lebih tepat jika

menggunakan model analisis *random effect*. Mengingat model *fixed effect* menggunakan *Ordinary Least Square* (Gujarati, 2003) maka perlu diestimasi dengan menggunakan estimator yang kebal (*robust*) terhadap persoalan heteroskedastisitas dan autokorelasi. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan diatas adalah menggunakan estimator yang dikenal dengan *heteroscedasticity autocorrelation spatial correlation* (HACSC) *robust standard errors* (Vogelsang, 2011). Berdasarkan pertimbangan tersebut studi menggunakan *fixed effect* HACSC (*robust*). Sedangkan keuntungan menggunakan model *random effect* yakni menghilangkan *heteroskedastisitas* atau disebut juga *error component model* (ECM) atau teknik *generalized least square* (GLS) Driscoll dan Kraay (1997).

Tabel 3. Uji Model Regresi Data Panel

Test		Prob.	Best Estimation Model
Model 1			
Chow Test	34,59	0,000	Fixed Effects
Hausman Test	16,99	0,002	Fixed Effects
Model 2			
Chow Test	3,39	0,000	Fixed Effects
Hausman Test	1,28	0,937	Random Effects
Lagrange Multiplier Test	19,16	0,000	Random Effects

Sumber: Data Diolah (2020)

Pengujian Hipotesis

Pada model 1 dapat diketahui bahwa *managerial overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan hutang ($\beta = 0,096$; $p\text{-value} = 0,001 < 0,01$) sehingga hipotesis 1 diterima. Pada model 2, dapat diketahui bahwa *managerial overconfidence* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sustainable growth* perusahaan melalui keputusan hutang ($\beta = -0,435$; $p\text{-value} = 0,000 < 0,01$). Dengan demikian, hipotesis 2 juga diterima.

Tabel 4. Hasil Regresi

Variabel	Model 1		Model 2	
	Coef.	p-value	Coef.	p-value
	DV=LEV, IV=CAPEX		DV=SGR, IV=CAPEX VMediasi=LEV	
CAPEX	0,096	0,001***	-0,072	0,018**
LEV			-0,435	0,000***
FRSIZE	0,037	0,552	0,007	0,860
SALESGR	0,045	0,027**	0,066	0,087*
TATO	0,029	0,759	0,064	0,098*
F - test	3,14**		42,87***	

R ²	0,0151	0,1017
----------------	--------	--------

Notes : ***significant <1%, ** <5% and * < 10%

Sumber: Data Diolah (2020)

Menurut Baron dan Kenny (1986), jika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tetap signifikan dengan kehadiran variabel mediasi berarti terjadi mediasi parsial. Untuk memastikan efek mediasi keputusan hutang pada pengaruh *managerial overconfidence* terhadap *sustainable growth* maka dilakukan juga *Sobel test*, *Arorian* dan *Godman test*. Ketiganya bertujuan untuk menguji efek mediasi yang menunjukkan secara signifikan terbukti bahwa keputusan hutang memediasi *managerial overconfidence* terhadap *sustainable growth*.

Tabel 5. Uji Efek Mediasi

Test	T-Test	p-value
Sobel test	2,749	0,006***
Arorian test	2,709	0,006***
Goodman test	2,791	0,005***

Notes : ***significant <1%, ** <5% and * < 10%

Sumber: Data Diolah (2020)

PEMBAHASAN

Managerial overconfidence berpengaruh positif terhadap keputusan hutang membuktikan bahwa semakin tinggi *overconfidence* yang dimiliki oleh manajer perusahaan akan semakin tinggi pula keputusan hutang yang diambil. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Rihab dan Lotfi, 2016; Supramono dan Putlia, 2010) yang menemukan bahwa bias *overconfidence* mempengaruhi pengambilan keputusan hutang. Semakin tinggi *overconfidence* dari manajer perusahaan manufaktur di Indonesia cenderung lebih berani mengambil keputusan hutang untuk membiayai operasional perusahaan.

Hasil studi juga menunjukkan *managerial overconfidence* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sustainable growth* melalui keputusan hutang. Dengan demikian, manajer perusahaan manufaktur di Indonesia cenderung *overconfidence* dalam pengambilan keputusan hutang dan selanjutnya akan berdampak negatif terhadap *sustainable growth* perusahaan. Semakin tinggi *overconfidence* dari manajer semakin tinggi keputusan hutang dan semakin tinggi pula dampak negatifnya terhadap pertumbuhan berkelanjutan perusahaan. Hutang atau leverage yang berlebihan akan mengurangi profit. Hal ini didukung oleh (Ezeoha, 2008) yang membuktikan leverage yang sangat tinggi

berpengaruh negatif signifikan terhadap profit perusahaan. Sementara salah satu sumber pendanaan internal sesuai konsep *sustainable growth* adalah profit perusahaan.

Menurut pendekatan keuangan berbasis perilaku (*behavioral finance*) yang dipelopori antara lain oleh Daniel Kahneman (Princeton), Meir Statman (Santa Clara) dan Richard Thaler (Chicago) jika manajer mengandalkan faktor psikologis maka yang bersangkutan akan cenderung tidak rasional dalam membuat keputusan hutang sehingga menghasilkan keputusan yang bias atau tidak tepat. Faktor psikologis sering menyebabkan bias dalam pengambilan keputusan keuangan termasuk hutang (Nofsinger, 2005) dan Stanovich, 2003). Hasil studi ini sejalan dengan penelitian Graham *et al.*, (2013) menemukan bahwa seiring dengan adanya *managerial overconfidence*, leverage juga akan meningkat. Selanjutnya leverage yang berlebihan akan berpengaruh negatif terhadap *sustainable growth* perusahaan (Ashta, 2008 dan Fonseka *et al.*, 2012).

SIMPULAN

Penelitian ini menganalisis keterkaitan antara *managerial overconfidence*, keputusan hutang dan *sustainable growth*. Hasil studi menunjukkan bahwa *managerial overconfidence* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan hutang. Semakin tinggi *overconfidence* manajer semakin tinggi pula keputusan hutang, manajer yang *overconfidence* cenderung lebih berani mengambil hutang. Hasil studi juga menunjukkan bahwa secara tidak langsung *managerial overconfidence* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *sustainable growth* melalui keputusan hutang. Sikap berani mengambil hutang akan berakibat leverage keuangan yang berlebihan dan berdampak negatif terhadap *sustainable growth*.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas penelitian terkait *sustainable growth*. Dalam penelitian ini *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan hutang, hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Rihab dan Lotfi, 2016; Supramono dan Putlia, 2010) bahwa *overconfidence* mempengaruhi pengambilan keputusan hutang. Selanjutnya leverage yang berlebihan akan berpengaruh negatif terhadap *sustainable growth* perusahaan (Ashta, 2008; Fonseka *et al.*, 2012). Sementara, secara tidak langsung melalui keputusan hutang, *managerial overconfidence* dapat berpengaruh negatif terhadap *sustainable growth* perusahaan belum diteliti sehingga merupakan kontribusi penelitian ini untuk mengisi celah penelitian sebelumnya.

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi yang relevan bagi manajer perusahaan. *Pertama*, bagi perusahaan manufaktur dapat melakukan kebijakan hutang dengan mempertimbangkan apakah seorang manajer terkena bias *overconfidence* atau tidak. Bias *overconfidence* cenderung mendorong manajer untuk mengambil keputusan hutang yang tidak tepat. *Kedua*, bagi perusahaan manufaktur dapat meningkatkan *sustainable growth* melalui kebijakan pengambilan keputusan hutang dengan lebih tepat dikarenakan dalam pengambilan keputusan hutang manajer bisa saja terkena bias *overconfidence*.

Meskipun studi ini berhasil membuktikan bahwa *managerial overconfidence* mempengaruhi keputusan hutang yang pada akhirnya berdampak pada *sustainable growth*. Studi ini juga tidak terlepas adanya keterbatasan. Koefisien determinasi (*R Square*) dari pengaruh *managerial overconfidence* terhadap keputusan hutang hanya sebesar 1,5% berarti variasi variabel keputusan hutang yang dapat dijelaskan oleh variabel *managerial overconfidence* sangat rendah. Dalam hal ini diduga terdapat bias perilaku keuangan lain yang berpengaruh terhadap keputusan hutang. Oleh karena itu, studi mendatang dapat diarahkan untuk memperluas penelitian dengan ditambahkan variabel bias perilaku keuangan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amouzesh, N., Moeinfar Z., dan Mousavi Z. 2011. Sustainable growth rate and firm performance: evidence from Iran stock exchange. *International Journal of Business and Social Science* 2 (23): 249-255
- Ashta, A. 2008. Sustainable growth rates: refining a measure. *Briefings in Entrepreneurial Finance* 214: 207-214. <https://doi.org/10.1002/jsc.827>
- Baron, R. M., dan Kenny, D. A. 1986. Einheitliche Zeichensprache bei Untersuchung Lungenkranker. *Beiträge Zur Klinik Der Tuberkulose Und Spezifischen Tuberkuloseforschung*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1007/BF02512353>
- Bhandari, G. R., dan Deaves. 2006. The Demographics of Overconfidence. *The Journal of Behavioral Finance*, Vol.7, pp. 5-11.
- Ben-David, I., Graham, J., dan Harvey, C. 2010. Managerial Miscalibration. National Bureau of Economic Research, Inc, NBER Working Papers. 128. 10.2139/ssrn.1640552.
- Driscoll, J., dan Kraay, A. 1998. Consistent Covariance Matrix Estimation With Spatially Dependent Panel Data. *The Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549–560. <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/003465398557825>
- Ezeoha, A. 2008. Firm Size and Corporate Financial Leverage Choice in a Developing Economy: Evidence from Nigeria. *Journal of Risk Finance*. 9. 351-364. 10.1108/15265940810895016.
- Fonseka M, Ramos C. G., dan Tian G-L. 2012. The most appropriate sustainable growth rate model for managers and researchers. *The Journal of Applied Business Research* 28 (3): 481-500. <https://doi.org/10.19030/jabr.v28i3.6963>

- Gervais, S., Heaton, J. B., dan Odean, T. 2007. Overconfidence, Investment Policy, and Manager Welfare. Fuqua School of Business Working.
- Gujarati, D. (2003). Basic Econometrics. 4th ed. New Delhi, Hill, DN: McGraw.
- Graham, J. R., Harvey, C., dan Puri, M. 2013. Managerial attitudes and corporate actions, Journal of Financial Economics, 109, (1), 103-121
- Hackbarth, D. 2008. Managerial traits and capital structure decisions. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 43(4), 843-881.
- Hartono, G.C, and Utami, S.R. 2016. The Comparison of Sustainable Growth Rate, Firm's Performance and Value among the firms in Sri Kehati Index and IDX30 Index in Indonesia Stock Exchange. International Journal of Advance Research in Management and Social Sciences, 5(5),68-81.
- Heaton, J. B. 2002. Managerial Optimism and Corporate Finance. Financial Management, 31(2), 33-45. <https://doi.org/10.2307/3666221>
- Herawati, T. 2012. Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi. Universitas Negeri padang.
- He Y., Chen C., dan Hu Y. 2019. Managerial overconfidence, internal financing, and investment efficiency: Evidence from China. Research in International Business and Finance, Volume 47, 2019, Pages 501-510, ISSN 0275-5319. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2018.09.010>.
- Hribar, P. dan Yang, H. I. 2016. CEO Overconfidence and Management Forecasting. Contemporary Accounting Research, 33(1), 204-227. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12144>
- Higgins, R.C. 1977. How much growth can a firm afford?. Financial Management 6 (Fall): 7-16. <https://doi.org/10.2307/3665251>
- <https://kemenperin.go.id/>
- Indonesian Stock Exchange (2018) Annual Report <https://www.idx.co.id/en-us/about-idx/annual-report/>
- Johnson, R. dan Soenen, L. 2003. Indicators of successful companies. European Management Journal, 21(3): 364-369.
- Kahneman, D. dan Riepe, M.W. 1998. Aspects of Investor Psychology. Journal of Portfolio Management, Vol.24, pp.52-65.
- Kijewska, A. 2016. Conditions for Sustainable Growth (SGR) for Companies From Metallurgy and Metalurgija, 55(1), 139-142.
- Kim, H. A., Choi, S. U., dan Choi, W. 2019. Managerial overconfidence and firm profitability, Asia-Pacific Journal of Accounting dan Economics, DOI: [10.1080/16081625.2019.1673190](https://doi.org/10.1080/16081625.2019.1673190)
- Lobao, J. 2016. Behavioural Corporate Finance. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing
- Malmendier, U., dan Tate, G. 2008. CEO Overconfidence and Corporate Investment. The Journal of Finance, 60(6), 2661-2700. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00813.x>
- Mukherjee T. dan Sen S. S. 2018. Sustainable growth: a study on some selected banks in India. International Journal of Money, Banking and Finance 6 (1): 52-59.
- Myers, S., dan Majluf, N. 1984. Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Not Had Investor Information. Journal of Financial Economics. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(84\)90023-0](https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0)
- Nastiti, P. K. Y., Atahau, A. D. R., dan Supramono, S. 2019. Working capital management and its influence on profitability and sustainable growth. Business: Theory and Practice, 20, 61-68. <https://doi.org/10.3846/BTP.2019.06>
- Nofsinger, J. R. 2005. The Psychology of Investing. Second Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Pandit N, Tejani R. 2011. Sustainable Growth Rate of Textile and Apparel Segment of the Indian Retail Sector. Global Journal of Management And Business Research, [S.l.], v. 11, n. 6, may

-
- 2011.ISSN22494588.Availableat:<https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/5>
- Rahim, N. 2017. Sustainable Growth Rate and Firm Performance: a Case Study in Malaysia. *International Journal of Management, Innovation dan Entrepreneurial Research*, 3(2), 48-60. <https://doi.org/10.18510/ijmier.2017.321>
- Rihab, B. A, Lotfi, B. J. 2016. Managerial Overconfidence and Debt Decisions. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, April 2016, Vol. 12, No. 4, 225-241 doi: 10.17265/1548-6583/2016.04.004
- Ross, T., Kena, G., Rathbun, A., Kewal-Ramani, A., Zhang, J., Kristapovich, P., dan Manning, E. 2012. Higher education: Gaps in access and persistence study. Washington, D.C.: National Center for Education Statistics dan American Institutes for Research.
- Şahin, A., dan Ergün, B. 2018. Financial Sustainable Growth Rate and Financial Ratios: A Research on Borsa İstanbul Manufacturing Firms. *Journal of Business Research Turk*. ISSN:1309-0712
- Stanovich, K. E. 2003. The Fundamental Computational Biases of Human Cognition: Heuristics that (Sometimes) Impair Decision Making and Problem Solving. *The Psychology of Problem Solving*.
- Statman, M. 1995. A Behavioral Framework for Dollar-Cost Averaging. *Journal of Portfolio Management*, Vol. 22, pp.70 – 78.
- Thaler, R .H. 1980. Toward A Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economics Behavior and Organization*.39-60
- Tran, H., Abbott, M., dan Yap, C. J. 2017. How does working capital management affect the profitability of Vietnamese small- and medium-sized enterprises? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 1(Unit 07), 2-11. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2016-0070>
- Trianita, G., dan Basuki. 2020. Relationship between Managerial Overconfidence and Firm Value. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net Volume 13, Issue 8, 2020
- Vogelsang, T. J. 2011. Heteroskedasticity, autocorrelation, and spatial correlation robust inference in linear panel models with fixed-effects. *Journal of Econometrics*, 166(2), 303-319. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2011.10.001>

MARKETING PERFORMANCE BASED ON CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Firdaus¹

M. Roby Jatmiko

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Anindyaguna, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to explain the benefits of CRM directly to Marketing Performance as well as to explain the role of trust and customer satisfaction variables as intervening variables that will improve SME marketing performance, while trust and satisfaction are considered the main levers in facing a dynamic business world. The survey methodology was used to collect data. To clarify the relationship between CRM capabilities, trust capabilities and customer satisfaction capabilities on Marketing Performance. Quantitative literature review was conducted with 100 respondents. This review has revealed one structural model and presented possible interactions between the observed constructs. Confirmatory factor analysis has been used for the evaluation of the proposed measurement model while structural equation modeling has been used for structural models' assessment and hypothesis testing. CRM capabilities Increase trust capabilities and customer satisfaction which improve Marketing Performance capabilities. As a result, CRM capabilities are able to improve marketing performance through trust and customer satisfaction capabilities. From the statistical tests conducted, it was found that trust was more dominant in influencing marketing performance than customer satisfaction in this study.

Keywords: *Marketing Performance, Customer Relationship Management, Trust, Customer Satisfaction And SME's*

ABSTRAK

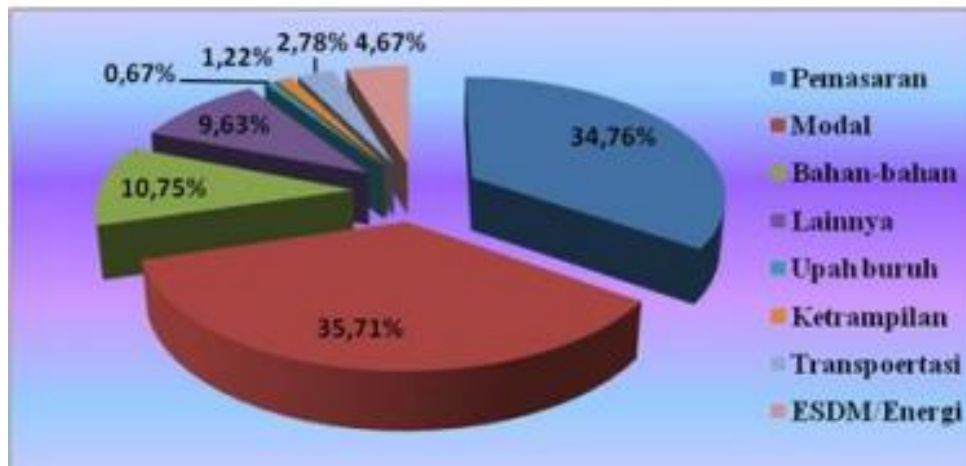
Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan manfaat CRM secara langsung terhadap Kinerja Pemasaran sebagai serta untuk menjelaskan peran variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening yang akan meningkatkan kinerja pemasaran UKM, sementara kepercayaan dan kepuasan dipertimbangkan pengungkit utama dalam menghadapi dunia bisnis yang dinamis. Metodologi survei digunakan untuk mengumpulkan data. Untuk memperjelas hubungan antara kapabilitas CRM, kapabilitas kepercayaan dan pelanggan kapabilitas kepuasan terhadap Kinerja Pemasaran. Tinjauan pustaka kuantitatif adalah dilakukan dengan 100 responden. Review ini telah mengungkapkan satu model struktural dan disajikan kemungkinan interaksi antara konstruksi yang diamati. Analisis faktor konfirmatori telah digunakan untuk evaluasi model pengukuran yang diusulkan sementara pemodelan persamaan struktural telah digunakan untuk penilaian model struktural dan pengujian hipotesis. Kemampuan CRM Meningkatkan kapabilitas kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang meningkatkan Kinerja Pemasaran kemampuan. Hasilnya, kapabilitas CRM mampu meningkatkan kinerja pemasaran melalui kepercayaan dan kemampuan kepuasan pelanggan. Dari uji statistik yang dilakukan, ditemukan bahwa kepercayaan lebih dominan mempengaruhi kinerja pemasaran daripada kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kinerja Pemasaran, Manajemen Hubungan Pelanggan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan UKM*

firdaus@stieanindyaguna.ac.id

PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan bisnis semakin dinamis, karena permintaan pasar yang tidak menentu dan sering kali berubah-ubah membuat para pelaku bisnis harus berkerja keras dan cerdas melihat peluang yang ada. Dalam kondisi seperti sekarang ini para pelaku usaha baik perusahaan skala besar maupun kecil semua terkena dampak yang cukup besar akibat pandemi covid 19 yang melanda seluruh dunia dan berimbas pada seluruh sektor bisnis yang ada termasuk UKM. UKM merupakan salah satu sektor bisnis yang mampu menopang perekonomian negara dan diharapkan mampu menjadi tameng untuk perekonomian negara. UMKM telah berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia maupun ASEAN. Pada tahun 2016, sekitar 96 persen bentuk usaha di ASEAN adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan kontribusi pada produk domestik bruto (PDB) sekitar 30% sampai 57%; dan menyerap tenaga kerja sekitar 50% sampai 95%. Sementara di Indonesia, UMKM menyumbang 99,98% unit usaha dengan kontribusi pada PDB nasional sebesar 57% PDB nasional; dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja domestik. Dalam kerangka ini, peran UMKM menjadi sangat penting sebagai pendorong utama penciptaan lapangan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi, baik pada tataran nasional maupun regional (Majalah Masyarakat ASEAN edisi 12/ Juni Tahun 2016). Beberapa karakteristik yang melekat pada sebagian besar UMKM dan sekaligus menjadi sumber permasalahan diantaranya : (1) Rendahnya kualitas sumber daya manusia yang bekerja pada sektor UMKM; (2) Rendahnya produktivitas tenaga kerja yang berimbas pada rendahnya upah; (3) Kualitas barang yang dihasilkan relatif rendah; (4) Kurangnya inovasi dan adopsi teknologi-teknologi baru dalam produksi; (5) Lemahnya struktur permodalan dan kurangnya akses kepada sumber pembiayaan; (6) Kurangnya akses pemasaran ke pasar yang potensial. Tiga sisi utama yang harus di perbaiki untuk mengembangkan UMKM : (a) Pengembangan dan peningkatan kualitas produk; (b) Peningkatan permodalan dan akses terhadap sumber pembiayaan; (c) Pengembangan pasar (market dan marketing) produk UMKM (Kebijakan BI dalam Pengembangan UMKM Tahun 2011).



(Sumber : Kebijakan BI dalam Pengembangan UMKM Tahun 2011)

Gambar 1. Permasalahan Utama yang di hadapi UMKM

Persaingan yang ketat ini juga di alami oleh pelaku UMKM salah satunya dalam bidang kerajinan. Kementerian Perindustrian terus memacu daya saing industri kerajinan nasional agar semakin kompetitif di kancah global. Pasalnya, produk unggulan kriya dari Indonesia cukup banyak diminati oleh konsumen mancanegara dan lokal jika dilihat dari data nilai ekspor yang dihasilkan tahun 2017 sebesar USD 776 juta, lebih tinggi dibanding capaian tahun sebelumnya di angka USD 747 juta. Untuk itu pelaku industri kreatif bidang kerajinan semakin dituntut untuk tidak hanya mampu bersaing secara sehat di pasar negeri sendiri serta unggul dari barang impor, namun juga diharapkan dapat memenuhi pasar mancanegara. Terlebih lagi industri kerajinan merupakan sektor padat karya berorientasi ekspor. Kekuatan industri kerajinan nasional terletak pada sumber bahan baku lokal yang melimpah dengan didukung oleh keragaman corak dan desain, terutama yang berciri khas nusantara. Selain itu, para pengrajin kita tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan memiliki keterampilan yang handal di bidang masing-masing (Kemenprin.co.id).

Namun akibat dari pandemi menurut Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki mengatakan berdasarkan hasil survei yang dilakukan sejumlah lembaga dan Kementerian UMKM, wabah virus Corona memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan UMKM, diperkirakan Sebanyak 47 persen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus gulung tikar karena terdampak pandemi virus corona Covid-19. Tentu hal ini merupakan persoalan yang serius dan memerlukan solusi dengan cepat dari semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat agar UMKM dapat kembali beroperasi. Melihat situasi yang ada disinilah pentingnya menggejot kinerja pemasaran dari UMKM namun bukanlah hal mudah untuk meningkatkan kinerja pemasaran dibutuhkan strategi yang handal agar mampu menembus

pasar dan menarik minat konsumen agar membeli produk UMKM yang notabene masih dipandang sebagai produk menengah kebawah, adapun hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kinerja pemasaran anatara lain menurut Liliyan (2020) kinerja pemasaran dapat ditigkatkan dengan meningkatkan kepercayaan konsumen dan *Entrepreneurial Marketing* terhadap perusahaan dan produk atau jasa yang ditawarkan, Kartawinata dan Wardhana (2013) kinerja pemasaran dapat ditingkatkan melalui strategy pemasaran yang tepat sasaran, sedangkan menurut (Ata dan Toker (2012); Alawiyah dan Humairah (2017); Ghazian et al, (2016) kinerja pemasaran dapat dilakukan dengan cara meningkatkan CRM perusahaan kepada konsumen. Selain itu Kanten and Darma (2017) menambahkan bahwa kinerja bisnis termasuk didalamnya kinerja pemsaran dan keuangan dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kepuasan dari konsumen atas produk yang mereka telah konsumsi.

Selain hal tersebut secara empiris penelitian terkait kinerja pemasaran sudah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu namun masih terdapat perbedaan hasil penelitian seperti Reiman et al, (2010) mengatakan bahwa CRM yang dimiliki oleh perusahaan tidak mampu untuk meningkatkan kinerja perusahaan termasuk kinerja pemasaran dan keuangan, namun hal lain yang diungkapkan oleh (Ata dan Toker (2012); Alawiyah dan Humairah (2017); Ghazian et al, (2016) mengatakan bahwa CRM mampu meningkatkan kinerja perusahaan termasuk kinerja pemasaran dan keuangan sebuah perusahaan dan ketika perusahaan melakukan CRM yang baik sudah pasti akan meningkatkan kinerja pemasaran karena CRM dipandang sebagai hal yang penting dan dibutuhkan oleh konsumen dan perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran pada UMKM yang ada di kota semarang.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut para pelaku UKM harus bisa bangkit kembali dengan berbagai stimulus dari pemerintah atau dari pihak investor agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran UKM dengan cara meningkatkan daya beli masyarakat dengan cara meningkatkan hubungan yang baik dengan para konsumen dan meningkatkan kepercayaan mereka dalam berbelanja serta memberikan pelayanan yang prima agar dapat meningkatkan kepuasan mereka karena fenomena yang ada masyarakat memiliki uang namun takut untuk keluar berbelanja sehingga dibutuhkan sebuah cara atau metode yang dapat menjembatani persoalan tersebut.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Kinerja Pemasaran dioperasionalkan sebagai proses dinamis yang memiliki banyak dimensi yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran organisasi (Morgan et al, 2002). Kinerja Pemasaran telah didefinisikan sebagai kemampuan untuk mencapai tujuan pemasaran (Alrubaiee et al, 2017). Oleh karena itu, sasaran manajemen kinerja pemasaran adalah untuk mencapai hasil dan sasaran utama untuk mengoptimalkan kinerja kelompok, individu maupun organisasi. Menurut Manisha mathur, (2013) kinerja pemasaran merupakan kinerja perusahaan dalam hal pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, menciptakan produk baru atau inovasi produk dan meningkatkan kegiatan penjualan, pendapat lain menurut Eva Martí'nez & Jorge Matute, (2011) mengartikan kinerja pemasaran sebagai pemacu pada efisiensi fungsi pemasaran untuk menghadapi pelanggan persyaratan dan harapan masyarakat. Firdaus dan Cahyono (2020) mendefinisikan marketing performance adalah pengukuran produktivitas pemasaran yang mengacu pada efisiensi fungsi pemasaran untuk menghadapi pelanggan harapan masyarakat serta menunjukkan kinerja perusahaan dalam hal pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, menciptakan produk baru atau inovasi produk, meningkatkan kegiatan penjualan dan mempengaruhi hasil antara (Pikiran, perasaan, pengetahuan dan perilaku pelanggan) yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Kinerja pemasaran diukur dalam banyak konteks. Beberapa menggunakan pangsa pasar sebagai kriteria untuk mengevaluasi kinerja atau keberhasilan pasar (Horsky, 1977; Assmus et al., 1984 dalam Reid et al., 2005), tetapi yang lain menggunakan kinerja penjualan atau kinerja keuangan sebagai alat untuk mengukur kinerja pemasaran (Reid , (2005); Firdaus (2020). Indikator yang digunakan dalam mengukur marketing performance dalam penelitian ini (1) Pertumbuhan jumlah pelanggan, (2) Pertumbuhan penjualan, (3) Pertumbuhan laba.

Kepercayaan Pelanggan atau Trust merupakan fondasi dari sebuah bisnis. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai antara penjual dan pembeli. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Trust didefinisikan dengan berbagai pendekatan. Pada awalnya trust banyak dikaji dari disiplin psikologi, karena hal ini berkaitan dengan sikap seseorang. (Mukherjee dan Nath, 2003). Kepercayaan (trust) membuat seseorang untuk menentukan suatu perilaku tertentu karena dia meyakini bahwa mitranya dalam melakukan transaksi akan memberikan apa yang dia harapkan dan inginkan. Seseorang mendapat kepercayaan

melalui tindakan dan belajar dari sesuatu, mempengaruhi perilaku pembelian mereka dan loyalitas. Kepercayaan ialah perantara kunci dalam membangun hubungan jangka panjang bagi pelanggan yang memiliki orientasi hubungan yang tinggi terhadap organisasi (Morgan dan Hunt, 1994).

Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk berperilaku tertentu karena dia meyakini bahwa mitranya dalam melakukan transaksi akan memberikan apa yang dia harapkan. Hal ini menunjukkan bahwa jika satu pihak mempercayai pihak lainnya, akan dimungkinkan untuk membentuk sebuah perilaku positif dan niat baik. Oleh karena itu saat konsumen memiliki kepercayaan kepada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut. (Lau dan Lee, 1999). Menurut Pavlou and Geffen (2002) kepercayaan adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang. Dalam hal ini kepercayaan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator. Dimensi trust menurut Mayer et al. (1995) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (ability), kebaikan hati (benevolence), dan integritas (integrity).

Ketiga faktor tersebut 1. Kemampuan (ability). Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Kim et al. (2003) menyatakan bahwa ability meliputi kompetensi, pengalaman, pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan. 2. Kebaikan hati (benevolence). Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Menurut Kim et al. (2003) benevolence meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima. 3. Integritas (integrity). Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. Kim et al. (2003) mengemukakan bahwa integritas dapat dilihat dari sudut kewajaran (fairness), pemenuhan

(fulfillment), kesetiaan (loyalty), keterus terangan (honestly), keterkaitan (dependability), dan kehandalan (reliability).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang (Arifin dan Rahayu, 2011). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Supranto, 2011). Menurut Kotler (2000), kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya (Dadang, 2010). Hingga saat ini definisi kepuasan pelanggan masih banyak diperdebatkan, setidaknya ada dua tipe yang domain. Disatu pihak, kepuasan pelanggan dipandang sebagai outcome atau hasil yang didapatkan dari pengalaman konsumsi barang atau jasa spesifik (outcome-oriented approach). Di lain pihak, kepuasan pelanggan juga kerap kali dipandang sebagai proses (process oriented approach).

Melihat perkembangan yang ada, belakangan ini process-oriented approach lebih dominan. Penyebabnya, orientasi program dipandang lebih mampu mengungkap pengalaman konsumsi secara keseluruhan dibandingkan orientasi hasil. Orientasi proses menekankan perseptual, evaluatif, dan psikologis yang berkontribusi terhadap terwujudnya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan, sehingga masing-masing komponen signifikan dapat ditelaah secara lebih spesifik (Dadang, 2010). Kepuasan sering kali tidak dapat diukur oleh manusia, karena kepuasan seseorang itu bervariasi dan sangat beragam, namun dalam hal ini kepuasan dapat didekati oleh beberapa indikator menurut Erna Juliana, (2008) Empati (sikap peduli), Biaya (cost), Jaminan keamanan.

Customer Relationship Management atau CRM dapat didefinisikan sebagai keseluruhan disiplin yang mencakup semua fungsi yang langsung menyentuh pelanggan mereka dan fokus pada dampak strategis dari pada dampak operasional. Selain itu, CRM juga merupakan kumpulan informasi, proses, teknologi, dan orang-orang strategis untuk mengelola hubungan pelanggan dengan perusahaan termasuk pemasaran, penjualan, servis, dan dukungan untuk seluruh pelanggan. Definisi CRM sangat cukup luas dan mencakup banyak, tetapi terbatas pada aktivitas yang terjadi saat berhadapan dengan pelanggan fungsi seperti pemasaran, penjualan, layanan pelanggan, dan dukungan produk (Kincaid 2003). Menurut Wong (2011), menjelaskan bahwa secara ideal CRM akan membantu perusahaan untuk memahami pelanggan mereka lebih dalam, kemudian

menerapkan informasi dan pengetahuan ini untuk memutuskan strategi bisnis yang lebih baik. Pemanfaatan CRM yang tepat dapat membantu perusahaan meningkatkan bisnis mereka. Dijelaskan bahwa CRM lebih dari sekedar pemasaran atau layanan pelanggan, tetapi mencakup metodologi, kemampuan perangkat lunak, juga kemampuan internet yang membantu perusahaan dalam mengelola hubungan dengan perusahaan dan pelanggan dengan cara yang terarah dan terstruktur (Thierauf 2011). Menurut Alipour (2013), pengukuran moneter dan keberhasilan pendekatan aktivitas CRM menunjukkan bahwa CRM berdampak pada kinerja perusahaan di tiga segmen. Gujrati, Rashmi (2016); Santouridis, and Tsachtani, E (2015); Mozaheb, Amir (2015) mengatakan CRM dapat diukur dengan melihat kinerja keuangan perusahaan, kinerja pemasaran perusahaan, dan kinerja operasi perusahaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan CRM Terhadap kepercayaan pelanggan

Kepercayaan pelanggan merupakan suatu hal yang harus di fahami oleh perusahaan mengingat ketika konsumen percaya terhadap perusahaan atau suatu produk, sudah barang tentu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih. Terkait hal tersebut (Asgari dan Javadi (2017); Utami, Christina Widya (2016) mengatakan bahwa dengan adanya CRM konsumen atau pelanggan lebih percaya kepada perusahaan atau produk yang diluncurkan oleh perusahaan. Berdasarkan hal tersebut terbentuklah hipotesis ke satu
H1: Semakin baik CRM maka semakin baik Kepercayaan konsumen.

Hubungan CRM Terhadap Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen sangat sulit untuk diukur karena kepuasan seseorang itu sangat bervariasi, dan berbeda satu dengan yang lainnya. Hal tersebutlah yang membuat perusahaan sulit mengukur sampai dimana kepuasan seorang konsumen setelah menggunakan jasa atau produk yang mereka tawarkan dipasar. Mengenai hal tersebut (Utami, Christina Widya (2016); Asgari dan Javadi (2017);_Yaghoubi M, Rahmati-Najarkolaei (2014);_Saeed et al, (2013) mengatakan bahwa semakin baik CRM sebuah perusahaan maka konsumen semakin puas terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan hal tersebut dibentuklah Hipotesis ke dua
H2: semakin baik CRM maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Hubungan CRM terhadap kinerja pemasaran Melalui Kepercayaan konsumen

Kinerja pemasaran sering kali menjadi hal yang selalu diperhatikan dalam perusahaan karena kinerja pemasaran merupakan ujung tombak dari keberhasilan perusahaan dan keberlangsungan perusahaan kedepannya, untuk itu perusahaan perlu mensiasati agar kinerja pemasaran selalu meningkat. Menurut Wening (2020); Liliyan (2020) mengatakan bahwa kepercayaan yang dimiliki konsumen dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan, berdasarkan hal tersebut terbentuklah hipotesis 3

H3: semakin tinggi kepercayaan konsumen semakin tinggi kinerja pemasaran.

Hubungan CRM terhadap kinerja pemasaran Melalui kepuasan konsumen

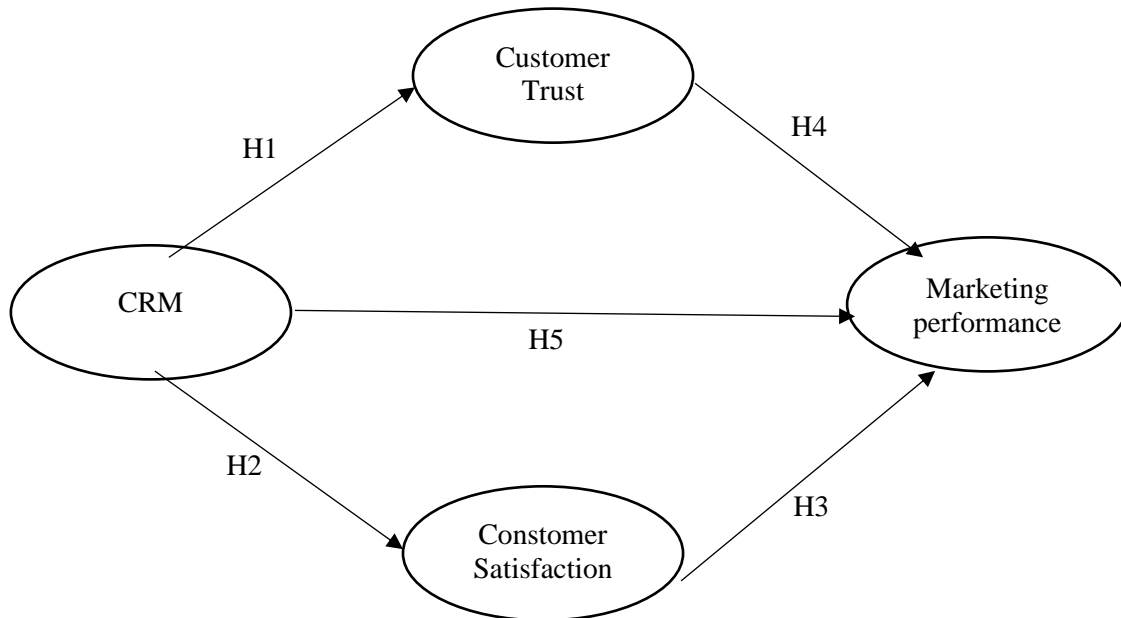
Penelitian terdahulu tentang peningkatan kinerja pemasaran melalui kepuasan konsumen sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya (Kanten and Darma (2017); Otto et al,(2020); Teviana et al, (2020) mengatakan bahwa kepuasan konsumen dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. berdasarkan hal tersebut terbentuklah hipotesis 4

H4: semakin tinggi kepuasan konsumen semakin tinggi kinerja pemasaran.

Hubungan CRM Terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan Neely (2002), perkembangan kinerja pemasaran penilaian dimulai dengan paradigma produktivitas pemasaran dan berlanjut untuk menggambarkan konsepsi yang diperluas dari output dan input pemasaran, terutama dalam perbedaan antara aktivitas pemasaran dan aset. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Alawiyah, Humairoh (2017); Mozaheb, Amir (2015); Shafique, Muhammad Nouman (2015); Mohamad, S.H (2014) mengatakan bahwa CRM yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan kinerja pemasaran dalam sebuah perusahaan terlebih CRM sendiri dipandang hal yang positif untuk menarik konsumen untuk menyukai produk dari perusahaan. Berdasarkan hal tersebut terbentuklah hipotesis yang kelima

H5: Semakin baik CRM maka semakin baik pula kinerja pemasaran.

KERANGKA KONSEPTUAL**Gambar 2. Kerangka konseptual****METODA**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Mixed Method Research (MMR). Mixed Method Research menurut Creswell (2014) adalah sebuah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data, analisis, dan pengintegrasian penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam sebuah studi. Tujuan metode penelitian ini yaitu memberikan pemahaman yang lebih baik di dalam problem penelitian dari kedua pendekatan penelitian dengan menggunakan kombinasi kedua metode ini penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Desain penelitian Mixed Methods Research ini menggunakan strategi Explanatory Sequential Design, adalah desain yang menggunakan dua fase penelitian yang berurutan (sequential), yaitu kuantitatif diikuti dengan kualitatif (Creswell, Plano Clark, et al., 2014).

Jenis dan Sumber Data

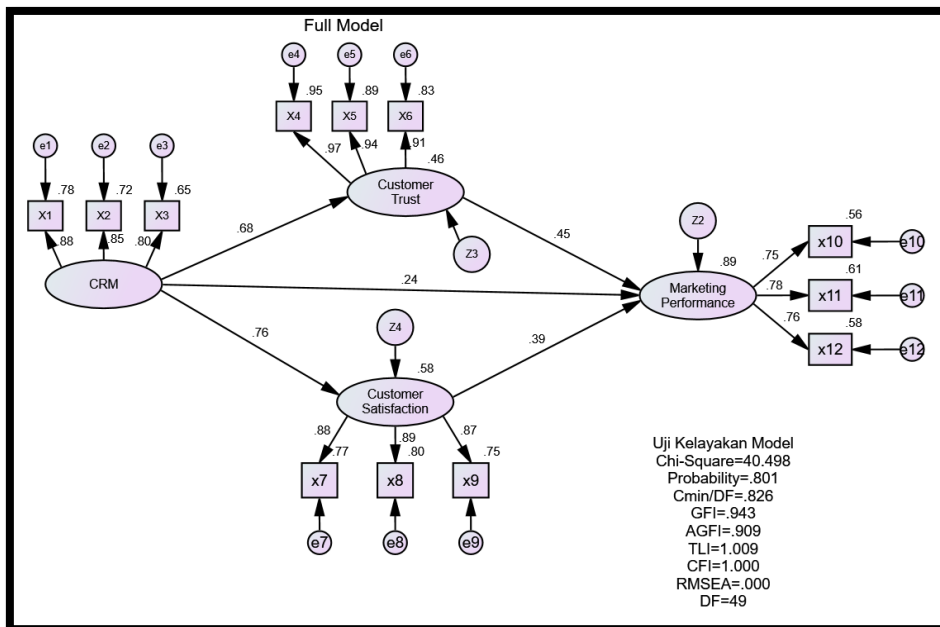
Jenis data pada penelitian ini termasuk data kuantitatif yang didapatkan salah satunya melalui penyebaran kuesioner (Sugiyono 2016). Sumber data dalam penelitian ini didapatkan dari data primer dan sekunder yang mana data primer didapatkan melalui kuesioner dengan skala likert 1-10 dan tanggapan responden sedangkan untuk data sekundernya didapatkan dari literatur, artikel, media online dan yang lainnya dan untuk jenis datanya berupa kombinasi data kuantitatif dan kualitatif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup UKM Makanan yang ada dikota semarang dan secara resmi terdaftar di dinas koperasi dan UKM kota semarang yang dibuktikan dengan adanya surat anggota dan surat izin usaha dari dinas terkait, sedangkan untuk sampelnya berjumlah 100 UKM makanan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Tekhnik sampling yang digunakan berupa purposive sampling dengan karakteristik 1. UKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang 2. Memiliki izin usaha 3. Sebagai anggota aktif binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, 4. UKM makanan yang sudah berumur > 3 tahun. Tekhnik analisi data yang digunakan adalah AMOS dengan alat atau program SEM 21. SEM (Structural Equation Modeling) adalah suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. SEM memungkinkan dilakukannya analisis di antara beberapa variabel dependen dan independen secara langsung (Hair et al, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data untuk analisis SEM terlihat pada Gambar berikut:



Sumber: Data Diolah (2020)

Gambar 3. Hasil Pengolahan data untuk analisis SEM

Berdasarkan hasil pengamatan gambar pada grafik analisis full model dapat ditunjukkan bahwa model memenuhi kriteria fit, hal ini ditandai dengan nilai dari hasil perhitungan memenuhi kriteria layak full model.

Gambar di atas menunjukkan bahwa indikator-indikator dari variabel CRM, *Customer Trust*, *Customer Satisfaction* dan *Marketing Performance* adalah valid. Hal ini dikarenakan mempunyai nilai loading di atas 0,5 sehingga tidak satupun indikator yang dibuang. Hasil tersebut menunjukkan konstruk dapat diolah dengan full model.

Tabel 1. Hasil

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
<i>Chi-Square</i>	X^2 dengan df : 49; P: 5% adalah 66,338	40,498	BAIK
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,801	BAIK
GFI	$\geq 0,90$	0,943	BAIK
AGFI	$\geq 0,90$	0,909	BAIK
TLI	$\geq 0,95$	1,009	BAIK
CFI	$\geq 0,95$	1,000	BAIK
CMIN/DF	$\leq 2,00$	0,828	BAIK
RMSEA	$\leq 0,08$	0,000	BAIK

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil perhitungan uji chi-square pada full model memperoleh nilai sebesar 40,498 masih dibawah chi-square tabel dengan derajat kebebasan 49 pada tingkat signifikan 5% sebesar 66,338. Nilai probabilitas sebesar 0,801 di atas 0,05 yang merupakan nilai probabilitas yang disyaratkan. Nilai CMIN/DF sebesar 0,828 dibawah 2,00 yang merupakan nilai CMIN/DF yang disyaratkan. Nilai GFI sebesar 0,943 kurang dari 0,90 yang merupakan nilai GFI yang disyaratkan. Nilai AGFI sebesar 0,909 lebih dari 0,90 yang merupakan nilai AGFI yang disyaratkan. Nilai TLI sebesar 1,009 lebih besar dari 0,95 yang merupakan nilai TLI yang disyaratkan. Nilai CFI sebesar 1,000 lebih besar dari 0,95 yang merupakan nilai CFI yang disyaratkan dan nilai RMSEA sebesar 0,000 kurang dari 0,08 yang merupakan nilai RMSEA yang disyaratkan.

Tabel 2. Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Customer_Satisfaction	<---	CRM	.831	.098	8.504	***	par_6
Customer_Trust	<---	CRM	1.186	.147	8.051	***	par_8
Marketing_Performance	<---	Customer_Trust	.265	.057	4.670	***	par_5
Marketing_Performance	<---	Customer_Satisfaction	.370	.104	3.575	***	par_7
Marketing_Performance	<---	CRM	.249	.124	2.018	.044	par_9

Sumber: Data Diolah (2020)

Dalam tabel di atas ditunjukkan bahwa pengaruh variabel CRM terhadap customer trust memiliki nilai CR = 8,051 yang berada diatas persyaratan CR $\geq 1,96$ dengan taraf signifikan 0,05 (5%) sehingga hipotesis nol dapat ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

Karena itu H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa CRM berpengaruh positif terhadap *customer trust*. Dengan demikian hipotesis 1 terbukti.

Dalam tabel di atas juga ditunjukkan bahwa pengaruh variabel CRM terhadap *customer satisfaction* memiliki nilai CR = 8,504 yang berada diatas persyaratan $CR \geq 1,96$ dengan taraf signifikan 0,05 (5%) sehingga hipotesis nol dapat ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Karena itu H_2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa CRM berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Dengan demikian hipotesis 2 terbukti.

Dalam tabel di atas pengaruh variabel *customer trust* terhadap *marketing performance* memiliki nilai CR = 4,670 yang berada diatas persyaratan $CR \geq 1,96$ dengan taraf signifikan 0,05 (5%) sehingga hipotesis nol dapat ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Karena itu H_3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *customer trust* berpengaruh positif terhadap *marketing performance*. Dengan demikian hipotesis 3 terbukti.

Dalam tabel di atas pengaruh variabel *customer satisfaction* terhadap *marketing performance* memiliki nilai CR = 3,575 yang berada diatas persyaratan $CR \geq 1,96$ dengan taraf signifikan 0,05 (5%) sehingga hipotesis nol dapat ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Karena itu H_4 diterima dan dapat disimpulkan bahwa *customer trust* berpengaruh positif terhadap *marketing performance*. Dengan demikian hipotesis 4 terbukti.

Dalam tabel di atas pengaruh variabel CRM terhadap *marketing performance* memiliki nilai CR = 2,018 yang berada diatas persyaratan $CR \geq 1,96$ dengan taraf signifikan 0,05 (5%) sehingga hipotesis nol dapat ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Karena itu H_5 diterima dan dapat disimpulkan bahwa CRM berpengaruh positif terhadap *marketing performance*. Dengan demikian hipotesis 5 terbukti.

PEMBAHASAN

UKM merupakan salah satu bisnis yang mampu bersaing ditengah persaingan yang ketat, namun dengan situasi saat ini hampir semua terkena dampaknya termasuk UKM, maka dari itu dibutuhkan sebuah strategi atau langkah yang tepat agar UKM mampu bertahan ditengah problema yang ada, dalam hal ini para pelaku usaha UKM harus mampu membuat konsumen atau pelanggan percaya terhadap usaha yang mereka buat. Kepercayaan pelanggan merupakan suatu hal yang harus di fahami oleh perusahaan mengingat ketika konsumen percaya terhadap perusahaan atau suatu produk, sudah barang tentu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih. Dengan hal tersebut para

pelaku UKM perlu untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen. Dalam penelitian ini dikonfirmasi bahwa untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dapat perusahaan dapat menggunakan CRM sebagai alat untuk membuat konsumen percaya kepada perusahaan dan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asgari dan Javadi (2017); Utami, Christina Widya (2016) yang mengatakan bahwa dengan adanya CRM konsumen atau pelanggan lebih percaya kepada perusahaan atau produk yang diluncurkan oleh perusahaan namun tentu hal tersebut tidak mudah diwujudkan oleh pelaku usaha maka dari itu pelaku usaha perlu memperhatikan beberapa indikator yang penting yang dapat menjadi alat untuk melakukan CRM yakni dengan melihat kinerja keuangan perusahaan, kinerja pemasaran perusahaan, dan kinerja operasi perusahaan ketika tiga hal tersebut selalu di posisi baik maka perusahaan dengan gampang dapat melakukan CRM yang dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat.

Kepuasan konsumen juga merupakan hal terpenting yang harus benar-benar dipikirkan oleh para pelaku usaha mengingat kepuasan konsumen sangat sulit untuk diukur karena kepuasan seseorang itu sangat bervariasi, dan berbeda satu dengan yang lainnya. Hal tersebutlah yang membuat perusahaan sulit mengukur sampai dimana kepuasan seorang konsumen setelah menggunakan jasa atau produk yang mereka tawarkan dipasar. Dalam penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan CRM perusahaan hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utami, Christina Widya (2016); Asgari dan Javadi (2017); Yaghoubi M, Rahmati-Najarkolaei (2014); Saeed et al, (2013) yang mengatakan bahwa semakin baik CRM sebuah perusahaan maka konsumen semakin puas terhadap produk atau layanan yang di berikan perusahaan tersebut, dalam hal ini perusahaan perlu untuk selalu menjaga kinerja dari keuangannya, pemasarannya serta kinerja dari operasional perusahaan. Karena ketika ketiga hal tersebut tidak dalam keadaan baik-baik saja sudah dapat dipastikan perusahaan akan kesusahan memberikan CRM kepada masyarakat atau konsumen yang mana dalam penelitian ini kepuasan konsumen dapat di ciptakan melalui CRM.

Salah satu hal yang terpenting dalam sebuah bisnis begitupun dalam UKM yakni harus adanya kinerja pemasaran yang bagus, maka tidak heran jika Kinerja pemasaran sering kali menjadi hal yang selalu diperhatikan dalam perusahaan karena kinerja pemasaran merupakan ujung tombak dari keberhasilan perusahaan dan keberlangsungan perusahaan kedepannya, untuk itu perusahaan perlu mensiasati agar kinerja pemasaran selalu meningkat. Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kinerja pemasaran dapat

ditingkatkan melalui kepercayaan konsumen hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wening (2020); Liliyan (2020) yang mengatakan bahwa kepercayaan yang dimiliki konsumen dapat meningkatkan kinerja pemasaran sebuah perusahaan yang artinya jika pelaku usaha ingin tetap survive dan dapat meningkatkan kinerja pemasarannya perusahaan perlu untuk menjaga kepercayaan pelanggan atau konsumennya dengan memperhatikan kemampuan (ability) Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi dan kebaikan hati (benevolence) Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen, serta integritas (integrity) Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan pelaku UKM dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak dengan memperhatikan ketiga hal tersebut diharapkan dapat menjaga kinerja pemasaran UKM setidaknya dapat survive.

Penelitian tentang peningkatan kinerja pemasaran dalam sebuah perusahaan sudah pernah dilakukan oleh Menurut (Wening (2020); Liliyan (2020) yang mengatakan bahwa kepercayaan yang dimiliki konsumen dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan sama dengan hasil penelitian ini agar UKM dapat meningkatkan kinerja pemasarannya itu dapat dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan baik produk maupun jasa yang ditawarkan ke konsumen, tentu hal ini membuat pelaku usaha harus bekerja keras, karena mengingat untuk membuat konsumen percaya itu hal yang sulit dilakukan dan membutuhkan waktu yang cukup lama dan biaya yang mahal tentunya.

Penelitian terdahulu tentang peningkatan kinerja pemasaran melalui kepuasan konsumen sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya (Kanten and Darma (2017); Otto et al,(2020); Teviana et al, (2020) mengatakan bahwa kepuasan konsumen dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Dalam penelitian ini mengkonfirmasi bahwa kepuasan seorang konsumen dapat meningkatkan kinerja pemasaran UKM, namun hal tersebut dapat diwujudkan jika pelaku usaha selalu memperhatikan harapan konsumen seperti hal apa yang sedang digandrungi konsumen, memberikan pelayanan yang prima serta memberikan harga yang bersaing dipasaran dengan hal tersebut diharapkan konsumen akan merasa puas sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasaran UKM.

Berdasarkan Neely (2002), perkembangan kinerja pemasaran penilaian dimulai dengan paradigma produktivitas pemasaran dan berlanjut untuk menggambarkan konsepsi yang diperluas dari output dan input pemasaran, terutama dalam perbedaan antara aktivitas pemasaran dan aset. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Alawiyah, Humairoh (2017); Mozaheb, Amir (2015); Shafique, Muhammad Nouman (2015); Mohamad, S.H (2014) mengatakan bahwa CRM yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan kinerja pemasaran dalam sebuah perusahaan terlebih CRM sendiri dipandang hal yang positif untuk menarik konsumen untuk menyukai produk dari perusahaan.

Implikasi Manajerial

Saran yang dapat diberikan pada pihak manajemen UKM dari hasil penelitian ini agar kinerja UKM dapat meningkat sehingga dapat mencapai target penjualan adalah berturut berdasar skala prioritas, sebagai berikut: Memprioritaskan masalah untuk dapat penciptaan keunggulan dalam menarik konsumen dibandingkan dengan pesaing.

Keterbatasan Penelitian

Pada hasil uji kelayakan full model dengan Structural Equation Modeling (SEM) terdapat kriteria goodness of fit yang marginal yaitu GFI dan AGFI. Hal ini menunjukkan bahwa model masih perlu penyempurnaan lebih lanjut. Penelitian ini mengambil obyek penelitian pada apotek di Semarang. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini tentunya belum memungkinkan untuk dijadikan kesimpulan yang berlaku umum jika diterapkan pada obyek lain di luar obyek penelitian ini.

SIMPULAN

UKM merupakan salah satu tombak dari prekonomian sebuah negara, maka dari itu pentingnya pemerintah dan masyarakat beserta para investor untuk memberikan perhatian khusus kepada UKM agar mampu bertahan ditengah badai Covid 19. Namun tidaklah muda untuk mempertahankan hal tersebut dibutuhkan sebuah kerja cerdas dan kerja keras dari berbagai pihak terutama untuk para pelaku bisnis, dalam penelitian ini secara statistik membuktikan bahwa untuk meningkatkan kinerja pemasaran UKM, dapat menggunakan CRM secara langsung atau menggunakan variabel penghubung yakni kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen, dan dalam penelitian ini untuk meningkatkan kinerja pemasaran yang paling berpengaruh adalah variabel kepercayaan dibandingkan variabel kepuasan atau CRM. Untuk menguji lebih dalam terkait faktor-faktor

yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran dapat juga dilakukan dengan menambahkan variabel Inovasi produk, Keunggulan bersaing (Firdaus dan Cahyono, 2020).

DAFTAR PUSTAKA

- Akpan, A dan Morgan, R. (2002). Oral Candidiasis. *Postgrad Met J*. 78:p455-459
- Alawiyah, Humairoh, (2017). The Impact of Customer Relationship Management On Company Performance In Three Segments. *Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 22 No.2*, Agustus 2017.
- Alrubaiee, L. S., Aladwan, S., Abu Joma, M. H., Idris, W. M., & Khater, S. (2017). Relationship between Corporate Social Responsibility and Marketing Performance: The Mediating Effect of Customer Value and Corporate Image. *International Business Research*, 10(2), 104.
- Alipour, M. (2013). Has privatization of state-owned enterprises in Iran led to improved performance? *International Journal of Commerce*.
- Firdaus, F. (2020). Marketing Performance Berbasis Product Innovativeness dan Islamic Differentiation Advantage. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 42-66.
- Gujrati, Rashmi (2016), 'CRM for Reetailers: Business Intelligence in Retail CRM', *International Journal of Applied Research*, vol. 2, no. 1, p. 24- 29.
- Hair, Joseph E, Jr et al. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural. Equation Modeeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Inc. California. USA
<http://www.Kemenprin.co.id>
- Kanten, I.K., and Darma, G.S. (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2): 143-165.
- Kebijakan BI dalam Pengembangan UMKM Tahun 2011
- Kim J, Dan., Donald L, Ferrin., and H. Raghav Rao. (2003). Antecedent of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce. *Research Collection Lee Kong Chian Scholl of Business*, pp. 157-167.
- Kim, Hyung-Su (2012), 'How CRM Strategy Impacts Organizational Performance: Perspective of Customer Equity Drivers', *Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management*, vol.19, p. 233-234.
- Kincaid, J. W. (2003). *Customer Relationship Management - Getting It Right*. New Jersey: Hewlett - Packard Books, p. 41 - 42.
- Lau, G. T. and Lee, S. H. (1999). "Consumers' Trust in a Brand and the Link to. Brand Loyalty," *Journal of Market Focused Management*, 4:341-370
- Liliyan, A. (2020). Entrepreneurial Marketing dan Trust Terhadap Marketing Performance. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(4), 531-547.
- Manisha mathur. (2013). Drivers of channel equity: Linking strategic marketing decisions to market performance *The Marketing Review*, Volume 13, Number 4, , pp. 393- 414(22).
- Maryam Yaghoubi, Hamed Asgari, and Marzieh Javadi (2017). The impact of the customer relationship management on organizational productivity, customer trust and satisfaction by using the structural equation model: A study in the Iranian hospitals. *J Educ Health Promot*. 2017; 6: 6. Published online 2017 Apr 19. doi: 10.4103/jehp.jehp_32_14
- Mohamad, S.H et all. (2014), 'The Impact of Customer Relationship Management on Small and Medium Enterprises Performance', *Journal of Technology Management and Technopreneurship*, vol. 2, no. 2, p. 11 - 26.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (1994), "The commitment-trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38
- Mozaheb, Amir et al. (2015), 'Effect of Customer Relationship Management (CRM) on Performance of SmallMedium Sized Enterprises (SMEs) Using Structural Equations Model (SEM)',

- International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, vol. 5, no.2, p. 42 – 52.
- Mukherjee, A. and Nath, P. (2003). A Model of Trust in Online Relationship Banking. The International Journal of Bank Marketing Bradford, 21 (1), 5. March 10.
- Neely, A. D. (2002). Dalam The Performance Prism. The Scorecard for Measurement and Managing business Success. UK: Prentice Hall
- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer satisfaction and firm performance: insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 543-564.
- Pavlou, P. A., dan Gefen, D., (2002). Building Effective Online Marketplaces with. Institution-based Trust, Proceedings of Twenty-Third International. Conference
- Salovey, Peter, Mayer, John D. et.al, (1995), Emotional Attention, Clarity and Repair : Exploring Emotional Intelligence Using the Trait Meta-mood Scale, American
- Santouridis, I and Tsachtani, E (2015), 'Investigating the Ompact of CRM Resources on CRM Processes : A Customer Life-Cycle Based Approach in The Case of Greek Bank', *Procedia Economics and Finance Elsevier*, vol.19, p. 304 – 313.
- Shafique, Muhammad Nouman et al. (2015), The Impact of Customer Relationship Management Capabilities on Organizational Performance, Moderating Role of Competition Intensity', *Arabian Journal of Business and Management Review (Nigerian Chapter)*, vol. 3, no. 3, p. 28 – 47.
- Teviana, T., Ginting, P., Lubis, A. N., & Gultom, P. (2017). Antecedents of tourism destination image and customer satisfaction in tourism industry.
- Thierauf, Robert J. (2001). *Effective Business Intelligence Systems*. London: Quorum Books, p. 239.
- Utami, Christina Widya (2016). Effect Of Customer Relationship Management (Crm) Towards Customer's Loyalty Via Customer's Satisfaction And Customer's Trust On Ud.Xxx. [Http://Dspace.Uc.Ac.Id/Handle/123456789/823](http://Dspace.Uc.Ac.Id/Handle/123456789/823)
- Wening, N. (2020). Product Innovation Strategy In Mediating The Effect Of Ethical Behaviour And Ethical Responsibility And Trust On Marketing Performance. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences*, 2(1).
- Wong, Ken K. (2011). *CRM in Action – Maximizing Value through Market Segmentation, Product Differentiation, and Customer Retention*. Bloomington: iUniverse, Inc.
- Yaghoubi M, Rahmati-Najarkolaei F. (2014). Patient-physician communicative patterns, physicians' job satisfaction, and patients' satisfaction: The case of a hospital in Isfahan. *Iran J Health Sci.*;2:37-44.

MENGAJI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GAYA HIDUP HEDONIS DI KALANGAN MAHASISWA

Safira Novelina Putri¹⁸

Roos Kities Andadari

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

The hedonic lifestyle is a person's tendency to pursue their pleasures in various ways and motives that unconsciously have an indirect impact on the emergence of new problems. The phenomenon that occurs today is that students often cannot control the hedonic style due to the influence of current technological advances that are very strong in promoting products, besides that following the advancement of fashion is one of the reasons for the high hedonic lifestyle among adolescents and / or youth. This is the background in this study, so this study aims to determine empirically the influence of self-concept, financial literacy and social media variables on the hedonic lifestyle. The research method used is quantitative using primary data in the form of questionnaires distributed through the google form website. The population used in this research is students who are active at SWCU FEB. The data were analyzed using partial T test analysis and processed using SPSS software. The results of this study are self-concept and social media can affect a person's hedonic lifestyle, while the factors of financial literacy do not show an influence on a hedonic lifestyle.

Keywords: *Self-Concept, Financial Literacy, Social Media and Hedonic Lifestyle*

Abstrak

Gaya hidup hedonis merupakan kecenderungan seseorang dalam mengejar kesenangannya dengan berbagai cara dan motif yang tanpa disadarinya berdampak pada timbulnya masalah baru secara tidak langsung. Fenomena yang terjadi saat ini adalah mahasiswa sering kali tidak dapat mengontrol gaya hedonis dikarenakan pengaruh dari kemajuan teknologi sekarang ini yang sangat kuat dalam mempromosikan produk, selain itu mengikuti kemajuan fashion adalah salah satu alasan tingginya gaya hidup hedonis di kalangan remaja dan atau pemuda. Hal ini menjadi latar belakang dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris pengaruh variabel konsep diri, literasi keuangan dan media sosial terhadap gaya hidup hedonis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang menggunakan data primer berupa kuesioner yang didistribusikan melalui website google form. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif di FEB UKSW. Data analisis dengan menggunakan analisis uji t parsial dan diolah dengan menggunakan bantuan software SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah konsep diri dan media sosial mempengaruhi gaya hidup hedonis seseorang, sedangkan faktor dari literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh terhadap gaya hidup hedonis.

Kata Kunci: *Konsep Diri, Literasi Keuangan, Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonis*

¹⁸212016089@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi semakin memudahkan akses informasi dan perubahan oleh produk dan budaya melalui berbagai media. Hal ini mempengaruhi pola gaya hidup konsumsi masyarakat, khususnya kaum remaja. Mahasiswa merupakan bagian dari kelompok remaja tidak terlepas dari pengaruh tersebut bahkan cenderung mengarah pada gaya hidup hedonis (Korry & Dwiya, 2017). Gaya hidup hedonis dilakukan dengan orientasi kesenangan (Hersika et al, 2020), dengan menghabiskan uang dan waktu mereka (Utari, 2017), menghabiskan waktu luang di mall (Pontania, 2016), menghabiskan waktu di luar untuk sekedar berkumpul dengan teman-temannya dan menunda tugas (Probo, 2017). Tindakan ini dilakukan agar dapat diterima di lingkungan ia bersosialisasi. Di sisi lain terjadi penyimpangan, seperti rela berbohong agar dapat terlihat bergaya hidup mewah (Liputan6.com, 2015). Hal ini sejalan dengan teori hedonis yang menyatakan bahwa hedonis dapat mengarah pada “kesenangan’ ataupun “penyakit” (Heathwood, 2013). Sesuai dengan teori Planned Behaviour, maka seorang pemasar dapat menyusun strategi intervensi yang menyenangkan untuk mempengaruhi gaya hidup seseorang. Semakin tinggi pengalaman menyenangkan yang didapatkan, seseorang akan berperilaku semakin hedonis (Veenhoven, 2003).

Adapun fenomena yang terkait dalam penelitian ini di dapatkan melalui hasil wawancara dan observasi menyebutkan bahwa mahasiswa tidak dapat mengontrol gaya hedonisme dikarenakan pengaruh media sosial yang sangat kuat dalam mempromosikan produk, selain itu mengikuti kemajuan fashion adalah salah satu alasan dalam gaya hidup hedonisme. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadijah (2014) bahwa fashion dapat mencerminkan diri seseorang atau kelompok dalam berkehidupan sosial mereka. Perkembangan fashion yang dapat dengan mudah diikuti dari berbagai media dan kemudahan mendapatkannya dengan melalui berbagai situs belanja online, sangat mendukung gaya hidup hedonis mereka dengan alasan mengikuti mode atau trend (Utari, 2017). Menurut Hanitzsch and Esser (2011) berkembangnya mode atau trend menjadikan berbagai macam produk fashion selalu mengikuti perkembangannya, mengikuti kemajuan fashion yang diambil dari budaya barat dan dapat mempengaruhi perilaku yang konsumtif pada orang yang membeli produk fashion. Didukung dengan pendapat Anggraini & Santhoso (2017) yang mengatakan bahwa tindakan konsumtif remaja lebih dikarenakan memenuhi keinginan (bukan kebutuhan) untuk mengikuti trend, gengsi atau menaikkan prestice.

Hedonis berkonotasi dengan “kesenangan”, merupakan suatu sifat substantif yang mengarah pada keadaan bahagia secara psikologis, atas apa yang dilakukan selama beberapa periode waktu (Heathwood, 2013). Sedangkan menurut Veenhoven (2003) hedonisme merupakan cara hidup, yang ditandai dengan keterbukaan terhadap pengalaman yang menyenangkan. Hubungan antara hedonisme dan kebahagiaan telah dipelajari pada dua tingkatan: hubungan bangsa dan individu. Di tingkat hubungan bangsa, kebahagiaan rata-rata berkorelasi dengan penerimaan moral atas kesenangan melalui tindakan aktif. Pada tingkat individu terkait dengan sikap hedonistik dan berkorelasi dengan perilaku hedonistik seperti hubungan antara kebahagiaan dan stimulan pada konsumsi. Penelitian ini menekankan pada sikap hedonis individu atas pola konsumsi fashion, yang merupakan salah satu unsur yang mampu membuat stimulan kesenangan individu meningkat (Bhardwaj and Manchiraju, 2017). Gaya hidup hedonis individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Kotler & Keller, 2007). Faktor internal diantaranya adalah Konsep Diri dan Literasi Keuangan, sedangkan faktor eksternal salah satunya adalah Media Sosial (Kotler & Keller, 2007). Konsep Diri merupakan pandangan dan sikap seseorang terhadap diri mereka sendiri yang dipengaruhi oleh dimensi fisik, karakteristik maupun motivasi diri (Kotler & Keller, 2007). Seseorang yang memiliki konsep diri yang kuat tidak akan mudah terpengaruh oleh hal – hal negatif (Tjipto, 2006). Hal ini sejalan dengan penelitian Hersika et al. (2020) yang menyatakan bahwa semakin kuat konsep diri seseorang semakin tinggi gaya hidup hedonisnya, dan Rizki dan Setiowati (2016) yang menyatakan bahwa konsep diri berpengaruh negatif terhadap gaya hidup hedonis. Semakin tinggi self image dan self esteem seseorang, cenderung akan semakin tinggi gaya hidupnya. Pemasar dapat memanfaatkan self image value dari mahasiswa sebagai strategi intervensi pemasaran produk fashion untuk mempengaruhi tingkat belanja konsumen.

Faktor internal kedua yang mempengaruhi gaya hidup hedonis adalah Literasi Keuangan. Remund (2010) menjelaskan tentang literasi keuangan sebagai kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan dan memahami konsep-konsep keuangan. Hasil penelitian Tribuana (2020) menunjukkan semakin tinggi literasi keuangan seorang mahasiswa semakin tinggi pula tingkat konsumtifnya. Semakin mudah mahasiswa mendapatkan uang semakin tinggi tingkat konsumsi fashionnya. Hal yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Pulungan & Febriaty (2018) dan Mawo et al. (2017) yang

menjelaskan pengaruh negatif antara literasi keuangan dengan gaya hidup konsumtif. Semakin tidak mampu mengelola keuangannya seseorang cenderung berlaku boros dalam konsumsi.

Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memudahkan akses informasi baik berupa berita online, iklan, broadcasting, maupun pembentukan komunitas (Quail 2009). Pemakaian internet di Indonesia sangat tinggi, bahkan tercatat sebagai warganet yang paling banyak membeli barang secara online pada Desember 2018. Sebanyak 86 persen pengguna internet Indonesia melakukan belanja online (www.cnnindonesia.com). Sedangkan menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) bahwa pengguna internet sebanyak 171,17 juta orang atau 64,8% populasi penduduk di Indonesia. Hasil survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia bahwa 18,9% mengatakan bahwa penggunaan media sosial menjadi salah satu alasan utama mereka menggunakan internet, seperti pada gambar 1.1. Di dukung oleh wearesocial.com (2020) bahwa jumlah pengguna media sosial saat ini adalah 3,80 miliar, mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 9% atau 321 juta pengguna. Semakin tinggi keterpaparan media sosial seseorang akan mendorong gaya hidup yang konsumtif guna memenuhi keinginan untuk bergaya hidup hedonis (Utari, 2017). Sejalan dengan pendapat sebelumnya Triyaningsih (2011) dan Anggraeni & Setiaji (2018) menjelaskan bahwa media online mendorong gaya hidup konsumtif.

Berdasarkan rumusan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pegkajian pada faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana dengan maksud untuk mempelajari karakteristik mahasiswa dalam mengikuti perkembangan *fashion* dan perilaku konsumsinya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan institusi dalam membangun karakteristik mahasiswa dalam berkonsumsi agar menjadi insan yang selektif dalam memenuhi kebutuhannya.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Konsep Diri

Konsep diri merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri baik secara fisik maupun psikologis. Konsep diri akan membentuk *self image* dan *self esteem*. *Self image*

merupakan bagaimana cara seseorang melihat dirinya dan berpikir tentang dirinya. *Self image* ini akan mempengaruhi seseorang dalam berpikir, merasakan, dan berperilaku. Sedangkan *self esteem* membentuk pola pikir bagaimana individu menghargai dirinya sendiri. Pandangan dan sikap seseorang terhadap diri mereka sendiri ini dipengaruhi oleh dimensi fisik, karakteristik maupun motivasi diri (Kotler & Keller, 2007). Seseorang yang memiliki konsep diri yang kuat tidak akan mudah terpengaruh oleh hal – hal negatif (Tjipto, 2006). Hal ini sejalan dengan penelitian Hersika et al. (2020) yang menyatakan bahwa semakin kuat konsep diri seseorang semakin tinggi gaya hidup hedonisnya, dan Rizki dan Setiowati (2016) yang menyatakan bahwa konsep diri berpengaruh negatif terhadap gaya hidup hedonis. Semakin tinggi *self image* dan *self esteem* seseorang, cenderung akan semakin tinggi gaya hidupnya. Pemasar dapat memanfaatkan *self image value* dari mahasiswa sebagai strategi intervensi pemasaran produk *fashion* untuk mempengaruhi tingkat belanja konsumen.

Literasi Keuangan

Khrisna dkk (2010) menyimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap individu supaya terhindar atau tidak terlilit dalam masalah keuangan. Kesulitan keuangan tidak hanya fungsi dari perolehan pendapatan (rendahnya pendapatan) namun juga dapat terjadi karena kesalahan dalam pengelolaan keuangan seperti penggunaan kartu kredit yang berlebihan, tidak adanya perencanaan anggaran atau keuangan. Apabila hal ini diaplikasikan dalam kehidupan seorang mahasiswa maka masalah keuangan akan muncul karena kurangnya pengelolaan uang bulanan yang diterima dari orang tua mereka masing – masing. Contohnya, kesalahan membeli barang, terlalu tergiur dengan barang – barang murah, mudah terpengaruh oleh temannya. Maka dalam hal ini perlunya pengelolaan keuangan atau melakukan perencanaan anggaran dengan baik oleh mahasiswa. Bhushan dan Medury (2013) memberikan pendapat bahwa literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk membuat penilaian informasi dan mengambil keputusan secara efektif tentang penggunaan dan pengelolaan uang. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan tingkat pengetahuan dasar terhadap pengelolaan keuangan dari pendapatan sampai dengan pengeluaran sehingga tercipta anggaran keuangan yang dapat dikelola dengan efektif oleh individu.

Media Sosial

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat masyarakat semakin dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi termasuk media sosial. Media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial seseorang, dan menghubungkan satu individu ke individu yang lain. Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat untuk bertemunya seseorang di dunia nyata maupun di dunia maya (Zarella, 2010). Dengan adanya media sosial maka seseorang akan lebih mudah untuk berbagi, memosting, menyunting dan lain – lain. Media sosial merupakan media yang baru, yaitu mengacu pada berita yang disiarkan secara online, iklan, membentuk komunitas dan lain – lain. Berbagai produk yang *fashionable* semakin mudah diakses dan didapatkan melalui berbagai situs media *online*. Berbagai promosi yang dilakukan secara masif oleh produsen ditujukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Media sosial merupakan sarana untuk memenuhi dan mempengaruhi kebutuhan kognitif, afektif dan personal (Quail 2007).

Gaya Hidup Hedonis

Diskusi hedonisme sering diasumsikan dengan “kesenangan”, merupakan perasaan atau sensasi yang khas, selalu dinikmati, dicari, atau dicoba bukan hanya untuk sesaat tapi cenderung untuk diulang/dinikmati dalam jangka panjang (Feldman, 2002). Sedang menurut Garson (2016) hedonisme mengklaim bahwa orang hanya memiliki hasrat tertinggi atas kesenangan mereka sendiri, sehingga tindakan mereka cenderung hanya diperkuat oleh asosiasi kesenangan mereka. Orientasi tindakan mereka adalah memuaskan keinginan mereka sendiri. Silva et al. (2020) menjelaskan hedonis dipandang sebagai tingkat prestise yang ekstrem pada tingkat aktivitas konsumsi konsumen yang didukung oleh motif untuk menunjukkan status sosial. Penelitian yang terkait dengan gaya hidup hedonis sudah banyak dilakukan dengan berbagai macam pendekatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lukitasari & Muis (2016) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis merupakan kecenderungan seseorang dalam mengejar kesenangannya dengan berbagai cara yang tanpa disadarinya dapat berdampak pada timbulnya masalah baru secara tidak langsung. Penelitian ini menggunakan faktor internal yaitu kepribadian (konsep diri). Sama halnya dengan Pontania (2016) dan; Tambingon, Tasik dan Purwanto (2016) yang melakukan penelitian melalui pendekatan konsep diri.

Pendekatan dengan faktor internal lainnya seperti literasi keuangan yang telah dilakukan oleh Farhan (2020) dikatakan bahwa gaya hidup hedonis dapat dipengaruhi oleh cara seseorang dalam mengelola keuangannya. Serupa dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Romadloniyah & Setiaji (2013) bahwa gaya hidup hedonis bisa disebabkan oleh tidak adanya peran literasi keuangan yang ada di dalam dirinya karena kemudahannya untuk mendapatkan uang. Adapun faktor eksternal yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis ialah media sosial. Berdasarkan hasil penelitian Wahyuningsih & Putra (2020) dan Utari (2017) mengatakan bahwa semakin tinggi seseorang menggunakan media sosial akan semakin tinggi pula terpengaruh gaya hidup hedonis tersebut. Maka berdasarkan uraian diatas gaya hidup hedonis terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu faktor internal dan faktor eksternal seperti yang dikatakan oleh (Kotler & Keller, 2007).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS (KERANGKA KONSEPTUAL)

Konsep Diri Dan Gaya Hidup Hedonis

Konsep diri adalah pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri baik secara fisik maupun psikologis. Konsep diri akan membentuk *self image* dan *self esteem*. *Self image* merupakan bagaimana cara seseorang melihat dirinya dan berpikir tentang dirinya. *Self image* ini akan mempengaruhi seseorang dalam berpikir, merasakan, dan berperilaku. Sedangkan *self esteem* membentuk pola pikir bagaimana individu menghargai dirinya sendiri. Pandangan dan sikap seseorang terhadap diri mereka sendiri ini dipengaruhi oleh dimensi fisik, karakteristik maupun motivasi diri (Kotler & Keller, 2007). Menurut Tjipto (2006) bahwa seseorang yang mempunyai konsep diri yang baik tidak mudah terpengaruh hal – hal yang negatif, dan sebaliknya seseorang yang mempunyai konsep diri negatif maka akan mudah terpengaruh hal – hal negatif. Sama halnya dengan Dariyo (2004) yang menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki konsep diri yang baik akan mudah dalam melakukan penyesuaian diri dengan lingkungan sosial yang baik pula. Pendekatan dengan teori *planned behavior* dapat dijelaskan bahwa konsep diri akan bisa merubah gaya hidup seseorang. Konsep diri seseorang dapat diintervensi melalui penciptaan *self image* dan *self esteem* dengan berbagai stimulan produk *fashion* untuk meyakinkan bahwa dengan mengkonsumsi produk yang *fashionable* akan meningkatkan citra diri mereka. Pola pikir inilah yang mendorong seseorang menjadi berperilaku hedonis. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rizki & Setiowati (2016); dan Brilliandita & Putrianti (2017) yang menemukan bukti empiris bahwa ada hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup. Semakin tinggi konsep diri seseorang maka semakin rendah gaya hidup hedonisnya. Dari penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H₁: Semakin tinggi konsep diri seseorang gaya hidup hedonis semakin rendah.

Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Hedonis

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan. Menurut Remund (2010) literasi keuangan merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup. Sangat penting ketika seseorang dapat merencanakan dan memprediksikan keuangannya secara menyeluruh agar ke depan nantinya tidak mengalami kesulitan dengan keuangannya. Menurut teori *planned behavior* dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh kemampuan seseorang dalam mengatur keuangannya. Ketika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi maka ia dapat mensejahterakan dirinya melalui manajemen keuangannya. Namun ketika seseorang memiliki tingkat literasi yang rendah bisa dikatakan seseorang tersebut akan mudah terpengaruhi. Teori tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dikria & Mintarti (2013) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif pada gaya hidup hedonis. Seseorang yang dapat mengelola literasi keuangan dengan baik ia akan lebih selektif dalam menggunakan sumber daya keuangannya guna memenuhi gaya hidupnya. Seseorang akan lebih memprioritaskan kebutuhannya dari pada keinginannya. Sama halnya dengan penelitian Tribuana (2020); dan Fauzia & Nurdin (2019) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup seseorang. Dari penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H₂: Semakin tinggi literasi keuangan seseorang gaya hidup hedonis semakin rendah.

Media Sosial Dan Gaya Hidup Hedonis

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memudahkan pengguna untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat, sehingga menstimuli penggunaannya untuk mencari pemuas kebutuhan ikut meningkat. Gaya hidup ini disebabkan karena kecanggihan teknologi membuat tampilan barang-barang pemuas kebutuhan menjadi semakin menarik dan mudah didapatkan (Anggraeni & Setiaji, 2018). Berbagai produk yang *fashionable* semakin mudah diakses dan didapatkan melalui berbagai situs media *online*. Berbagai promosi yang dilakukan secara masif oleh produsen ditujukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Media sosial merupakan sarana untuk memenuhi dan mempengaruhi kebutuhan kognitif, afektif dan personal (Quail 2007). Media sosial merupakan salah satu aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk merancang strategi intervensi gaya hidup konsumtif oleh produsen. Teori *Planned Behaviour* digunakan untuk menjelaskan hubungan kausalitas atas media sosial terhadap gaya hidup hedonis. Media

sosial dapat dirancang sebagai media untuk mempengaruhi gaya hidup hedonis. Semakin tinggi keterpaparan seseorang atas media sosial semakin mudah untuk dipengaruhi agar berperilaku hedonis. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Utari (2017) ; Triyaningsih(2011); dan Anggraeni & Setiaji (2018) yang menunjukkan media sosial berpengaruh terhadap gaya hidup pembelian konsumtif. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₃: Semakin tinggi keterpaparan seseorang atas media sosial, gaya hidup hedonis semakin tinggi.

Konsep Diri, Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup merupakan sebuah pola tindakan yang membedakan setiap individu, yang berfungsi dalam interaksi dengan cara – cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh orang lain. Gaya hidup hedonis memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang menginginkan kesenang – senangan tanpa mempedulikan kebutuhan setiap orang. Menurut Ermadina (2013) gaya hidup hedonis cenderung menyerang kalangan remaja karena pada saat itulah mereka masih mencari – cari jati diri mereka.

Hersika, dkk (2020) Konsep diri merupakan kemampuan seseorang untuk dapat lebih menahan keinginannya dan dorongan dalam diri sendiri lebih mementingkan kebutuhan. Konsep diri akan membentuk *self image* dan *self esteem*. *Self image* merupakan bagaimana cara seseorang melihat dirinya dan berpikir tentang dirinya. *Self image* ini akan mempengaruhi seseorang dalam berpikir, merasakan, dan berperilaku. Sedangkan *self esteem* membentuk pola pikir bagaimana individu menghargai dirinya sendiri. Pandangan dan sikap seseorang terhadap diri mereka sendiri ini dipengaruhi oleh dimensi fisik, karakteristik maupun motivasi diri (Kotler & Keller, 2007). Pendekatan dengan teori *planned behavior* dapat dijelaskan bahwa konsep diri akan bisa merubah gaya hidup seseorang. Konsep diri seseorang dapat diintervensi melalui penciptaan *self image* dan *self esteem* dengan berbagai stimulan produk *fashion* untuk meyakinkan bahwa dengan mengkonsumsi produk yang *fashionable* akan meningkatkan citra diri mereka. Pola pikir inilah yang mendorong seseorang menjadi berperilaku hedonis.

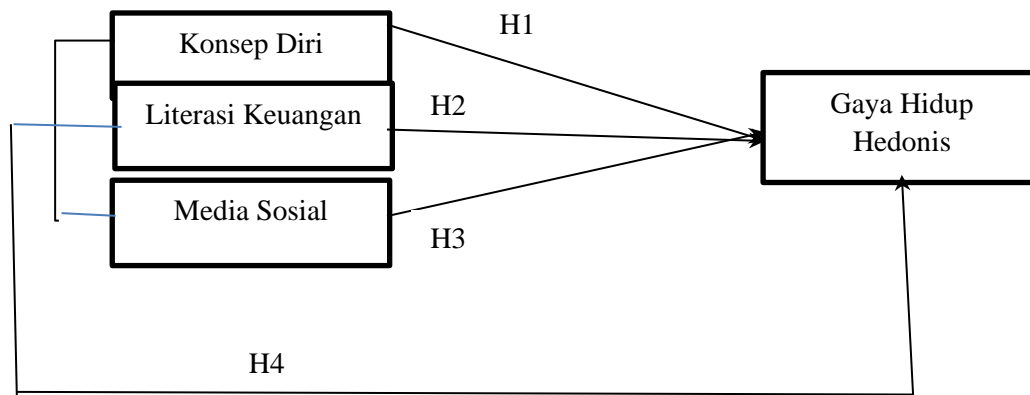
Menurut Remund (2010) literasi keuangan merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup. Menurut teori *planned behavior* dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh kemampuan seseorang dalam mengatur keuangannya. Ketika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang

tinggi maka ia dapat mensejahterakan dirinya melalui manajemen keuangannya. Namun ketika seseorang memiliki tingkat literasi yang rendah bisa dikatakan seseorang tersebut akan mudah terpengaruhi. Teori tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dikria & Mintarti (2013) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif pada gaya hidup hedonis.

Media sosial merupakan salah satu aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk merancang strategi intervensi gaya hidup konsumtif oleh produsen. Berbagai produk yang *fashionable* semakin mudah diakses dan didapatkan melalui berbagai situs media *online*. Berbagai promosi yang dilakukan secara masif oleh produsen ditujukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Media sosial merupakan sarana untuk memenuhi dan mempengaruhi kebutuhan kognitif, afektif dan personal (Quail 2007). Teori *Planned Behaviour* digunakan untuk menjelaskan hubungan kausalitas atas media sosial terhadap gaya hidup hedonis. Media sosial dapat dirancang sebagai media untuk mempengaruhi gaya hidup hedonis. Semakin tinggi keterpaparan seseorang atas media sosial semakin mudah untuk dipengaruhi agar berperilaku hedonis. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

H₄: secara bersama – sama konsep diri, literasi keuangan dan media sosial akan mempengaruhi gaya hidup hedonis mahasiswa

Berdasarkan rumusan hipotesa diatas dapat digambarkan kerangka penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Penelitian

METODA

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui pengambilan data berupa kuesioner dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian menggunakan data primer, yaitu dengan cara mencari atau bertanya dari sumber secara langsung atau menggunakan *Google Form*

Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau data primer, data yang dikumpulkan langsung dari sumber dari objek penelitian. Terdapat 5 tingkatan pada masing – masing variabel, untuk jawaban tertinggi diberi nilai 5 dan untuk jawab terendah akan diberi nilai 1.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (FEB UKSW). Alasan peneliti menggunakan mahasiswa sebagai subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa sudah dapat mewakili kategori remaja dan atau remaja akhir yang sedang atau sudah mampu menentukan bagaimana gaya hidup mereka (El-Idhami, 2009). Berdasarkan data mahasiswa yang aktif di FEB berjumlah 2297 mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian ini berasal dari kuisioner yang disebarakan kepada mahasiswa melalui website dengan menggunakan google form. Kuesioner kemudian dikirimkan

kepada responden yaitu mahasiswa aktif FEB UKSW pada semester 1 tahun 2020/2021. Keseluruhan kuisioner yang telah berhasil dikumpulkan sebanyak 341.

Hasil

Pengujian hipotesis ketiga hipotesis tersebut menggunakan uji T parsial dengan membandingkan variabel independen (konsep diri, literasi keuangan dan media sosial) dengan variabel dependen yaitu gaya hidup hedonis. Hasil pengujian ketiga hipotesis dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Pengujian Hipotesis Uji T- Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,089	2,061		1,984	0,048
	Konsep Diri	0,552	0,066	0,403	8,339	0,000
	Literasi Keuangan	0,036	0,058	0,028	0,621	0,535
	Media Sosial	0,304	0,047	0,310	6,488	0,000

a. Dependent Variable: gaya hedonis

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari hasil uji T pada tabel 14 diketahui besarnya pengaruh masing – masing variabel independen yaitu pada hipotesis pertama konsep diri berpengaruh positif dengan gaya hidup hedonis. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai beta dari konsep diri tersebut sebesar 0,552. Dengan demikian H1 diterima secara statistik yang artinya bahwa semakin tinggi seseorang memiliki konsep diri yang baik maka semakin tinggi gaya hidup hedonis. Kemudian pada uji T variabel ke dua yaitu literasi keuangan, menunjukkan pengaruh positif terhadap gaya hidup hedonis dimana nilai betanya sebesar 0,036 sedangkan hasil dari signifikansinya adalah 0,535. Hal ini berarti H2 ditolak secara statistik karena nilai signifikansinya melebihi tingkat kepercayaan yaitu 0,05. Lalu pada hipotesis ketiga menunjukkan hasil bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap gaya hidup hedonis seseorang ditunjukkan dengan nilai beta sebesar 0,304 dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H3 diterima secara statistik, yaitu semakin tinggi seseorang terpapar media sosial maka akan semakin tinggi juga gaya hidup hedonis seseorang.

Tabel 15. Pengujian Hipotesis Uji *Two Way Anova*

Source	Type III Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.
Konsep Diri*Literasi Keuangan*Media Sosial	4933.344	100	49.333	0.037

a. R Squared = 1,000 (Adjusted R Squared = 1,000)

Pengujian anova pada tabel 15 menunjukkan hasil pengujian bahwa secara bersama – sama konsep diri, literasi keuangan dan media sosial mempengaruhi gaya hidup hedonis. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji statistik yaitu nilai signifikansi dari konsep diri, literasi keuangan dan media sosial adalah kurang dari nilai alfa yaitu $0,037 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika individu memiliki konsep diri, literasi keuangan yang baik dan dapat mengontrol media sosial maka gaya hidup hedonisme tidak semakin tinggi. Hipotesis 4 diterima secara signifikan bahwa ada hubungan antara konsep diri, literasi keuangan dan media sosial terhadap gaya hidup hedonis.

PEMBAHASAN

Masa remaja sering kali mengalami banyak perubahan dari fisik, sikap dan tindakan. Mahasiswa dalam menjalankan tugas dan aktivitasnya didunia perkuliahan sering diperhadapkan pada sebuah perbedaan dari corak, budaya dan cara berfikir serta pola hidup yang diterapkan. Gaya hidup hedonis bisa terjadi pada siapa saja dan kapan saja. Sejatinya gaya hidup hedonis merupakan pola hidup seseorang yang mengarahkan pada kesenangan pribadi, opini, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu, kenikmatan secara materi, sehingga muncul perilaku konsumtif.

Berdasarkan tingkat analisis yang telah dilakukan, gaya hidup hedon pada mahasiswa masih tergolong cukup rendah atau sedang. Tingkat gaya hidup hedonis yang sedang menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UKSW memiliki minat, aktivitas (bagaimana mereka memanejemen waktunya) dan opini yang dianggap mereka penting bagi dirinya sendiri ataupun orang lain seimbang. Faktor internal yang dialami mahasiswa mungkin disebabkan karena masih banyak dari mereka yang tinggal bersama orang tua dan berdomisili di Salatiga. Dan salatiga merupakan kota kecil dengan berbagai kebudayaan namun, di Salatiga tidak terdapat mall, atau tempat shopping yang banyak digemari di kalangan mahasiswa sekarang ini.

Pada dasarnya seorang mahasiswa memiliki status terkait pendidikan yang tinggi, tentunya mereka memiliki konsep diri yang baik. Konsep diri yang baik mampu membawa

mereka atau menjadi landasan menjadi mahasiswa menuju kearah yang lebih baik, sebab pada sejatinya mahasiswa yang masih menempuh perkuliahan sering kali diperhadapkan pada kegiatan – kegiatan yang mendorong mereka mengarah ke tindakan gaya hidup hedon. Hal ini dikarenakan gaya hidup hedon mengarah pada gaya hidup yang menikmati kenikmatan materi, apalagi hidup dengan kecanggihan teknologi jaman sekarang yang memberikan efek semua bisa dan cepat.

Konsep diri merupakan pandangan mahasiswa terhadap dirinya sendiri baik secara fisik maupun psikologis, bagaimana seseorang melihat dirinya, lalu berpikir, merasakan dan berperilaku sehingga dapat menghargai dirinya sendiri. Berdasarkan hasil analisis tingkat konsep diri pada mahasiswa FEB UKSW menunjukkan tingkat konsep diri yang cukup atau sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UKSW memiliki konsep diri yang sedang, tingkat konsep diri yang sedang menunjukkan perasaan berharga yang dapat mengapresiasi dirinya sendiri dalam kondisi apapun, mampu berpikir positif dalam menghadapi tantangan – tantangan yang ada, mampu bertanggung jawab dan merasa mampu mengontrol dirinya sendiri, memiliki toleransi terhadap dirinya sendiri masih seimbang. Konsep diri merupakan bagian atau aspek dalam berpandangan untuk mengontrol dirinya sendiri dalam lingkungan sekitarnya. Jika mahasiswa memiliki konsep diri yang sedang maka mereka masih bisa memiliki rasa nyaman, rasa bertanggungjawab dan berperilaku dengan baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *planned Behaviour* dimana teori ini dirancang sebagai penentu pembuat keputusan akan kesadaran individu dalam melakukan tindakan (Roos & Hahn, 2019). Pertama – tama seseorang akan melakukan pengamatan akan sikapnya sendiri, mereka akan lebih cenderung membentuk *self image* dan *self esteem* yaitu dengan cara melihat dirinya dan berpikir tentang dirinya terlebih dahulu, apakah mampu atau tidak, kemudian mereka akan membentuk pola pikir dan menghargai dirinya sehingga pola pikir kepribadian yang seperti itu akan lebih membentuk mereka untuk tidak terpengaruh hal – hal di luar sana.

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya sendiri agar kedepannya tidak terjadi kesalahan dalam memperlakukan uangnya. Mahasiswa yang telah memahami literasi keuangan telah paham dalam mengelola, membuat perencanaan, memprioritaskan kebutuhan dibandingkan dengan keinginannya, dapat memilah - milah dalam melakukan kegiatan konsumsi, dapat lebih mempersiapkan biaya – biaya, menyisihkan uangnya untuk dijadikan sebagai tabungan, hal

ini menimbulkan sifat yang tidak boros hal ini menandakan bahwa mahasiswa dapat mengantisipasi akan adanya pola gaya hidup hedonis dalam berbelanja.

Berdasarkan hasil analisis dan hasil penilaian skor responden terkait literasi keuangan dinyatakan bahwa mahasiswa FEB UKSW cukup baik dalam memahami literasi keuangan. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FEB UKSW sudah paham dalam mengelola keuangan mereka, membuat perencanaan anggaran yang mudah, dapat memahami dan memilah – milah kegiatan konsumsi mereka, dan dapat menerapkan gaya hidup tidak boros masih seimbang. Hal ini kemungkinan terbesar karena mahasiswa pernah mendapatkan matakuliah terkait perencanaan keuangan diperkuliahan.

Kondisi tersebut menggambarkan bahwa tidak terdapat hubungan antara literasi keuangan dengan gaya hidup hedonis dimana ketika tingkat literasi keuangan semakin tinggi maka akan menurunkan tingkat perilaku gaya hidup hedon pada mahasiswa, begitupun sebaliknya jika semakin rendahnya tingkat literasi keuangan maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Nurita dan Rusdati (2017) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara negatif antara literasi keuangan dan perilaku dimana semakin tinggi tingkat toleransi pada literasi keuangan maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Namun penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Eva dan Tatik (2015) yang menunjukkan bahwa tinggi rendahnya sikap dan tingkah laku seseorang tidak berhubungan atau tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif individu.

Berdasarkan analisa pada bab sebelumnya diketahui bahwa terdapat pengaruh antara media sosial dengan gaya hidup hedonis. Semakin tinggi seseorang terpapar media sosial, maka akan semakin tinggi pula gaya hidup hedonis.

Hasil penelitian pada hipotesis ketiga membuktikan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat buruk terhadap keberlangsungan hidup mahasiswa untuk melakukan kehidupan yang konsumtif. Semakin mereka lama menggunakan media sosial maka akan semakin tinggi keinginan mereka untuk membeli sesuatu melalui media sosial atau secara online tanpa memikirkan kepentingan kebutuhan mereka. Berbagai produk yang fashionable semakin mudah diakses dan didapatkan melalui berbagai situs media online. Berbagai promosi yang dilakukan secara masif oleh produsen ditujukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Media sosial merupakan sarana untuk memenuhi dan mempengaruhi kebutuhan kognitif, afektif dan personal (Quail 2007). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Utari (2017) ; Triyaningsih(2011); dan Anggraeni & Setiaji

(2018) yang menunjukkan media sosial berpengaruh terhadap gaya hidup pembelian konsumtif.

Teori *planned behavior* dapat diterapkan pada hasil penelitian ini dimana teori ini merupakan aplikasi penentu keputusan oleh individu dan penilaian terhadap produk sebagai dasar untuk melakukan keputusan membeli (Moser, 2015). Mahasiswa yang terpapar secara terus menerus oleh media sosial contoh instagram, facebook, atau online shop yang lainnya maka gaya hidup hedon mereka akan semakin tinggi untuk terlihat fashionable, karena banyak produsen yang menawarkan berbagai produk untuk mereka beli, semakin sering melihat dan menilai produk maka keinginan membeli akan semakin tinggi.

Sedangkan pada temuan penelitian yang terakhir diindikasikan bahwa konsep diri, literasi keuangan dan media sosial secara bersama – sama dapat mengetahui atau mempengaruhi gaya hidup hedonis seseorang. Teori *planned behavior* pada penelitian ini mendukung hasil temuan yang terakhir yaitu ketika seseorang memiliki berperilaku konsep diri yang baik, memiliki sebuah perencanaan keuangan untuk masa depan atau anggaran keuangan yang baik dan jika seseorang dapat mengendalikan media sosial sebagai sarana komunikasi bukan sebagai sarana untuk memboroskan diri maka perilaku gaya hidup hedonis yang dimiliki seseorang tersebut akan minim.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah konsep diri, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan gaya hidup hedonis atau konsumtif. Adapun kesimpulan pada hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa FEB UKSW pada umumnya memiliki tingkat hedonisme yang cukup rendah, hal ini disebabkan karena banyak dari mahasiswa masih tinggal bersama orang tua dan berdomisili di Salatiga. Sehingga hal ini memicu gaya hedonis yang relatif rendah dikalangan mahasiswa.
2. Konsep diri mempengaruhi tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa, semakin tinggi konsep diri yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin rendah keinginan untuk membeli sesuatu atau gaya hidup hedon. Hal ini ditunjukkan dengan besaran nilai signifikansi kurang dari nilai alfa atau tingkat kepercayaan. Demikian juga dengan paparan media sosial yang dilakukan oleh mahasiswa, dibuktikan dengan semakin lamanya mahasiswa terpapar

media sosial maka akan semakin tinggi juga gaya hidup hedon mahasiswa, karena media sosial banyak sekali menawarkan produk – produk yang kekinian.

3. Literasi keuangan tidak mempengaruhi tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa, hal ini mengindikasikan bahwa dalam kondisi dimana mahasiswa memiliki pengetahuan yang baik atau buruk maka tidak akan berpengaruh terhadap tingkat hedonisme mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M. (2019) Hedonisme dan Mahasiswa - Metrojambi.com | Berita Jambi Digital, metrojambi.com. Available at: <https://www.metrojambi.com/read/2019/12/04/49320/hedonisme-dan-mahasiswa> (Accessed: 8 June 2020).
- Anggraeni, E. and Setiaji, K. (2018) 'Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), pp. 172–180.
- Angraini, R. T. and Santhoso, F. H. (2017) 'Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja', *Gadjah mada Journal of Psychology*, 3(3), pp. 131–140.
- APJII (2019) 'Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018', Apjii, p. 51. Available at: www.apjii.or.id.
- Bhardwaj, V. and Manchiraju, S. (2017) 'The Role of Impulse Buying , Hedonism , and Consumer Knowledge Towards Sustainable Consumption of Fast Fashion', in *International Textile and Apparel Association (ITAA) Annual Conference Proceedings*, pp. 1–3.
- Bhushan, P. & Medury, Y. 2013. Financial literacy and its determinants. *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applica-tions (IJEBEA)*, 4(2), 155–160.
- Brilliandita, A. and Putrianti, F. G. (2017) 'Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswi Psikologi Ust Yogyakarta', *Jurnal Spirits*, 5(2), p. 45. doi: 10.30738/spirits.v5i2.1065.
- Chen, H. & Volpe, R.P. 1998. An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Student. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128.
- Dariyo, A. (2004) *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor Selatan: Ghalia.
- Dikria, O. and Mintarti, S. U. (2013) 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013', *Ekonomi Pembangunan*.
- El-Idhami, D. (2009) *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Farhan, A. (2020) 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Di Kalangan Pekerja', Pp. 215–219.
- Fauzia, A. N. and Nurdin (2019) 'Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif', *Prosiding Manajemen*, 5, No. 1, pp. 79–84.
- Fauziah, I., Ekasari, A. (2008). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecerdasan Emosional Pada Remaja. *Jurnal Soul Volume 1 No 2 Hal 16-28*.
- Feldman, F. (2002) 'The Good Life: A Defense of Attitudinal Hedonism', *Philosophy and Phenomenological Researc*, 65, pp. 604–628.
- Garson, J. (2016) 'Two Types of Psychological Hedonism', *Studiies in The History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences*, 56, pp. 7–14.

- Ghozali, I. (2013) 'Analisis Regresi', in Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. 7th edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, pp. 93–170.
- Hadijah, I. (2014) 'Upaya Peningkatan Export Drive Industri Fashion di Era Globalisasi', *Jurnal Teknologi dan Kejuruan*, 37, No. 1(1), pp. 95–108.
- Hanitzsch, T. and Esser, F. (2011) *THE HANDBOOK OF COMPARATIVE COMMUNICATION RESEARCH*. Routledge.
- Heathwood, C. (2013) 'Hedonism', in Hugh LaFollette (ed.) *The International Encyclopedia of Ethics*. Blackwell Publishing Ltd., pp. 2370–2380.
- Hersika, E. I., Nastasia, K. and Kurniawan, H. (2020) 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja Di Kafe Kota Padang', 13(1), pp. 1–8.
- Kemp, Si. (2020) Digital 2020: 3.8 billion people use social media - We Are Social, wearesocial.com. Available at: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (Accessed: 9 June 2020).
- Korry, P. D. P. and Dwiya, K. G. S. (2017) 'PENGARUH HEDONISME DALAM MEMEDIASI FASHION INVOLVEMENT ABSTRAK Pengaruh hedonisme dalam memediasi fashion involvement terhadap perilaku impulse buying pada generasi milenial di Bali .', *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 2(2), pp. 311–323.
- Krishna, A., Rofaida, R., & Sari, M. 2010. Analisis tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Proceedings of the 4th International Conference on Teacher Education Join Conference UPI & UPSI Bandung, Indonesia
- Kotler, P. and Keller, K. (2007) *Marketing Management*. dua belas. Prentice-Hall of India.
- Lukitasari, V. and Muis, T. (2016) 'Study of hedonism lifestyle in students of the faculty of language and art, state university of surabaya 2012-2013-2013', *Jurnal sociologie*, 6(2), pp. 1–9.
- Margaretha, F. and Pambudhi, R. A. (2015) 'TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA S-1', 17(1), pp. 76–85. doi: 10.9744/jmk.17.1.76.
- Mawo, T., Thomas, P. and Sunarto, S. (2017) 'Pengaruh Literasi Keuangan , Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa', *Journal of Economic Education*, 6(1), pp. 60–65.
- Moser, A. K. (2015) 'Thinking green , buying green ? Drivers of pro-environmental purchasing behavior', *Journal of Consumer Marketing*, 32(3), pp. 167–175. doi: 10.1108/JCM-10-2014-1179.
- Nugraheni, P.N.A. 2003. Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal. Diakses tanggal 29 April 2016 dari <http://www.masbow.com>
- Pontania, A. (2016) 'Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa SMA Negeri 4 Surakarta'. Available at: <http://eprints.ums.ac.id/41804/>.
- Probo, N. (2017) Hedonisme Budaya Mahasiswa Halaman all - Kompasiana.com. Available at: <https://www.kompasiana.com/nisaprobo/5930dd94709773654ec9230c/hedonisme-budaya-mahasiswa?page=all> (Accessed: 9 March 2020).
- Program for International Student Assessment (PISA). Financial (2012). Amerika: International Network on Financial Education OECD.
- Pulungan, D. R. and Febriaty, H. (2018) 'Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa', *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), pp. 103–110. doi: 10.5281/zenodo.1410873.
- Quail, D. M. (2009) *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Remund, David L (2010) 'Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy', 44(2), pp. 276–295.

- Remund, D.L. (2010) 'Financial Literacy Explicated: The Case For a Definition in a Increasingly Complex Economy', *The Journal of Consumer Affair*, 44(2), pp. 276–295.
- Rizki, M. M. and Setiowati, E. A. (2016) 'Hubungan Antara Psychological Meaning of Money dan Konsep Diri dengan Gaya Hidup Hedonis pada Karyawan Pt " X " Bersuku Jawa HUBUNGAN ANTARA PSYCHOLOGICAL MEANING OF MONEY DAN KONSEP DIRI DENGAN GAYA HIDUP HEDONIS PADA KARYAWAN PT " X " BERSUKU JAWA Abst', 11(1), pp. 1–14.
- Romadloniyah, A. and Setiaji, K. (2013) 'Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender', 2(1), pp. 18–23. doi: 10.15294/eeaj.v9i1.37224.
- Roos, D. and Hahn, R. (2019) 'Understanding Collaborative Consumption : An Extension of the Theory of Planned Behavior with Value-Based Personal Norms', *Journal of Business Ethics*, Springer(3).
- Silva, B. S. De, Khatibi, A. and Azam, F. (2020) 'Review of Literature on the Historical Evolution of Luxury to Identify the Factors Associated with Consumer Attitude to wards Luxury Car Brands in an Emerging Country Setting', *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 20(1), pp. 1–11.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Tambingon, J., Tasik, F. and Purwanto, A. (2016) 'Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Di Kota Manado', *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 1(043), p. 163047.
- Tjipto, S. (2006) *Konsep diri positif: Menentukan prestasi anak*. Edited by Tim Pustaka Familia. Yogyakarta : Kanisius, 2006.
- Tribuana, L. (2020) 'Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Konformitas Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Prisma*, 01(01), pp. 145–155.
- Triyaningsih, S. L. (2011) 'DAMPAK ONLINE MARKETING MELALUI FACEBOOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), pp. 172–177.
- Utari, M. (2017a) 'PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA', *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Utari, M. (2017b) 'Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princesyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya', *JOM Fisip*, 4(2), pp. 1–22.
- Veenhoven, R. (2003) 'Hedonism and Happiness in Society', *Journal of Happiness Studies*, 4(Art of living), pp. 437–457.
- Wahyuningsih, S. and Putra, A. A. (2020) 'Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja', 3(2), pp. 113–118.
- Demi Gengsi, Banyak Orang Rela Berbohong di Medsos - Tekno Liputan6.com* (2015). Available at: <https://www.liputan6.com/tekno/read/2342448/demi-gengsi-banyak-orang-rela-berbohong-di-medsos> (Accessed: 8 March 2020).

MODEL BISNIS INTEGRASI DALAM RANGKA EMPOWERING Hypermarket "AH" PABELAN SUKOHARJO

Nur Achmad¹⁹

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

Competition in the retail business is very tight, especially with the pandemic situation, so this situation is slowing down the movement of the economic in many sectors. Retail business, especially "AH" that located in Pabelan Sukoharjo, have greatly decreased their sales in April-June 2020. Although starting from July-December 2020 the situation improved, the previous conditions had slumped by 30% and decreased profits by 40%. This study uses a qualitative descriptive approach that tries to knowing wheel data as accurately as possible through exploration for 4 semesters by conducting interviews with managers, several employees, business people at Hypermarkets "AH", and taking data using a questionnaire for non-customers "AH". From the results of this study, it is found that the manager "AH" must pay extra attention to 9 general strategies carried out during pandemic and non-pandemic times, repairing buildings, maximizing neglected land which is 53% of 100% of capacity, more intensity of business and non-business activities, as well as providing guidance to partners.

Keywords: Competition and surviving a pandemic, New customers, old customers, Shopping interest factors.

Abstrak

Persaingan dalam bisnis ritel sangat ketat terlebih lagi dengan keadaan pandemi yang kita semua khawatir berakhirnya kapan, maka keadaan ini menambah lambat dalam pergerakan roda ekonomi disegala bidang. Pengusaha ritel khususnya AH Pabelan Sukoharjo sangat menurun penjualannya pada April-Juni 2020 ini. Meskipun mulai bulan Juli-Desember 2020 keadaan membaik tapi kondisi sebelumnya sempat merosot kunjungannya 30% dan penurunan keuntungan 40%. Penelitian ini menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif yang menggali data melalui observasi dan eksplorasi selama 4 semester dengan melakukan interview kepada pengelola, beberapa karyawan, dan pelaku bisnis pada Hypermarket "AH", sedikit mengambil kuesioner untuk pelanggan non pelanggan "AH". Dari hasil penelitian ini didapatkan informasi bahwa pengelola Hypermarket "AH" harus melakukan perhatian yang ekstra untuk 9 strategi umum yang dilakukan dimasa pandemic dan non pandemic, perbaikan bangunan, memaksimalkan lahan yang merupakan 53% dari 100% dari kapasitas, intensitas dan variasi yang lebih banyak lagi terhadap kegiatan bisnis dan non bisnis, serta melakukan pembinaan kepada mitra.

Kata kunci: Persaingan dan bertahan saat pandemi, Pelanggan baru, Pelanggan lama, Faktor minat belanja.

¹⁹Nur.achmad@ums.ac.id

PENDAHULUAN

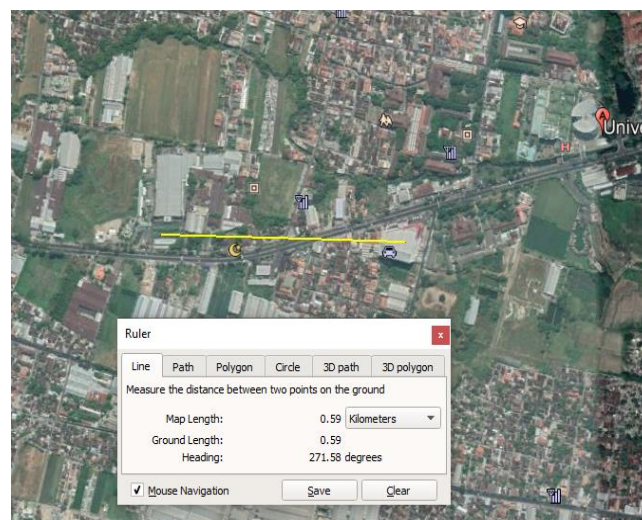
Persaingan dalam bisnis ritel sudah sangat ketat di area Karesidenan Surakarta, paling tidak ada kurang lebih 40 ritel besar dan kecil yang melayani masyarakat karesidenan Surakarta dalam radius 23,5 km. Dari ke 40 ritel besar dan kecil tersebut pastilah memiliki karakteristik keunggulan dan kelemahan masing-masing. Dari mulai fasilitas secara fisik, lokasi, kelengkapan barang, harga dan daya tarik berbelanja. Atas dasar inilah kemudian peritel akan menentukan siapa pesaingnya dan strategi apa yang akan digunakan dalam memenangkan kompetisi dengan indikator banyaknya pengunjung dalam satu masa normal.

Banyak sekali bisnis retail yang sudah berdiri lebih muda namun dalam persaingan memperebutkan jumlah konsumen bisa lebih banyak dari Hypermarket “AH” yang termasuk lebih dulu eksis dan berkembang. Dalam makalah ini, hal menarik yang ingin diteliti adalah faktor-faktor penting apakah yang harus dikembangkan sehubungan dengan penelitian terdahulu dari faktor-faktor penting dari sisi konsumen dalam memilih tempat belanja hypermart “AH”.

Customers atau konsumen atau pelanggan merupakan suatu aset yang sangat penting bagi suatu perusahaan, tanpa pelanggan maka suatu perusahaan tidak akan pernah ada. Aspek penting dalam pelayanan yang berkualitas terhadap pelanggan merupakan kunci utama untuk meraih sukses dalam bisnis jangka panjang (Terblanche, 2018). Bila sebuah perusahaan ingin berhasil dalam jangka panjang maka usaha-usaha untuk mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang memuaskan harus memperoleh perhatian yang utama, jika perlu pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (Miranda MJ, et.all., 2006).

Keunggulan dalam mempertahankan pelanggan lama ada tiga yaitu lebih mudah karena pelanggan lama lebih setia, termasuk juga pelanggan lama mau mengingatkan secara pribadi jika AH memiliki kekurangan-kekurangan ataupun kesalahan, mereka menegur dengan kasih sayang dan berharap tempat membelanjanya lebih baik lagi daripada niat untuk menjatuhkan reputasi (Machleit, et.all., 2001); (Mochlis, et.all., 1999). Keunggulan yang kedua adalah lebih murah, karena mendatangkan pelanggan baru (offensive marketing) bisa lebih mahal berkali kali lipat daripada biaya mempertahankan pelanggan setia. Keunggulan yang ketiga adalah lebih menguntungkan karena akan menghemat biaya promosi yang besar, mereka sebagai brand ambassador bagi produk/jasa yang dimiliki oleh perusahaan.

Kedudukan hypermart “AH” berada pada kelas middle level, dimana Hypermarket “AH” belum memungkinkan untuk melawan 5 kelas high level yaitu The Park Solo Baru dekat kota Sukoharjo, Solo Paragon Mall di pusat kota Solo, Solo Grand Mall di pusat kota Solo, Solo Square Kerten agak ke barat kota Solo, dan Hartono Mall di Solo baru arah selatan kota Solo, dan belum lama ini di tahun 2019 telah berdiri Trans Mart yang terletak di antara Sukoharjo dan Solo dan sangat berdekatan dengan Hypermarket “AH”, yaitu hanya berjarak 0,59 km.



Gambar 1. Pesaing Terdekat

Penampakan dari atas semua asset yang dimiliki oleh Hypermarket “AH”, 98.040m² (kepemilikan 2 bersaudara), terletak di tepi jalan raya akses propinsi Solo – Semarang – Jakarta, Solo – Yogyakarta – Purwokerto – Jakarta. Sekitar ±50% baru termanfaatkan untuk kegiatan bisnis utama, dan bisnis tenant yang terdiri dari foodcourt, cuci mobil, nursery, barbershop, masjid, jual beli mobil, furniture, toko roti, kids fun, arena berkuda dan panahan yang sudah berjalan, hall utama untuk pameran, kantor BMT. Terletak dilingkungan perumahan yang semakin padat penduduknya, terletak pada areal bisnis yang memiliki jumlah karyawan yang sangat besar diantaranya adalah, Hino Dealer dan Furniture, Dealer Mobil Mazda, Rumah Sakit, pasar tradisional, beberapa rumah makan besar, rumah sakit, dealer Motor Yamaha, beberapa universitas dengan 35 ribu mahasiswa, Pondok Assalaam dengan ribuan santri, beberapa sekolah dasar, sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas.

Dari lokasi yang strategis sebagai kelebihan terdapat pula pesaing potensial yang perlu diperhitungkan adalah Swalayan Mitra Kartasura, Sami Luwes Kartasura, Superindo

Kartasura, dan 6 terbesar di Karesidenan Surakarta juga berada sangat dekat dengan Hypermarket "AH" yaitu Transmart Indonesia, dan Solo Square, Ramayana Robinson. Permasalahan strategi integrasi inilah yang menjadi topik pembahasan utama dalam makalah ilmiah ini.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Teori yang dipergunakan dalam makalah ini adalah teori tentang loyalitas, dimana loyalitas adalah hasil dari usaha suatu organisasi bisnis dalam mempertahankan kepuasan pelanggannya. Loyalitas selalu menjadi topik utama dalam manajemen pemasaran, tidak hanya untuk akademisi tapi juga untuk para manajer-manajer (Vieira, 2007). Oliver, (1999) dalam Vieira, (2007) mengatakan bahwa banyak studi dilakukan sekarang ini adalah tentang loyalitas konsumen dibanding dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya yang meneliti tentang kepuasan konsumen. Loyalitas konsumen dapat dibangun dari beberapa hal yaitu:

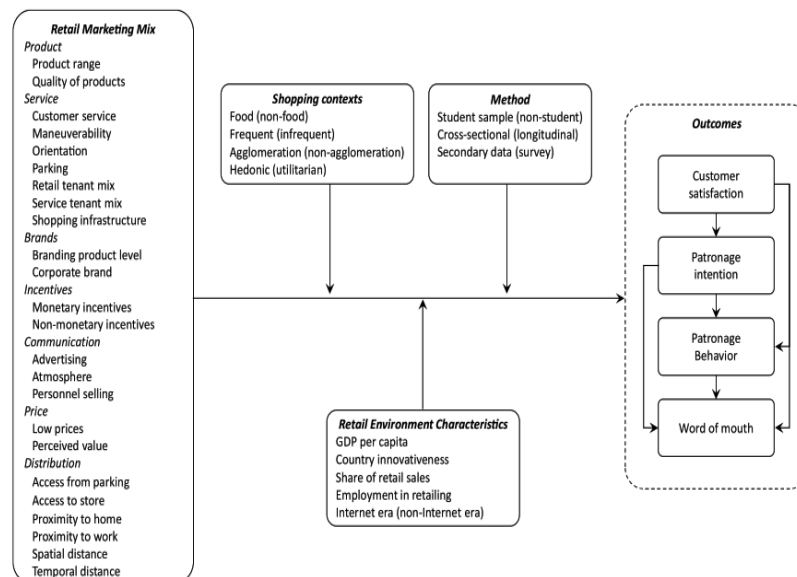
- (1) Corporate Image, (perusahaan yang memiliki reputasi yang baik)
- (2) Complaint Handling, (penangan masalah yang cepat dan tepat jika pelanggan memerlukan)
- (3) Price, (harga yang kompetitif dengan perusahaan lain dengan produk yang sejenis)
- (4) Satisfaction, (kepuasan dicerminkan dari makin banyaknya dalam berbelanja/intensitas tinggi)
- (5) Affective Commitment, (keinginan untuk melanjutkan suatu hubungan dan mengekspresikan rasa kesetiaan dan rasa memiliki)
- (6) Calculative Commitment, (rasionalitas dan pertimbangan ekonomis dalam beralih ke produk lain oleh konsumen)
- (7) Value. (Pertimbangan bahwa nilai uang mereka akan meningkatkan manfaat yang didapatkannya sebesar apa).

Pertimbangan dalam memilih tempat belanja juga menjadi hal yang amat penting dalam strategi mendapatkan pelanggan baru dan kemudian mempertahankannya. Adapun beberapa hal yang menjadi pertimbangan pemilihan tempat berbelanja yang disebutkan dalam Champhuri, (2010) adalah pemahaman pelanggan dalam memahami tempat belanja yang sesuai,

- (1) Jaminan atas janji yang diniatkan oleh tempat berbelanja,
- (2) Mempunyai hubungan dekat dengan tempat belanja langganan,
- (3) Kualitas barang yang dijual,
- (4) Harga yang kompetitif,
- (5) Kenyamanan,
- (6) Variasi barang yang disediakan,
- (7) Memiliki lingkungan yang baik dan menyenangkan untuk belanja.

Pendapat lain yaitu menurut Ion Stancu, (2012) bahwa pelanggan dalam memilih tempat belanja didasarkan atas (1) keragaman produk yang ditawarkan, (2) harga yang murah, (3) program promosi yang dilakukan, (4) lokasi strategis hypermarket, dan (5) citra hypermarket.

Teori lain yang mana dapat digunakan untuk lebih memahami cara mempertahankan pelanggan yang setia atau pelanggan yang tetap (*patronage*) adalah berdasarkan teori Markus Blut, (2018) yang ditulis dalam penelitiannya tentang “testing retail marketing mix effects on patronage” yang diterbitkan di *Jurnal of Retail*:



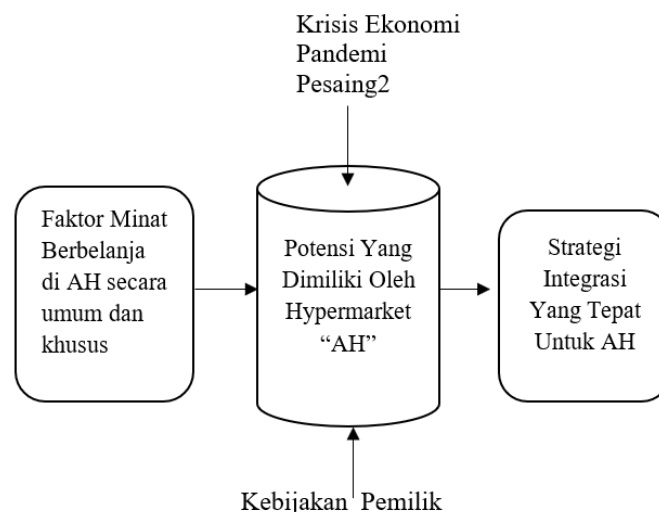
Gambar 2. Skema Penelitian Oleh Markus Blut

Penjelasan dari gambar tersebut: (*retail marketing mix*) bahwa faktor-faktor (1) deretan produk yang terdiri dari kelengkapan produk dan kualitasnya, (2) pelayanan yang terdiri dari pelayanan pelanggan, cara-cara mengerjakan/mengendalikan pelanggan, orientasi adalah cara pandang yang sama atau pedoman yang sama, system perparkiran,

ragam tenant atau mitra, pelayanan tenant atau mitra, dan infrastruktur yang dimiliki oleh tempat belanja, (3) merk-merk yang disediakan yang terdiri dari merk produk yang bertingkat-tingkat, dan merk perusahaan=citra perusahaan (corporate image), (4) insentif, yang terdiri dari insentif keuangan dan bukan keuangan, (5) komunikasi yang terdiri dari pengiklanan, lingkungan belanja, penjualan khusus personal, (6) harga yang terdiri dari harga rendah dan harga yang dirasakan pelanggan, (7) distribusi yang terdiri dari akses dari parkir menuju tempat belanja, akses ke tempat belanja, kedekatan tempat belanja ke rumah pelanggan, kedekatan tempat belanja ketempat kerja, mengenai jarak spasial dan jarak temporal. Kesemua faktor tersebut jika dikelola dengan baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang selanjutnya akan mempengaruhi jumlah pelanggan tetap, membentuk juga sikap pelanggan tetap, dan meningkatkan juga efek dari mulut ke mulut (brand ambassador). Adapun besarnya outcomes (kepuasan pelanggan, jumlah pelanggan tetap, sikap pelanggan tetap, dan efek dari mulut ke mulut) dipengaruhi oleh Shopping contexts, method dan retail environment characteristics.

Terakhir adalah pendapat dari Morschett, (2006) yang menyatakan bahwa strategi kompetitif dalam perusahaan ritel ada 3 tipe dasar keunggulan yang harus dimiliki yaitu (1) harga, (2) kualitas yang termasuk dengan pelayanan di dalamnya, dan (3) kenyamanan, dalam studi ini untuk faktor harga dan kualitas sebagai variabel independent adalah yang paling dipentingkan.

Kerangka Konseptual



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Keterangan:

Faktor minat berbelanja di *Hypermarket "AH"* secara khusus didapatkan melalui data primer interview dengan dua pengelola inti yang merupakan pegawai senior dari awal mula berdirinya *Hypermarket "AH"* di tahun 1996 dengan nama GA oleh PT GBS dengan luas 9,8 Ha. Meskipun baru sebagian dibangun pusat perbelanjaan dengan akta notaris Sunarto, SH no 50 tanggal 13 Desember 2000 kerjasama PT TS dengan INKUD (Gerakan Koperasi Unit Desa) yang bertujuan untuk mengembangkan jual beli yang menguntungkan bagi masyarakat yaitu dapat memperoleh harga barang dalam bentuk eceran dengan harga yang murah (grosir). Kemudian pada tahun 2007 GA berubah menjadi *Hypermarket "AH"* dengan perubahan itu maka logo 33 pada GA berubah juga. Adapun faktor minat berbelanja data yang diperoleh adalah data dari penelitian terdahulu dan buku-buku yang relevan, sehingga terbentuk faktor minat berbelanja dari supermarket atau hypermarket secara umum. Kemudian gambar tabung adalah kemampuan-kemampuan secara potensial yang sudah dimiliki oleh AH baik dari segi fisik, pengalaman, keberlangsungan, kehandalan SDM yang dimiliki serta ancaman-ancaman pesaing dan kebijakan perusahaan yang memberikan peluang maupun membatasi. Dari hasil perpaduan dalam tabung inilah akan mencoba dimunculkan dalam bentuk strategi yang tepat dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga menarik pelanggan baru untuk *Hypermarket "AH"*.

METODA

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian diskriptif kualitatif yang berusaha mengumpulkan data, menggali data, mereduksi data dan menyimpulkan data seteliti mungkin melalui observasi dan eksplorasi selama 4 semester pada sebuah pusat perbelanjaan di wilayah Karesidenan Surakarta yang bernama *Hypermarket "AH"*. Dipilihnya pusat perbelanjaan ini karena memiliki anchor khusus atau karakteristik khusus yang harus diperhatikan. Lokasi pengamatan adalah di kompleks *Hypermarket "AH"*, terkadang pengamatan di beberapa tempat (masjid, foodcourt, lobby, area bermain kuda dan panahan, tempat jual beli mobil, dan analisis peta google maps yang tersedia).

Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik penelitian kualitatif tepatnya kualitatif interpretative. Dalam Bastian, 2018 adapun tujuan penelitian dengan menggunakan metoda ini untuk mengungkapkan kejadian atau fakta-fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan-keadaan yang terjadi, saat penelitian berlangsung dengan menuliskan apa yang terjadi sebenarnya. Metode penelitian ini

memberikan gambaran proses bahwa dalam pengambilan keputusan hasil penelitian didasarkan pada data-data dari obyek penelitian yang berupa hasil wawancara dan pengamatan langsung dari berbagai sumber yang kemudian direduksi diambil persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaannya, sehingga dapat diambil kesimpulan yang baik sebagai hasil penelitian. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa metode penelitian yang utama urutannya adalah reduksi data, tampilan data, dan kesimpulan gambar dan verifikasi, dalam metode analisis kualitatif, langkah-langkah utama selama analisis diarahkan keformulasi akhir.

Jenis dan Sumber Data

Keperluan data lain adalah dari sumber data dari studi pustaka, proses wawancara, observasi langsung, dan pendekatan sistematis. Dalam studi pustaka adalah untuk mengumpulkan hasil-hasil riset yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan berbelanja ke Hypermarket “AH” ataupun ke tempat belanja yang lain, sedangkan wawancara digunakan untuk responden konsumen dan pengelola Hypermarket “AH” yang berkompeten menjawab pertanyaan kritis dalam identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan berbelanja ke Hypermarket “AH”, sedangkan observasi langsung dalam setiap even belanja maupun kegiatan digunakan untuk melihat kekurangan dan kelebihan serta potensi pengembangan yang mungkin bisa dilakukan untuk Hypermarket “AH”.

Populasi dan Sampel

Penelitian diskriptif tidak memiliki jumlah populasi dan sampel khusus, namun demikian beberapa data dari konsumen diambil dengan jumlah yang mencukupi, sekitar 80 responden, namun dari sumber wawancara hanya dua pengelola kunci setingkat pimpinan dan supervisi, beberapa pegawai yang diminta informasi secara acak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam masa pandemic, semua kegiatan bisnis melemah terkecuali beberapa bisnis yang tidak berimbas dan justru mengalami kenaikan. Mall atau toko besar yang menampung pengunjung sangat banyak adalah salah satu bisnis yang terdampak besar. Tidak terkecuali juga *Hypermarket “AH”* sempat pada bulan April sampai Juni 2020 mengalami penurunan penjualan yang sangat signifikan, terutama pada garmen, pecah belah tetapi sembako

mengalami kenaikan. Pada masa lebaran strategi khusus yang masuk masuk dalam bukan Mei-Juni adalah memberitahukan kepada produsen bahwa order hanya 60% dari seasonal tahun yang lalu.

Baru pada bulan Juli sampai Desember 2020 bisa mengembalikan penurunan penjualan yang ada. Salah satu kelebihan dari *Hypermarket "AH"* dalam masa pandemic ini adalah tidak mengurangi jumlah karyawan, sehingga *Hypermarket "AH"* dapat dikatakan memiliki strategi bertahan yang baik. Adapun beberapa strategi yang diterapkan oleh kebanyakan Mall dalam mensikapi keadaan pandemic ini biasanya adalah sebagai berikut; (1) Memperkuat fungsi online (layanan berbelanja secara digital)-dibarengi layan-antar (2) Memaksimalkan prosedur keamanan dan kesehatan (3) Membuka pre-order untuk barang-barang yang sangat diminat konsumen (4) Memberlakukan program promosi, (5) Menjalin hubungan lebih erat (ramah) dengan pelanggan melalui berbagai media (6) Manajemen stok yang baik mengikut waktu-waktu kritis(panic)-santai(unwinds)-normal (manajemen strategis adaptif-adoptif terhadap season tertentu) (7) Pesta diskon produk tertentu (makanan minuman dan fashion), (8) Efisiensi biaya (size, layout yang lebih praktis dan cepat akses produk dan pembayaran), (9) Tunjukkan kepedulian dan distraksi positif, jangan terkesan mementingkan organisasi.

Hypermarket "AH" melakukan strategi tidak semua mengadopsi strategi di atas, yang tidak dilakukan adalah strategi (3), (5), (9). Adapun strategi (4) dan (7) adalah pelaksanaannya kerjasama dengan para supplier yang mengadakan program promosi dan diskon besar-besaran. Adapun kendala yang dihadapi AH dalam masa pandemic ini bukan hanya masalah pengunjung tetapi juga masalah supplier yang agak tersendat karena mereka juga memiliki keterbatasan dan sedang melakukan strategi efisiensi tenaga kerja dan efisiensi-efisiensi yang lain yang berakibat mengurangi pasokan.

Adapun secara umum strategi yang dilakukan baik dalam posisi pandemic ataupun diluar pandemic untuk *Hypermarket "AH"* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Perbandingan Faktor Penting Dalam Minat Berbelanja ke Pasar Modern

No.	Faktor-Faktor Penting	Secara Umum	Faktor Penting Pengelola AH	Persepsi Pelanggan	Tidak Mau ke AH	Memandang Pesaing
1.	Price	9	4	1	3	4
2.	Service	8	7	4	6	1
3.	Shopping Infrastructure	7	1	5	7	3/7/Lux
4.	Variety/Product Range	7	Masjid	Masjid		
5.	Strategic Location	6		3		
6.	Store Atmosphere	6				
7.	Convenience	6				
8.	Kualitas Produk	5				
9.	Citra Perusahaan	5				

Penjelasan 1.1:

Responden pelanggan diambil dari segmen pasar terbesar dan potensi tinggi yaitu diambil sampel mahasiswa dan sedikit dari umum, dikarenakan AH dan Transmart dikelilingi oleh 30.000 mahasiswa yang keluar masuk UMS sebagai perwakilan populasi terpadat, namun populasi ini tidak mewakili kalangan orang tua (keluarga). Dari 162 Responden hanya 14 (8,6%) yang tidak pernah ke AH dan 148 (91,4%) pernah ke AH. Dari ke 148 orang yang ke AH disebabkan oleh Harga 64 orang (43,2%), kelengkapan barang 44 orang (29,7%), Lokasi strategis 18 orang (12,2%) dan Islamy (Anchor) 10 orang (6,7%) dan 4 orang memilih shopping infrastructure (0,03%).

Penjelasan 1.2:

Berdasarkan tabel di atas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor umum yang menjadikan magnet atau daya tarik berkunjung ke pusat perbelanjaan adalah harga, keramahan dan pelayanan, fasilitas, kelengkapan barang, lokasi yang mudah, store atmosphere, kenyamanan, kualitas produk dan citra perusahaan. Sedangkan faktor-faktor penting menurut pengelola Hypermarket "AH" (PAH) dari hasil wawancara mendalam adalah; kelengkapan barang, kenyamanan berbelanja harga dan fasilitas masjid Hypermarket "AH".

Penjelasan 1.3:

Faktor-faktor penting menurut pelanggan Hypermarket "AH" adalah; harga, kelengkapan barang, lokasi strategis, masjid dan shopping infrastructure. Faktor-faktor penting menurut bukan pelanggan AH selain kelengkapan dan harga adalah shopping infrastructure, store atmosphere, dan convenience.

Penjelasan 1.4:

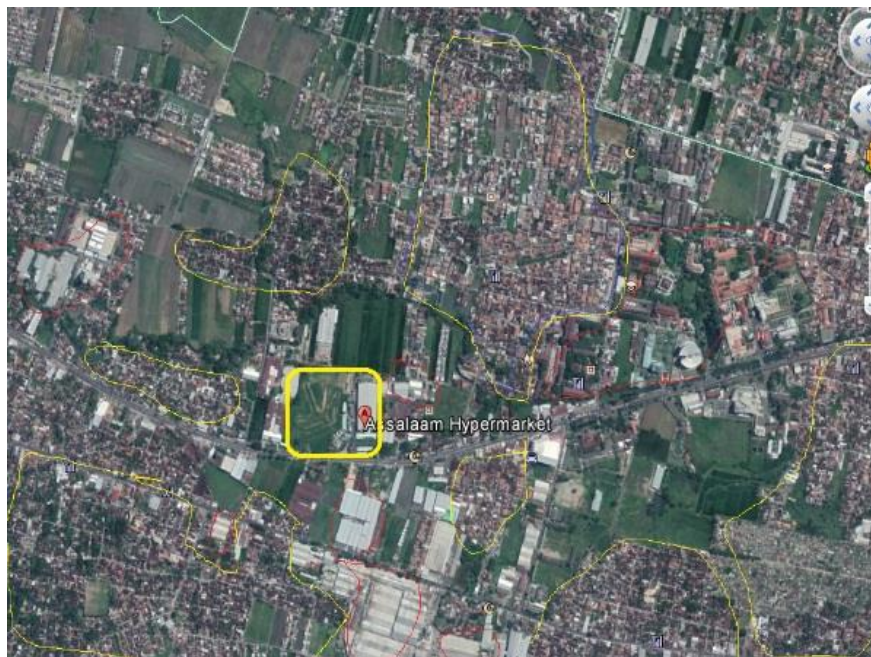
Pelanggan dalam memandang pesaing AH adalah dalam bidang Variety/Product Range, price, dan Shopping Infrastructure, convenience.

PEMBAHASAN

Dengan melihat hasil analisis data yang terdiri dari hasil wawancara pengelola Hypermarket "AH", hasil wawancara dengan pekerja Hypermarket "AH", hasil wawancara dengan konsumen, dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa PAH sesuai dalam memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya selama ini, hanya saja untuk masalah lokasi yang strategis tidak begitu diperhatikan oleh PAH karena memang lokasi tidak dapat dipindah-pindah untuk mendekati pelanggan, yang ada hanyalah

perkembangan lokasi pelanggan yang semakin besar dengan titik konsentrasi lingkungan kampus dan perumahan yang semakin berkembang di sebelah selatan dan utara *Hypermarket "AH"*.

No.	Faktor-Faktor Penting	Faktor Penting Pengelola AH	Persepsi Pelanggan
1.	Price		
2.	Service		
3.	Shopping Infrastructure	4	1
4.	Variety/Product Range	7	4
5.	Strategic Location	1	5
6.	Store Atmosphere		
7.	Convenience	Masjid	Masjid
8.	Kualitas Produk		
9.	Citra Perusahaan		3



Gambar 4. Peta Potensi Pasar AH

Penambahan fasilitas berbelanja penting yang perlu diperhatikan berdasarkan persepsi pelanggan AH adalah bangunan yang lama tidak dilakukan renovasi sejak 1996 (24 tahun) hanya penambahan masjid, arena foodcourt yang luas, dan penambahan luas lahan parkir. Pelanggan menginginkan tempat keluar masuk ke AH lebih nampak megah meriah dan menyenangkan baik dari pintu depan terlebih pintu belakang. Selain itu areal biru dalam peta yang masih mangkrak/terbiarkan hendaknya segera direalisasikan untuk potensi yang belum digarap sehingga memicu peningkatan kunjungan pada areal bisnis sekitar AH.

No.	Faktor-Faktor Penting	Tidak Mau ke AH	Memandang Pesaing
1.	Price		
2.	Service		
3.	Shopping Infrastructure		
4.	Variety/Product Range	3	4
5.	Strategic Location		
6.	Store Atmosphere	6	1
7.	Convenience	7	3/7/Lux
8.	Kualitas Produk		
9.	Citra Perusahaan		



Gambar 5. Peta Pengembangan AH

Dalam tabel dan gambar di atas nampak bahwa calon pelanggan menginginkan Shopping Infrastructure(3), Store Atmosphere(6), dan Convenience(7). Ketiga hal ini adalah tercermin dari hasil pengumpulan informasi dengan pelanggan-pelanggan yang menginginkan bangunan yang menarik, kurang modern, tata ruang tidak menarik, tempat kurang menarik, ac tidak terasa dingin atau sejuk, bahkan terkadang pelanggan mempermasalahkan penjagaan dari security yang kurang ketat sehingga pelanggan kadang kurang merasa aman, meskipun memang tidak pernah/sangat kecil terjadi tindak kejahatan diareal AH. Di sisi lain pesaing AH sudah menyediakan ketiga hal tersebut dengan baik, sehingga menganggap bahwa AH memiliki kelemahan-kelemahan di atas.

SIMPULAN

Dengan melihat berbagai temuan dari informasi-informasi yang dikumpulkan dari pengelola *Hypermarket "AH"*, karyawan *Hypermarket "AH"*, pelanggan-pelanggan dan non pelanggan, dan dengan melihat berbagai lingkungan dan fasilitas yang dimiliki oleh *Hypermarket "AH"*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai bahan yang dapat dikaji untuk mengambil kebijakan yang terbaik demi kemajuan *Hypermarket "AH"* khususnya dan ekonomi umat pada umumnya adalah sebagai berikut:

1. AH melakukan strategi ke (1), (2), (4), (6), (7), (9) dalam bertahan selama pandemic di tahun 2020, kemungkinan jika pandemic masih berlangsung maka akan diintensifkan strategi tersebut ditambah strategi umum yang belum dilaksanakan.
2. Pengelola AH harus mempertahankan dan meningkatkan kelengkapan barang dan jasa yang disediakan sendiri maupun oleh tenant. Pengelola AH juga harus memperhatikan pergerakan harga pesaing, dapat juga membuat produk pengganti merk-merk terkenal yang mahal dengan merk sendiri (mitra sendiri) agar harga dapat memiliki variasi yang tinggi.
3. Pengelola AH harus mengetahui bahwa pelanggan yang berstatus "bukan pelanggan AH" menginginkan 3 hal besar yang tidak diperhatikan oleh pengelola AH yaitu memberikan perhatian pada Shopping Infrastructure, Store Atmosphere, dan Convenience yang sekaligus menjadi keunggulan dari pesaing-pesaing AH.
4. Pengelola AH memperhatikan 7 aspek penting dari 9 aspek penting yang ada pada pelanggan dalam memilih tempat berbelanja yang diminati.

Dengan melihat temuan-temuan penelitian di atas maka saran-saran yang sebaiknya harus dilakukan oleh pengelola AH dalam strateginya meraih pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama adalah sebagai berikut:

1. Beberapa strategi dalam masa pandemic yang belum dilakukan agar menjadi perhatian bagi pengelola AH yaitu strategi (3), (5), (9).
2. Beberapa strategi dalam masa pandemic bisa dijadikan bahan belajar untuk strategi tambahan yang lebih baik di masa keluar dari pandemic.
3. Merenovasi bangunan lama menjadi bangunan yang mempunyai desain yang lebih menarik dan nampak dari jauh terasa spektakuler, mengingat lokasi yang sudah bagus yang terletak di jalan propinsi Surabaya – Jakarta maka tampilan dan penataan perlu berubah. Saat ini bangunan utama sebagai icon kurang tinggi, terlalu masuk ke dalam karena desain parkir berada di depan dan luar bangunan inti. Tidak ada reklame baliho-baliho besar yang menarik perhatian, tempat baliho malah

diletakkan di areal parkir yang identik dengan memberikan informasi kepada pelanggan yang sudah menjadi pelanggan, bukan informasi keluar pelanggan. Barangkali jika alasan biaya maka bisa mencari desain yang cocok dengan bangunan yang lama, jadi hanya merenovasi minor dengan perubahan bentuk dan penataan yang kontras.

4. Dengan memaksimalkan lahan yang dimiliki yang masih tidak terurus dengan mendirikan hutan kota, atau sarana rekreasi segala waktu (pagi, siang, sore dan malam selalu menyenangkan). Semua fasilitas tersebut akan menunjang kegiatan-kegiatan baru sebagai contoh; olahraga, jalan-jalan, terapi, senam kesehatan, perlombaan burung, perlombaan berkuda, memanah, perlombaan hiburan, dan pendidikan, kegiatan olahraga pagi dan sore, makan siang dan makan malam yang menarik, pameran buku, pakaian, rumah, makanan dan minuman. Jika kendala mengelola lahan kosong yang hampir 50% dari total kapasitas adalah biaya maka hal ini bisa ditempuh dengan memberikan kesempatan kepada mitra untuk ikut berkiprah, misalnya bekerja sama dengan dinas terkait dengan tata kota dan penjagaan taman kota serta cadangan air. Lembaga-lembaga bisnis bisa ikut membantu dengan menanam pohon-pohon yang berguna atau memberikan spot area olah raga dengan mencantumkan sponsor.
5. Menambah sarana-sarana kegiatan yang memudahkan kehidupan seperti pembayaran pajak-pajak, penjualan gas, air minum sehat, menyediakan kantor jasa-jasa yang melayani dan dibutuhkan kehidupan sehari-hari. Memberikan space perkantoran bank, ataupun kantor-kantor usaha yang lain.
6. Selalu melihat dan mencari celah pasar apa yang dapat dilakukan di sentra bisnis AH berdasarkan dengan kedekatan dengan unit bisnis yang lain yang melingkungi AH.

Memberikan pembinaan kepada mitra atau tenant, jangan sampai secara keseluruhan tanggung jawab menjaga kualitas produk dan jasa menjadi tanggung jawab AH sementara mitra atau tenant tidak menjaga kualitas terbaik untuk konsumen dalam menjual produk maupun jasanya. Pelatihan juga bisa diberikan untuk pemberdayaan pegawai dan supplier agar bisa membuat barang tertentu dengan kualitas yang diatur sehingga layak jual dengan harga yang berpatutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Altukar, Sunil. 2017. Satisfaction, Loyalty, and Repatronage Intention: Role of Hedonic Shopping Values. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 39.
- Anizah Zainudin, Rohani Mohd. 2014. Personal vs. Social Shopping Motives: A Case of Hypermarkets. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130, Pages 447 – 454.
- Bastian, Indra. 2018. *Strategi Penelitian Bisnis*. Andi offset: Yogyakarta.
- Berman, B. dan Evans, JR. 2007. *Retail Management: A Strategy Approach*, 10th ed. Pearson Education, New Jersey.
- Bloemer J, dan Schroder GO. 2002. Store Satisfaction and Store Loyalty Explained by Customer and Store Related Factors. *Journal on Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior* 15.
- Blutz, Markus, Crisstop Teller & Arne Floh. 2018. Testing Retail Marketing Mix Effects on Patronage: A Meta Analysis. *Jurnal of Retailing*, Page 94.
- Champhuri N, PJ Batt. 2010. Factors influencing consumers' choice of retail stores for fresh meat in Malaysia. Curtin University of Technology, Australia.
- Cottet, P., Lichtle, MC dan Plichon. 2006. The Role of Value in Services, A Study Retail Environment. *Journal of Consumer Marketing* 23.
- Dadzie, Schmidt H & Nandonde, Felix A. 2019. Five Factors influencing consumers' supermarket visitation in developing economies: The case of Ghana. WoodHead Publishing, Series in Food Science, Technology and Nutrition.
- Francioni, Barbara and Elisabetta Savelli. 2018. Store Satisfaction and Store Loyalty: The Moderating Role of Store Atmosphere. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 43.
- Hartono, Jogiyanto. 2017. *Filosofi dan Metodologi Penelitian*. BPFE: UGM Yogyakarta.
- Ion Stancu. 2012. Marketing study regarding the consumers behavior towards the Auchan hypermarkets from Romania. *Procedia Economics and Finance* 3, pages 502 – 508.
- Jackson, Ashley Sanders and Nina M Parikh. 2015. Conveniences Store Visits by US Adolescents: Rational Healthier Environment. *Health and Place* Vol 34.
- Maretha, Vitta. 2011. Pengaruh Store Atmosphere dan Store Image Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Pondok Indah Jakarta. *Jurnal Online Binus University*.
- Machleit, Karen A & Eroglu, Sevgin A. 2000. Describing and Measuring Emotional Response to Shopping Experience. *Jurnal of Business Research*, Vol 49, Issue 2.
- Machleit, Karen A & Mantel, Susan Powell. 2001. Emotional response and shopping satisfaction: Moderating effects of shopper attributions. *Jurnal of Business Research*, Vol 54, Issue 2.
- Miranda MJ, Konya L dan Havrila. 2006. Shoppers Satisfaction Level are Not the Only Key to Store Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning* 23.
- Mochlis Safiek, Sulaiman Yd Yasin, Abd Razak K. 1999. Shopping Orientation and Choice Decision: An Analysis Among Adolescents in Malaysia.
- Morschett Dirk, Bernhard Swoboda. 2006. Competitive Strategies in Retailing an Investigation of The Applicability of Porter's Framework for Food Retailers. *Journal of Retailing & Consumer Services*, Vol 13 Issue 4.
- Nicholls JAF. 1997. Time and Companionship: Key Factors in Hispanic Shopping Behavior. *The Journal of Consumer Marketing* 14.
- Scarpi D. 2006. Fashion Stores Between Fun and Usefulness. *Journal of Fashion Marketing and Management* 10.
- Terblanche, Nic S. 2018. Revisiting the supermarket in-store customer shopping experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 40.

- Raharjani, Jeni, 2005, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Studi Kasus di Semarang. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, FE UNDIP.
- Santoso, Singgih. 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja di Supermarket Carrefour Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol 2 No 1.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta: Bandung.
- Ulber, Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta: Refika Aditama.
- Vieira, Valter A & Claudio Damacena. 2007. Loyalty in Supermarket. *Brazilian Administration Review*, V.4, n.3, art 4.
- Wu Jinfeng, Tian Zhilong. 2009. The impact of selected store image dimensions on retailer equity: Evidence from 10 Chinese hypermarkets. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 16, Issue 6.
- [Http://www.Carrefour.com](http://www.Carrefour.com)
- [Http://www.Tempointeraktif.com](http://www.Tempointeraktif.com)

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN PADA JURNALIS LEMBAGA PERS MAHASISWA SCIENTIARUM: SUATU REFLEKSI

Vinka Luki Agusta²⁰

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to present empirical evidence of the implementation of a training program by describing several factors that influence the role of training and development of student press organizations at Satya Wacana Christian University. The case study in this research will be based specifically on the description of the several factors conditions that influence the role of training and organizational development as identified by Levy (2009). The model was then tested in the context of the student organization at the Student Press Institute Scientiarum (LPM SA) during three periods. In this research strategy of this case stud, a qualitative approach in analyzing data is applied. The method used is document study and interviews with LPM SA leaders, as the main data source, who have knowledge and experience related to the implementation of training in press development. Interviews were conducted in order to gain an in-depth understanding of how the program and implementation of training in LPM SA which is the main case study of this research. The implementation of LPM SA training is influenced by the roles of several factors, namely assessing training needs, learning context, training delivery, and training evaluation. Meanwhile, the factors related to the issue of diversity were only influenced by the role of diversity in training management, while sexual harassment at the training venue had less influence on the implementation of the training.

Keywords: training and development, student journalists, student press, Student Press Institute Scientiarum (LPM SA)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan bukti empiris dari pelaksanaan program pelatihan dengan mendeskripsikan beberapa faktor yang memengaruhi peran pelatihan dan pengembangan organisasi pers mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana. Studi kasus dalam penelitian ini secara khusus akan didasari pada deskripsi kondisi beberapa faktor yang memengaruhi peran pelatihan dan pengembangan organisasi yang diidentifikasi oleh Levy (2009). Model tersebut lalu diuji pada konteks organisasi mahasiswa di Lembaga Pers Mahasiswa Scientiarum (LPM SA) dalam tiga periode. Strategi penelitian dalam studi kasus ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam menganalisis data. Metode yang digunakan adalah dengan studi dokumen dan wawancara dengan para pemimpin LPM SA sebagai sumber data utama yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait pelaksanaan pelatihan dalam pengembangan persma. Wawancara dilakukan agar memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana program dan pelaksanaan pelatihan di LPM SA yang menjadi studi kasus utama penelitian ini. Pelaksanaan pelatihan LPM SA dipengaruhi oleh peranan beberapa faktor, yaitu menilai kebutuhan pelatihan, konteks pembelajaran, penyampaian pelatihan, dan evaluasi pelatihan. Sementara itu, faktor terkait dengan isu keragaman hanya dipengaruhi oleh peranan keragaman manajemen pelatihan, sedangkan pelecehan seksual di tempat pelatihan kurang memengaruhi pelaksanaan pelatihan.

Kata kunci: pelatihan dan pengembangan, jurnalis mahasiswa, pers mahasiswa, Lembaga Pers Mahasiswa Scientiarum (LPM SA)

²⁰ vinkalukiagusta@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam suatu program pengembangan pers mahasiswa, penting untuk memerhatikan faktor organisasi dan situasi. Pada pengembangannya, pers mahasiswa berbeda dengan pers umum, dimana mahasiswa akan menghadapi berbagai kendala, yaitu: Pertama, tugas utama mahasiswa adalah menyelesaikan studinya, hal ini menjadikan pers mahasiswa hanya sebagai aktivitas sampingan saja. Kedua, mahasiswa memiliki keterbatasan waktu untuk aktif dalam pers mahasiswa berdasarkan Sistem Kredit Semester (SKS), sehingga membuat pengembangan kemampuan profesional kurang optimal. Ketiga, kaderisasi pers mahasiswa tidak berjalan dengan baik, dimana jurnalis mahasiswa yang sudah mulai terampil akan meninggalkan pers mahasiswanya setelah lulus kuliah. Keempat, pers mahasiswa masih tergantung dengan pendanaan oleh universitas yang berdampak pada independensi redaksi pers mahasiswa (Arismunandar, 2012).

Pelatihan dan pengembangan menjadi bagian yang penting dan diperlukan oleh suatu organisasi. Pelatihan masih perlu dilakukan meskipun suatu organisasi sudah berisi orang-orang yang terampil dan berpengalaman. Orang berpengalaman masih perlu diberi pelatihan ulang seiring dengan kemajuan teknologi dan banyaknya sifat pekerjaan yang kian berubah. Program pelatihan mengarah pada kelanjutan perkembangan organisasi sehingga dapat meningkatkan produktivitas, penurunan ketidakhadiran, dan pergantian anggota (Levy, 2009). Dalam pengembangan Lembaga Pers Mahasiswa Scientiarum (LPM SA) ditunjukkan adanya kemunduran dalam tiga periode terakhir. Arismunandar (2012) menjelaskan bahwa dari berbagai kendala, ciri yang menonjol pada pers mahasiswa adalah diskontinuitas melalui kinerja dan produk-produknya.

Pengembangan organisasi dapat dilihat lewat pelatihan melalui proses pelatihan, keuntungan yang didapat dari pelatihan, serta isu-isu oleh pelatihan tersebut. Dalam tulisan Shenge (2014), pelatihan pada kenyataannya tidak dapat menangani masalah kinerja. Pelatihan ternyata hanya dapat menghilangkan kekurangan yang mana hal tersebut adalah mengurangi kesalahan, cacat, dan pemborosan saja. Penelitian Schiffirin & Beherman (2011) yang dilakukan di Sub-Saharan Africa menjelaskan, bahwa program pelatihan dapat meningkatkan profesionalisme serta memberi kontribusi penting pada kualitas. Dalam penelitiannya, Schiffirin mengusulkan beberapa rekomendasi perencanaan program pelatihan jurnalistik bagi organisasi. Selanjutnya selain pelatihan, terkait kesuksesan pers mahasiswa, Arismunandar (2012) dalam tulisannya mengatakan bahwa mahasiswa (aktivis *Salemba -pen*) di era perkuliahan yang masih mungkin berkuliah sampai 10 tahun lewat,

bisa cukup professional dalam persma. Contoh ini ditunjukkan dengan produk surat kabar kampus *Salemba* kala itu. Dalam rentang periode 2016-2019, terdapat fenomena gap dari Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) Akhir. LPM SA masih mengalami permasalahan yang sama dari periode yang lalu ke periode selanjutnya. Hal ini diperlihatkan baik dari produk-produk jurnalistik maupun struktur organisasi dan keanggotaannya.

Berdasarkan LPJ LPM SA periode 2016/2017, periode 2017/2018/ dan periode 2018/2019, ditunjukkan permasalahan yang dihadapi divisi redaksi, divisi litbang, dan divisi bisnis. Dalam tiga periode ini, divisi redaksi masih mengalami kesulitan dalam menulis berita secara mandiri. Hal ini karena kurangnya pengetahuan jurnalistik oleh anggota baru. Selain itu sedikit anggota yang mampu menjadi editorial sebagai redaktur. Rapat redaksi juga jarang dihadiri oleh anggota karena adanya kesibukan lain. Permasalahan yang relatif sama juga terjadi pada divisi litbang. Pelatihan yang telah diadakan hanya diikuti sedikit anggota, bahkan beberapa pelatihan juga gagal untuk direalisasikan. Sedangkan pada divisi bisnis, kendala pendanaan masih belum teratasi. Sejak periode 2016/2017, pencairan dana sulit dan lama. Hal ini akan berpengaruh pada jalannya program-program dan kegiatan LPM SA. Khususnya periode 2017/2018 yang sempat mengalami masalah pada *website*, dimana perlu membeli *user interface* web SA. Dalam hal keanggotaan, jumlah anggota tidak berkembang. Ini ditunjukkan periode 2016/2017 sejumlah 26 orang dan jumlah masih sama di periode 2017/2018. Sedangkan kenaikan jumlah anggota tidak signifikan, yaitu hanya menjadi 29 anggota di periode 2018/2019²¹.

Fenomena dalam penelitian ini adalah adanya riset terdahulu yang meneliti tentang pemberian program pelatihan untuk pengembangan suatu organisasi. Dengan adanya hasil penelitian terdahulu yang masih perlu penelitian lebih lanjut agar dapat menemukan berbagai cara lain untuk mengevaluasi dampak dari pelatihan, serta adanya riset gap dari LPJ LPM SA yang menunjukkan adanya kemunduran dan inkonsistensi pengembangan organisasi karena masih adanya permasalahan yang sama serta jumlah anggota yang relatif stagnan di periode selanjutnya, maka penelitian dengan topik ini perlu untuk dilakukan. Selain itu LPM SA belum menemukan keefektifan program dan penyelesaian masalah organisasi yang berhasil dalam pengembangannya. Peneliti juga tertarik melakukan penelitian untuk membuktikan tulisan Arismunandar terkait atas contoh (*Koran Salemba – pen*) terkait “mahasiswa abadi” yang membawa sukses di eranya, dengan melakukan penelitian kembali di LPM SA pada era ini. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah

dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut: Bagaimana pelaksanaan pelatihan dan pengembangan jurnalis pada LPM SA?

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan LPM SA dalam tiga periode terakhir jika dibandingkan dengan LPM SA sepuluh tahun ke belakang. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan pelatihan dan pengembangan jurnalis LPM SA pada periode 2016-2017, periode 2017-2018, dan periode 2018-2019.

Penelitian ini merupakan riset yang memberi kontribusi bagi LPM SA supaya dapat mengetahui kendala dan permasalahan yang menghambat pengembangan organisasinya, sehingga melalui riset ini LPM SA akan mendapat cara penanganan yang tepat terkait pelatihan dan pengembangan yang cocok untuk jurnalis LPM SA bagi suksesnya pengembangan organisasi di masa mendatang.

KAJIAN PUSTAKA

Pelatihan dan Pengembangan Organisasi

Dalam melakukan program pengembangan, penting bagi organisasi untuk mengidentifikasi hal-hal yang dibutuhkan dalam pelatihan. Sebelum mempertimbangkan identifikasi kebutuhan, organisasi perlu mampu membedakan kebutuhan pembelajaran dan pelatihan. Kebutuhan belajar muncul ketika seseorang atau kelompok diminta melakukan sesuatu atau dengan cara berbeda, dapat terjadi sepanjang waktu di seluruh lingkungan kerja, dan dapat dipenuhi secara informal. Sedangkan kebutuhan pelatihan hanya muncul ketika kebutuhan belajar tidak dapat dipenuhi dalam proses normal sehari-hari atau ketika kebutuhan belajar menimbulkan risiko atau biaya terlalu tinggi dan memakan waktu (Wilson, 2005). Pelatihan dan pengembangan merupakan upaya meningkatkan kinerja untuk menyesuaikan tugas dengan keahlian dan kemampuan setiap anggotanya dalam mencapai tujuan organisasi (Linarwati *et al.*, 2016).

Pelatihan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas melalui proses mengajar anggota baru atas apa yang diperlukan dalam menjalankan kinerjanya (Soepandi, 2020). Hal ini merupakan upaya suatu organisasi untuk menjadikan anggotanya memiliki komitmen organisasi dan kepuasan kerja, sehingga menjadi lebih baik dan produktif. Hal ini perlu diperhatikan dengan hati-hati, serta dapat dikaitkan dengan sasaran dan tujuan organisasi. Pelatihan adalah prosedur formal yang digunakan organisasi untuk memberikan fasilitas pembelajaran sehingga perilaku yang dihasilkan dapat menjadi kontribusi pada

pencapaian tujuan dan sasaran organisasi (Levy, 2009). Menurut Surbhi (2019), pelatihan dan pengembangan berbeda. Pelatihan adalah pertimbangan tentang tujuan tertentu, misalkan penggunaan program dan alat tertentu. Dalam pengembangan, tujuan yang dicapai lebih luas dan terbuka, seperti beragam jenis keterampilan dan pengalaman yang dibutuhkan dalam organisasi. Pelatihan difokuskan pada sekelompok individu dan apa yang dapat dilakukan untuk memenuhi tantangan saat ini di suatu organisasi, sedangkan pengembangan berfokus pada individu, inisiatif yang diambil membutuhkan jangka waktu yang lama dalam mencapai tujuan profesional.

Metode Pelatihan dalam Pengembangan Organisasi

Metode dalam pelatihan akan memberi pengaruh signifikan terhadap kinerja pelatihan (Chao *et al.*, 2017). Terdapat berbagai macam metode pelatihan yang dapat direpresentasikan melalui pendekatan. Levy (2009) mengemukakan tiga pendekatan yang dapat digunakan, yaitu pendekatan tradisional, pendekatan berbasis teknologi, dan beberapa teknik yang digunakan secara spesifik untuk pengembangan organisasi. Berikut pemaparan tiga pendekatan yang dikemukakan oleh Levy (2009):

1. Pendekatan Tradisional

Salah satu metode yang paling awal dan mapan digunakan adalah mengajar atau penggunaan ceramah. Selain ekonomis, metode ini juga efektif karena dapat dilakukan pada satu waktu, tergantung pada tujuannya. Namun, metode ini tidak begitu efektif dalam hal keterampilan pemecahan masalah. Metode ini pun kurang dalam prinsip-prinsip pembelajaran dengan menerapkan praktik aktif, pembelajaran berlebihan, dan umpan balik. Adapun teknik pelatihan yang paling banyak digunakan organisasi yaitu *On-the Job Training* (OJT). Metode ini banyak digunakan dengan menjadikan atasan atau senior organisasi sebagai pelatih bagi sumber daya manusianya (Djudi & Prasetya, 2018). Metode ini merupakan pembelajaran dengan cara mengamati suatu pekerjaan terhadap orang lebih berpengalaman. Pelatihan ini dilakukan sebagai suatu bentuk pendidikan secara keseluruhan yang berkelanjutan, dan sebagai penambahan sumber daya manusia (Roshchin & Travkin, 2017). Berbicara dan berhadapan langsung dengan hal yang berkaitan dengan deskripsi pekerjaan merupakan elemen penting dalam metode ini. Dengan metode pelatihan semacam ini, kesuksesan juga sangat bergantung pada keterampilan dan cara pelatih memotivasi. Marjaya & Pasaribu (2019) mengatakan bahwa, motivasi yang diberikan seorang pimpinan dapat membuat anggotanya

merasa dihargai. Maka dari itu, kelemahan dari metode ini adalah adanya ketergantungan pada pelatih. Penting bagi organisasi untuk memiliki seorang pelatih yang mampu melihat seberapa jauh peserta didiknya mengerti apa yang sudah diajarkan (Harsono, 2010). Pemilihan seseorang yang tepat untuk menjadi guru dan pemberi pengajaran yang tepat sebagai pelatih akan menghasilkan kecocokan dengan peserta pelatihan. Berdasarkan potensi kerja sama yang baik, maka program pelatihan akan berjalan sukses.

Selanjutnya metode *Self-Directed Techniques* merupakan program pelatihan mandiri dengan teknik yang memungkinkan peserta pelatihan dapat bekerja dengan kecepatan mereka sendiri dalam memperbaiki kelemahan yang teridentifikasi. Pelatihan ini dilakukan sambil memberi penghargaan dan motivasi. Peserta akan diberi tiga langkah instruksi terprogram. *Pertama*, menyajikan materi yang dipecah menjadi elemen-elemen sederhana. *Kedua*, elemen-elemen disusun dalam urutan yang logis, dari sederhana menjadi kompleks. *Ketiga*, tes singkat. Mulyana *et al.* (2009) menjelaskan bahwa, tes dapat diberikan seminggu sebelum pelatihan sebagai tes awal, dan sebulan setelah pelaksanaan pelatihan sebagai tes akhir. Tes diberikan untuk melihat penguasaan materi oleh peserta didik ke dalam beberapa tingkat kriteria. Untuk mempermudah transfer keterampilan oleh peserta pelatihan dalam kehidupan nyata, maka metode simulator kerja merupakan metode yang dapat dirancang serealistis mungkin. Simulator dirancang untuk melatih individu di dalam hal terkait prosedur, keterampilan motorik, tugas konseptual, identifikasi bahaya, dan koordinasi upaya tim. Salinding (2011) mengemukakan, adanya metode simulator membuat anggota menjadi partisipatif-aktif dalam mengikuti pelaksanaan pelatihan. Namun dalam metode simulator, seringkali akan memakan banyak biaya dalam praktiknya.

2. Pendekatan Berbasis Teknologi

Dalam penyampaian pendekatan kontemporer, pertama, metode yang dapat digunakan adalah teknik audiovisual. Metode pelatihan ini melibatkan multimedia seperti video, *slide*, dan perangkat lunak lainnya. Teknik ini dianggap lebih efektif dibanding metode tradisional karena menarik dan fleksibel. Selain memasukkan multimedia, pelatihan juga menggunakan internet. Riskiawan *et al.* (2016) mengemukakan, penggunaan multimedia membuat materi dapat lebih lengkap dengan pemanfaatan internet, sehingga lebih menarik dan berkualitas.

Penggunaan internet ini adalah sebagai dasar metode pembelajaran jarak jauh. Materi disampaikan menggunakan sarana elektronik kepada orang-orang di berbagai tempat. Metode ini dinilai paling efisien, meningkatkan tanggungjawab pribadi peserta pelatihan, dan hemat biaya. Selanjutnya metode *e-learning*. Metode pelatihan ini merupakan pelatihan berbasis web dengan memanfaatkan *browser* internet, sehingga siapapun dan dimanapun dapat memilah, membaca, dan bekerja sesuai informasi yang tersedia. Menurut Aminoto & Pathoni (2008), *e-learning* merupakan pembelajaran yang mengarah ke cara virtual menggunakan perangkat elektronik dan harus terhubung dengan teknologi internet. Seperti metode pelatihan jarak jauh, metode ini juga menyediakan program pelatihan yang fleksibel dan ramah pengguna.

3. Pendekatan Berbasis Pengembangan

Kepemimpinan akan menjadi faktor penting sebagai pengarah, terkhusus di masa yang serba terbuka seperti saat ini agar mampu memberdayakan anggotanya dengan tepat (Munparidi, 2012). Pendekatan ini menggunakan teknik yang secara khusus untuk pengembangan dan pelatihan keterampilan kepemimpinan. Bentuk yang pertama adalah sosialisasi organisasi, yaitu proses dimana individu memperoleh sikap, perilaku, dan pengetahuan yang diperlukan dalam partisipasinya sebagai anggota organisasi. Selanjutnya metode pembinaan. Pembinaan dapat membantu memperkuat dan meningkatkan kemampuan anggota untuk dapat secara mandiri terus berkembang (Hendriani & Nulhaqim, 2008). Hal ini merupakan proses kolaboratif dimana seseorang memberikan panduan terkait kinerja. Selanjutnya metode pemodelan perilaku. Ini merupakan teknik yang digunakan untuk meningkatkan keterampilan interpersonal. Metode ini misalnya dilakukan dengan memberikan modul pembelajaran dengan topik yang telah difokuskan dalam waktu tertentu dengan melakukan observasi untuk mempelajari suatu perilaku sosial. Menurut Rahadi (2006), dalam kaitan jurnalistik, modul dasar diperlukan agar peserta didik dapat mengetahui teori jurnalistik, sehingga siap untuk terjun menjadi wartawan pemula. Teknik yang cukup mirip juga ditunjukkan oleh metode simulasi melalui pendekatan studi kasus. Simulasi atau permainan manajemen (pemodelan organisasi) ini dibuat menjadi kompetitif, dimana manajen diorganisir ke dalam tim, lalu tim dapat mengembangkan ide, prosedur, dan solusi dengan cara mereka sendiri. Metode

simulasi menggunakan situasi tiruan agar dapat memahami suatu keterampilan, konsep, prinsip, yang merupakan visualisasi perilaku sebuah system pada kurun waktu tertentu. Simulasi memungkinkan adanya keputusan untuk menentukan ciri yang dapat dimodifikasi secara nyata (Ikhwan, 2017). Saat keputusan sudah dibuat, selanjutnya diberikan pada pelatih untuk mendapat umpan balik, sehingga membuat perubahan lingkungan atas keputusan tersebut. Keefektifan simulasi bergantung pada seberapa baik dan realistis permainan manajemen tersebut.

Pelatihan dan Pengembangan Jurnalistik

Pada tahun 1986-1989, beberapa forum pendidikan dan pelatihan jurnalistik mulai banyak dianut beberapa perguruan tinggi. Setelah bubarnya IPMI di tahun 1982, aktivitas penerbitan mahasiswa tidak lagi hanya menulis, namun juga sebagai organisasi pergerakan. Salah satu format baru yang dibentuk adalah berupa pelatihan dan pendidikan jurnalistik. Pendidikan dan pelatihan jurnalistik yang beragam memiliki tujuan untuk memenuhi standar kompetensi sebagai seorang jurnalis (Muhammad, 2018). Pelatihan juga merupakan bentuk aksi kesadaran atas kemampuan pers mahasiswa (Aufi, 2017). Pelatihan jurnalistik perlu diberikan kepada para jurnalis baru supaya kapasitas yang dimiliki dapat meningkat. Hal ini juga dapat memberi pemahaman pada jurnalis akan pola kerja seorang jurnalis mulai dari pencarian data, pengumpulan informasi, yang didasari oleh fakta dan bukan opini. Jurnalisme di era teknologi informasi dan komunikasi membuat suatu perubahan pada bentuk berita dari teks menjadi bentuk *multimedia* (Hadi, 2009). Menurut Pratopo & Kusajibrata (2018), internet dan teknologi digital akan sampai pada titik media dan redaksi. Kemampuan wartawan dituntut untuk dapat menyampaikan informasi di berbagai *platform* media, ini tergantung pada aplikasi teknologi informasi dan komunikasi yang digunakan, begitu juga dengan pelatihan yang berbasis teknologi.

Selanjutnya terkait pengembangan. Pengembangan jurnalistik merupakan peningkatan kemampuan terkhusus oleh para jurnalis lama yang telah melakukan pelatihan sebelumnya dalam memahami informasi publik sesuai etika jurnalistik. Untuk menjadi jurnalis yang kompeten dan profesional, maka perlu dilakukan ujian kompetensi atau sertifikasi jurnalis sesuai dengan Uji Kompetensi Jurnalis (UKJ) yang telah diatur dalam Peraturan Dewan Pers²². Dengan begitu, maka peningkatan pelatihan dan pengembangan jurnalistik dapat diketahui (Irzal, Saerang, & Jopie, 2017). Harsono (2010) menjelaskan dalam bukunya, bahwa untuk mendesain program pelatihan wartawan mahasiswa,

²² Peraturan Dewan Pers nomor1/peraturan-DP/II/2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan

kategori materi yang diajarkan meliputi empat hal, yaitu: 1) reportase; 2) penulisan, 3) laku wartawan; 4) dinamika ruang redaksi.

Schiffirin & Beherman (2011) mengemukakan beberapa rekomendasi perencanaan program pelatihan jurnalistik bagi suatu organisasi. Pertama, program pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan jurnalis yang dilatih. Tahap ini membutuhkan kepekaan atas kendala dan tantangan khusus yang dihadapi jurnalis. Adapun dalam merancang program pelatihan, perlu untuk mengetahui kompetensi apa saja yang dibutuhkan peserta didiknya. Harsono (2010) juga mengemukakan empat kompetensi yang diperlukan wartawan: 1) Kompetensi profesional; 2) Kompetensi transfer; 3) Kompetensi teknis; 4) Kompetensi tingkat lanjut. *Kedua*, dalam praktiknya, jurnalisisme etis harus diperkuat serta menghormati independensi editorial. Menurut Widodo (2010), era digital dan penggunaan internet membuat kredibilitas dan idealisme jurnalisisme menurun tanpa adanya jurnalisisme etis. *Ketiga*, pelatihan harus dilakukan oleh organisasi itu sendiri lewat divisi pengembangan, bukan pihak-pihak lain yang ingin meningkatkan kesadaran untuk tujuan khusus mereka. Media pelatihan dan pengembangan organisasi lokal harus dilibatkan, hal ini supaya pelatihan tidak dilakukan orang lain secara terpisah. *Keempat*, memberikan tugas menulis harian agar jurnalis memahami bagaimana mengintegrasikan topik yang baru dipelajari ke dalam reportase harian mereka. *Kelima*, editor mengedit tugas menulis dengan cepat sehingga jurnalis dapat menerima umpan balik dan dapat segera belajar meningkatkan pelaporan penulisan dalam pelatihan penulisan. Mengingat kendala waktu yang dihadapi jurnalis, mungkin jurnalis akan mengalami kesulitan dalam masalah waktu. Namun, pelatihan yang lebih lama akan lebih baik daripada pelatihan yang sebentar saja. *Keenam*, memberikan pelatihan lanjut untuk memperkuat pelajaran dan prinsip yang dipelajari, hal ini dapat memotivasi jurnalis untuk mengikuti pelatihan yang lebih serius. *Ketujuh*, memberi beasiswa untuk mengirimkan jurnalis belajar di program-program jurnalisisme terkemuka. Jurnalis setelah itu harus kembali ke asalnya setelah menyelesaikan pelatihannya di luar. Umumnya beasiswa bagi wartawan yang diberikan oleh Amerika Serikat (AS) akan berfokus pada *human development* (Harsono, 2010).

Menurut penelitian Anwar & Sholah (2020), evaluasi program pelatihan jurnalistik dapat menunjukkan adanya pengetahuan yang memicu dan memotivasi penulisan di media. Selanjutnya dalam perbaikan dan evaluasi pelatihan jurnalistik, dipaparkan Schiffirin dalam lanjutan rekomendasi sebagai berikut: Organisasi harus merencanakan pelatihan sejak awal, termasuk dalam merancang anggaran, mencari evaluator sejak dini, dan sebelum

pelatihan dilakukan, perlu untuk meminta jurnalis menuliskan artikel sebagai syarat pengumpulan saat mendaftar pelatihan. Sebelum itu, calon anggota pengumpulan data dasar para jurnalis sejak dini. Hal ini mencakup informasi dari jurnalis tentang tingkat pendidikannya dan pelatihan lain yang pernah diikuti. Di dalam evaluasi ini, jurnalis harus partisipatif dalam mengisi survei tentang kegiatan jurnalistik yang sudah dilakukan setelah mengikuti pelatihan. Setelah melakukan pelatihan, maka perlu melakukan wawancara kembali pada jurnalis yang dilatih atas dampak pelatihan terhadap kinerja mereka, sehingga dapat mengetahui dampak sebelum dan sesudah pelatihan untuk dapat membantu identifikasi aspek-aspek khusus dari program pelatihan yang perlu diperkuat.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Peran Pelatihan dan Pengembangan Organisasi

Dalam suatu organisasi, penting untuk memperhatikan apa saja peran penting pelatihan dan pengembangan, serta efisiensi organisasi yang ditunjukkan. Menurut Levy (2009), terdapat beberapa faktor penting yang menunjukkan peranan pelatihan dan pengembangan dalam organisasi. Faktor-faktor tersebut yaitu:

Tabel 1: Faktor-Faktor Peranan Penting Pelatihan dan Pengembangan pada Organisasi

No	Faktor-Faktor
1	<i>Assessing Training Needs</i> (Menilai Kebutuhan Pelatihan) <i>Organizational Analysis</i> (Analisis Organisasi) <i>Task Analysis</i> (Analisis Tugas) <i>Person Analysis Demographic Analysis</i> (Analisis Orang dan Demografi)
2	<i>Learning Context</i> (Konteks Pembelajaran) <i>Instructional Design</i> (Desain Instruksional) <i>Principles of Learning</i> (Prinsip-Prinsip Pembelajaran) <i>Individual Differences in Trainees</i> (Perbedaan Individu dan Trinee) <i>Characteristics of the Trainer Transfer of Training</i> (Karakteristik Transfer Pelatih dalam Pelatihan)
3	<i>Training Delivery</i> (Penyampaian Pelatihan) <i>Traditional Approaches</i> (Pendekatan Tradisional) <i>Technology-Based Approaches</i> (Teknologi–Pendekatan Berbasis Teknologi) <i>Development-Based Approaches</i> (Pengembangan–Berbasis Pendekatan)
4	<i>Training and Issues Related to Diversity</i> (Pelatihan dan Masalah yang Terkait dengan Keragaman) <i>Sexual Harassment Training Workplace</i> (Pelecehan Seksual di Tempat Pelatihan) <i>Diversity Management and Training</i> (Keragaman Manajemen dan Pelatihan)
5	<i>Training Evaluation</i> (Evaluasi Pelatihan)

Levy (2009)

METODA

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif model *pospositivisme* dengan meninjau tujuannya sebagai penelitian terapan, yang bermaksud untuk memahami suatu permasalahan sebagai tujuan praktis dalam pengembangan pemecahan masalah. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksploratif deskriptif dengan memerhatikan penggambaran proses dan situasi yang dialami dari waktu ke waktu, dokumentasi program yang sistematis, analisis induktif, dan pendeskripsian suatu perilaku dalam konteks menyeluruh. Dalam tataran lanjut, penelitian ini merupakan penelitian evaluasi formatif, karena program objek peneliti masih berjalan, dan penelitian bertujuan untuk pengembangan pelaksanaan dan perbaikan agar peneliti dapat menemukan pengembangan saran untuk pengembangan selanjutnya (Nugrahani, 2014).

Penelitian ini menggunakan pendekatan model kritik holistik yang memandang program objek peneliti dari berbagai perspektif latar belakang, kondisi objektif, dan hasil dari peristiwa yang sedang dievaluasi. Selain itu, penulis juga menggunakan pendekatan model *Context*, unit *Input*, unit *Process*, dan unit *Product* (CIPP). Menurut Nugrahani (2014) dalam bukunya, empat unit dalam CIPP merupakan kesatuan yang dapat digunakan sebagai penentu keberhasilan pelaksanaan program dengan terbangunnya keutuhan kualitas dan

makna menyeluruh, sehingga penelitian dengan model CIPP dapat menghasilkan saran yang bermanfaat bagi perbaikan dan pengembangan program. Penelitian ini bertujuan untuk memahami suatu budaya organisasi, untuk itu strategi penelitian yang digunakan adalah dengan penelitian lapangan: Studi kasus jenis etnografi. Strategi ini digunakan guna memahami organisasi beserta programnya, baik secara individu maupun kelompok secara mendalam dalam susunan deskripsi yang sistematis.

Pengumpulan data primer penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara dari beberapa pihak yang terkait di LPM *Scientiarum*. Dalam melakukan wawancara, peneliti akan mengutip langsung narasumber dalam memaparkan sikap, pengalaman, dan keyakinan terkait LPM SA. Adapun informan merupakan pimpinan-pimpinan LPM SA yang memiliki pengalaman berorganisasi dan pengetahuan terkait LPM SA yang sedang diteliti:

1. Satria Anandita, Pemimpin Redaksi LPM *Scientiarum* periode 2007/2008
2. Robertus Adi Nugroho, Pemimpin Umum LPM *Scientiarum* periode 2016/2017
3. Arya Adikristiya Nonoputra, Kepala Penelitian dan Pengembangan periode 2016/2017
4. Axel Priya Mahardika, Pemimpin Umum LPM *Scientiarum* periode 2017/2018
5. Delaneira Timothea Sasti, Pemimpin Umum LPM *Scientiarum* periode 2018/2019

Peneliti juga menggunakan data sekunder dengan melakukan studi dokumen terkait pengembangan *Scientiarum*. Dokumen-dokumen tersebut berupa Laporan Pertanggungjawaban Akhir (LPJ Akhir) dan data yang diambil dari Rapat Evaluasi (Raev) Senat Mahasiswa Universitas (SMU) UKSW berupa olah data *file* presentasi. Adapun dokumen yang dipelajari adalah dokumen pada priode 2016/2017, 2017/2018, dan 2018/2019. Memungkinkan bagi peneliti mengumpulkan data tertulis di luar dokumen, seperti hasil rekaman, surat-menyurat, dan kasus sejarah. Selanjutnya penelitian ini akan dilakukan wawancara, pencatatan, serta perekaman berdasarkan faktor-faktor yang dijelaskan oleh Levy (2009). Adapun kemungkinan wawancara dilakukan melalui faktor-faktor lain di luar itu, dengan sifat situasional dan pembaruan pada program dan kegiatan LPM SA.

Selanjutnya dalam melakukan analisis data, penulis akan mereduksi data untuk kemudian dilakukan penyajian data, dan menarik kesimpulan. Proses reduksi data adalah dengan memilih pusat perhatian yang akan disederhanakan melakukan abstrak dan transformasi data dasar dari catatan tertulis lapangan, dengan dilakukan selama penelitian

berlangsung. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi data, meringkas dan menguraikan data, serta menggolongkan data menjadi pola yang lebih luas. Dalam melakukan penyajian data, data disusun menjadi teks naratif, matriks, atau tabel, yang dapat memudahkan penggabungan informasi untuk menarik kesimpulan. Kemudian pada penarikan kesimpulan, peneliti akan melakukan pemikiran dan tinjauan ulang untuk selanjutnya menjadi pengembangan kesepakatan intersubjektif dengan uapaya-upaya yang luas dengan seperangkat data yang lain (Agusta, 2003).

PEMBAHASAN

Lembaga Pers Mahasiswa *Scientiarum*

LPM *Scientiarum* (SA) merupakan lembaga pers mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana sejak 1998 yang dalam penerbitannya dikelola penuh oleh mahasiswa. *Scientiarum* secara etimologis memiliki arti persekutuan ilmiah. Dalam konteksnya, LPM SA menerapkan pembelajaran kritis prinsipil. Konsep ini merupakan ilham Ketua Badan Perwakilan Mahasiswa Universitas (BPMU) , periode 1998-1999, Izak Lattu, yang digagas dalam lanskap Era Reformasi. Dalam Visi UKSW ke-empat tentang menjadi radar dalam situasi perubahan, serta misi UKSW ke-tiga untuk mendorong dan mengembangkan pemikiran kritis-prinsipil, dengan ini LPM SA dapat turut mewujudkannya dalam bentuk media bagi mahasiswa melalui tulisan dengan pemikiran kritis dari isu-isu dan permasalahan aktual-faktual (Lattu, 2013).

LPM *Scientiarum* dibawah Pemimpin Umum (PU) terdiri dari tiga divisi, yaitu Divisi Redaksi, Divisi Penelitian dan Pengembangan (Litbang), dan Divisi Bisnis. Dalam garis besarnya, kegiatan LPM SA meliputi peliputan, pengkajian kritis-prinsipil, wartawan seputar UKSW dan Salatiga, mewadahi ruang diskusi publik yang bebas dan bertanggungjawab, dan menyelenggarakan kegiatan penelitian kepentingan publik. Dalam menyajikan produk-produknya, *Scientiarum* menggunakan portal berita dalam bentuk *website: scientiarum.com*, dan produk Majalah *Scientiarum*. Adapun dalam relasi yang dijalin, LPM SA berjejaring dengan Dewan Pers, Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI), PPMI Dewan Kota Semarang, Perkumpulan Pers Mahasiswa Se-UKSW, Forum Pers Mahasiswa Salatiga, Serikat Jurnalis Untuk Keberagaman (SEJUK), alumni *Scientiarum*, serta alumni UKSW yang berkarir di jurnalistik²³.

Pelatihan dan Pengembangan LPM *Scientiarum*

²³ Tulisan dalam *website:scientiarum.com* kolom "Tentang Kami". Diakses pada 17 Oktober 2020.
<http://scientiarum.com/tentang/>

Menurut proposal program LPM SA tiga periode yang diteliti, dilaksanakan dua kali program pelatihan untuk anggota baru di awal periode. Pelatihan pertama merupakan pelatihan jurnalistik dasar. Dalam pelatihan jurnalistik dasar, anggota baru SA akan mempelajari tentang dasar-dasar jurnalistik, teknik menulis berita *straight news*, nilai-nilai berita, dan etika jurnalistik. Selanjutnya dalam pelatihan jurnalistik lanjut, anggota SA selanjutnya akan lebih dalam mempelajari ilmu jurnalistik, dan dikategorikan menjadi lebih spesifik. Pelatihan lanjut di LPM SA bersifat non-terstruktur, dan semakin dikerucutkan pada ketertarikan tiap anggotanya untuk dipelajari, serta telah memiliki redaktornya masing-masing.

Penelitian ini akan meneliti pengembangan program pelatihan LPM SA dalam tiga periode terakhir, untuk itu riset penulis berupa program organisasi pada periode 2016-2017, periode 2017-2018, dan periode 2018-2019. LPM SA memiliki dua jenis program kerja, yaitu program terstruktur dan program tidak terstruktur. Program-program LPM SA yaitu, penerbitan berita di *website: scientiarum.com*, penerbitan Majalah *Scientiarum*, malam keakraban (Makrab), pelatihan jurnalistik (jurnalistik dasar dan jurnalistik lanjut), rapat (rapat redaksi, rapat pimpinan, rapat pleno, rapat evaluasi), dan program-program non-terstruktur lainnya berupa kegiatan yang sebelumnya tidak ada dalam Rapat Koordinasi (Rakoor) bersama SMU seperti pendelegasian wartawan *Scientiarum* pada suatu acara kegiatan. Secara keseluruhan, detail program-program tiap periode dipaparkan dalam tabel berikut:

Tabel 2: Program LPM SA

Periode	Program Terstruktur	Program Non-Terstruktur
2016-2017	Rapat (Redaksi, Pimpinan, Pleno, Evaluasi)	Pelatihan Jurnalistik Dasar
	Penerbitan <i>Website Scientiarum</i>	Pelatihan Jurnalistik Lanjut
	Penerbitan Majalah <i>Scientiarum</i>	Makrab
2017-2018	Rapat (Redaksi, Pimpinan, Pleno, Evaluasi)	Makrab
	Penerbitan Website <i>Scientiarum</i>	Pelatihan Jurnalistik Dasar
	Penerbitan Majalah <i>Scientiarum</i>	Pelatihan Jurnalistik Lanjut
2018-2019	Rapat (Redaksi, Pimpinan, Pleno, Evaluasi)	
	Penerbitan Website <i>Scientiarum</i>	

Penerbitan Majalah Scientiarum

Makrab

Pelatihan Jurnalistik Dasar

Pelatihan Jurnalistik Lanjut

Data sekunder diolah, (2020)²⁴

Dari tabel di atas ditunjukkan bahwa, program pelatihan tidak selalu non-terstruktur. Pada periode 2018/2019 program pelatihan ditempatkan pada program terstruktur.

Faktor-Faktor Peranan Penting Pelatihan dan Pengembangan pada Organisasi

Analisis Organisasi

LPM *Scientiarum* dalam perannya menjadi suatu organisasi mahasiswa dari masa ke masa percaya bahwa, memiliki hubungan kerja antar sesama anggota dan antar posisi akan lebih kuat dalam meningkatkan produktivitas. Adanya komunikasi yang erat menjadi sarana penyaluran visi dan misi SA yang efektif. Hal ini menciptakan pengertian bersama tentang target dan tujuan organisasi. Selain itu, dengan adanya kedekatan, maka akan diketahui pelatihan apa yang dibutuhkan pada setiap anggota, apa yang dibutuhkan anggota dalam proses belajarnya. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum SA periode 2017/2018,

“Saat periode saya, anggota memiliki mutual interest, akhirnya bisa jalan. Mutual ini antara saya dan anggota, dan anggota dengan anggota lain. Komunikasi tidak hanya dijalin erat secara formal namun juga di luar organisasi. Saya bisa mengetahui dengan komunikasi yang erat. Sebagai PU saya berkomunikasi dengan junior SA secara umum, namun senior SA lainnya berfokus pada delegasi sesuai divisinya, sehingga bisa lebih tahu pelatihan apa yang dibutuhkan.”

Scientiarum tentu juga mempertimbangkan budaya organisasi. *Scientiarum* dari dahulu hingga sekarang sangat kental dengan budaya yang santai, fleksibel, bebas dari segala aturan dan hal-hal lain yang bersifat formal dan birokratis. Setiap anggota bebas-merdeka berkreasi dan menuangkan ide-ide kreatifnya ke dalam suatu produk jurnalistik. Namun disamping itu secara paham organisasi, LPM SA tetap memahami aturan-aturan yang ada. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan periode 2016/2017,

Selama empat periode di SA, budaya kita memang santai dan fleksibel, hanya saja tetap ada hal yang terorganisir. Dulu saat pertama masuk awal jadi wartawan baru, sempat diajak rapat membahas ADRT, Juklak, juklis, semua sudah diatur. Memberitahu visi misi SA itu apa, slogannya apa,

²⁴ Data sekunder: LPJ Akhir SA (periode 2016-2017, periode 2017-2018, periode 2018-2019)

yang fleksibel sebenarnya saat kita pelaksanaan teknis, di aturan kan sudah ada, namun kadang pelaksanaannya saja yang fleksibel.”

Selain itu, perlu bagi suatu organisasi melakukan kaderisasi untuk kelanjutan LPM SA di masa mendatang. Hal ini tentu saja dilakukan oleh senior kepada juniornya. Kaderisasi menjadi budaya yang diterapkan di LPM SA, pemimpin selanjutnya harus sudah dipersiapkan dengan tepat untuk melanjutkan periode. Dalam hal ini, senior SA yang akan berperan dalam memilih calon pemimpin tersebut. Setelah PU memilih calon PU di periode mendatang, lalu hasil dilemparkan kembali ke forum sebagai persetujuan bersama. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2014/2015,

“Harus memikirkan junior mana yang paling tepat untuk didelegasikan, ini juga diterapkan di SA, siapa Pemred dan PU yang ditarget, sesuai penilaian dan performa selama satu periode memang mereka lebih konsisten dan memberi progres. Dari asumsi tersebut maka dipilih mana yang tepat.”

Namun, budaya kaderisasi di LPM SA tidak selalu berjalan sukses tiap periodenya. Padahal, kelanjutan periode LPM SA ada di tangan senior SA yang melanjutkannya. Butuh kesiapan senior yang matang untuk dapat memimpin juniornya kelak. Situasi yang sulit, lulusnya anggota SA lama, dan kian banyaknya anggota baru dengan latar belakang yang baru pula, membuat penyesuaian atas budaya yang ada semakin sulit. Dalam persoalan ini, periode 2018/2019 mengalami masa penyesuaian yang lebih sulit, proses mentoring yang belum maksimal dari periode sebelumnya juga membuat periode ini kurang siap. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2018/2019,

“Dari senior sebelumnya, mungkin hanya dekat dengan saya dan pemred saya, jadi yang terpegang hanya itu. Saat itu juga sebetulnya tidak ada yang mau jadi ketua. Mau tidak mau.”

Dalam pelaksanaan pelatihan, LPM SA juga pernah mendatangkan wartawan media sebagai pelatih profesional. Meskipun demikian, implementasi peserta pelatihan tidak begitu terlihat dalam produk jurnalistik yang dihasilkan. Hal ini sesuai ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2016/2017,

“Saya pernah mendatangkan pelatih dari luar, wartawan media, untuk pelatihan jurnalistik dasar. Karena pelaksanaan sehari saja, anak SA bisa dapat ilmunya, tapi tidak begitu banyak. Mereka lebih banyak belajar di lapangan langsung.”

Namun melihat budaya SA yang santai dan bebas-merdeka, maka pelatihan dan pengembangan yang formal dalam kelas-kelas menjadi minim fungsi. Dalam hal ini, komunikasi dan pengajaran langsung (*mentoring*) antar anggota senior yang lebih handal dan juniornya sudah cukup untuk melakukan *transfer knowledge*, baik dari segi teknis penulisan jurnalistik, hingga gaya, kiblat, dan pedoman yang diyakini *Scientiarum*. Dengan

cara-cara ini, junior SA sudah cukup terlatih tanpa harus mendatangkan pelatih dari luar dengan kemasam pengajaran yang formal. Semakin intens senior dan junior berkomunikasi, maka semakin efektif pula penyaluran ilmu tersebut bekerja. Hal ini sesuai dengan dengan ungkapan Pemimpin Umum SA periode 2017/2018,

“Sebenarnya hanya itu, semakin transfer knowledge senior ke junior meningkat semakin efektif. Mendatangkan pelatih di periode saya tergantung. Saya belum pernah mendatangkan pelatih formal sejauh ini.”

Selain itu, gagalnya menghadirkan wartawan sebagai pelatih profesional seringkali terjadi dikarenakan jadwal wartawan yang padat dan tidak cocok dengan jadwal pelatihan LPM SA. Ketidakcocokan jadwal ini bahkan terjadi hingga periode berakhir, dan akhirnya tidak dapat direalisasikan. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan Scientiarum periode 2016/2017,

“Saya pernah melobi dosen alumni FE yang pernah menjadi wartawan di Belanda, selain itu pernah juga menjadi dosen di Fiskom. Namun jadwalnya tidak pernah cocok. Selain itu pernah juga alumni SA yang menjadi wartawan di Jakarta dan Medan, tapi yang Jakarta tidak mau dan memilih untuk sharing-sharing saja. Untuk yang Medan, ya jadwalnya tidak pernah cocok sampai periode SA berakhir.”

Namun sebetulnya LPM SA memungkinkan untuk belajar dengan akses mandiri tanpa menghadirkan pelatih, yaitu dengan mengikuti pelatihan-pelatihan jurnalistik yang diadakan pihak lain. Hanya seringkali tidak semua pelatih profesional bisa cocok dengan keadaan yang dibutuhkan LPM SA, bahkan anggota SA sudah cukup menguasai materi pelatihan tersebut. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan Scientiarum periode 2016/2017,

“Jadi ketika ada pelatihan jurnalistik, SA ikut. Pernah sekali FBS mendatangkan wartawan Kompas, kami ikut, tapi pada akhirnya SA sudah tahu materiya, akhirnya hanya menjadi guyub saja. Sebenarnya resource untuk mengakses materi-materi sudah banyak, ada SEJUK, ikut pelatihan undangan di luar kampus. Akhirnya kembali pada individu anggota SA yang sering berkesempatan ngobrol dengan beberapa wartawan. Nanti di rapat redaksi dirembug juga ilmu yang didapat, sifatnya hanya sharing. Pelatihan lanjut intensif, mendatangkan pelatih, tidak pernah di jaman saya.”

Pada realitas sehari-hari dalam penggarapan berita, junior dapat berlatih dengan melihat langsung seniornya bekerja. Hal ini sekaligus dapat menjadi media pembelajaran dengan cara bertanya langsung dalam proses pembuatan berita yang nyata. Pelatih profesional dari luar belum tahu keadaan LPM SA dan apa yang benar-benar dibutuhkan anggotanya, alhasil pelatihan yang sangat bagus sekalipun akhirnya tidak dapat memberi dampak yang signifikan, bahkan hanya memberi sedikit pengaruh saja. Selain itu, anggota

baru dan junior SA rata-rata adalah mahasiswa yang sama sekali belum pernah bergerak dalam jurnalisme. Meskipun belum terlalu membutuhkan pelatih profesional, ada harapan untuk dapat berhasil mendatangkan pelatih profesional. Hal ini supaya anggota SA dapat mengerti berbagai perspektif dan memperdalam lagi wawasan ilmu jurnalistik. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan *Scientiarum* periode 2016/2017,

Pertimbangan mengundang wartawan profesional itu karena perbedaan umur itu memberi perspektif, dan pengalaman itu memberi insight kedalam suatu peristiwa. Dalam mendatangkan wartawan profesional, bahkan masih di filter dulu, manakah wartawan handal yang jauh di atas anak SA. Tidak jarang ada juga yang masih dibawah SA. Akhirnya terplih beberapa nama yang cocok. Mereka bisa memahami kondisi dulu dan sekaraang, bergelut di pers lebih lama di dibanding SA, bisa memperkaya lah, seandainya insight bisa diperdalam.

Berbeda dengan senior SA yang sebenarnya lebih tahu karakteristik, kemampuan, hingga kelemahan anggota barunya, maka pelatihan yang dilakukan senior SA akan lebih efektif dan berpengaruh. Hal ini juga perlu didukung dengan konsistensi pembelajaran, dimana pelatih dari luar hanya bertemu satu sampai dua hari saja, sedangkan senior SA dapat melatih juniornya kapan saja, selama masih bersedia. Senior SA seringkali akan menanamkan nilai-nilai *Scientiarum* yang berjalan dari masa ke masa, dengan cara seperti mengobrol santai, *ngopi* bersama, hingga *nongkrong* di kantor SA saban hari. Namun demikian, proses pelatihan *mentoring* dalam budaya LPM SA yang santai dan fleksibel melalui keakraban anggotanya tidak dapat diterapkan pada periode 2018/2019, sehingga proses *mentoring* juga sulit dilakukan. Padahal sejauh ini, budaya akrab itulah yang menjadikan pelatihan di LPM SA berjalan efektif. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2018/2019,

"Kita nggak punya budaya ngumpul, ngobrol, dan menghasilkan sesuatu. Periode saya memang punya kegiatan di luar, atau belum terbentuk saja rutinitas itu. Padahal mentoring itu bagus, ada sense of belonging, tapi banyak yang pergi juga, tidak bertahan lama. Di periode saya senior SA juga masih butuh dilatih."

Dari fenomena yang terjadi pada tiga periode yang diteliti, jika dibandingkan dengan periode 2007/2008 tidak jauh berbeda. Pelatihan formal dengan mendatangkan pelatih tidak begitu memberikan dampak signifikan dalam hal teknis jurnalistik. Namun, pelatih profesional dapat meningkatkan semangat anggota LPM SA. Kehadiran pelatih profesional ini cukup memberi wawasan lebih bagi anggota. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Redaksi periode 2007/2008,

“Dulu undang Andreas Harsono, waktu itu bareng sama Imbas di Kampung Percik, karena memang sudah buat anggaran jadi bisa undang pelatih dari luar. Belum ada litbang waktu itu, jadi aku yang undang. Kalau untuk teori nggak begitu signifikan ya, tapi ada pelatih seperti ini bisa membakar semangat SA, jadi lebih semangat karena wawasan dari pelatih itu.”

Task Analysis (Analisis Tugas)

LPM SA bersama Pemimpin Umum, Bendahara, Sekretaris terdiri dan tiga divisi lain yaitu, Divisi Redaksi, Divisi Penelitian dan Pengembangan, serta Divisi Bisnis. Dalam keberlangsungannya, LPM SA didominasi dengan hasil kerja divisi redaksi. Divisi ini bertugas untuk mengasilkan produk berita, meliputi berita tulis, berita foto/video, ilustrasi, dan desain grafis. Sebagai pers mahasiswa yang hidup di era digital, maka multimedia menjadi sangat diperlukan. Di masa mendatang, media ada pada dunia digital. Kini pembaca sudah mengkonvergensi pola konsumsinya dari media konvensional menjadi media digital (Bramantya, Wasesa, & Purnamasari, 2017). Divisi redaksilah yang harus mampu menangani hal-hal multimedia ini. Berikut dipaparkan daftar jumlah garapan produk jurnalistik berupa macam rubrik yang telah diterbitkan di scientiarum.com pada tiga periode:

Tabel 4: Jumlah Produk Jurnalistik Terbitan Scientiarum.com

Rubrik	Periode		
	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Kampus	11	16	8
Salatiga	12	3	6
Nasional	0	1	0
Humaniora	0	5	2
Opini	3	3	5
Foto	2	1	1
Video	1	0	1
Resensi	1	1	1
Puisi	1	1	2
Cerpen	1	0	1
Wisata	2	0	1
Sosok	1	0	0
Media Partner	0	0	7
JUMLAH	35	31	35

Data sekunder diolah, (2020)²⁵

²⁵ Data diolah berdasarkan periode terbitan scientiarum.com. Diakses 7 November 2020/
<http://scientiarum.com/wp-admin/>

Menurut Andreas Harsono dalam rubrik kampus terbitan *Scientiarum.com*, pers mahasiswa di Indonesia masih ketinggalan jauh dengan pers mahasiswa di Amerika Serikat. Hal ini karena persma di AS dapat menerbitkan secara harian, sedangkan persma di sini, untuk penerbitan tiap bulan saja sudah sangat hebat (Anandita, 2008). Melihat produk jurnalistik yang dihasilkan LPM SA, secara keseluruhan ditunjukkan jumlah yang relatif stagnan, bahkan sempat mengalami penurunan dari periode 2016/2017 ke periode 2017/2018, yaitu 35 produk jurnalistik menjadi 31 produk jurnalistik. Ketiga periode memperlihatkan bahwa rubrik kampus menjadi produk jurnalistik yang paling tinggi dari rubrik lainnya. Dalam hal ini periode 2017/2018 menduduki jumlah tertinggi. Melihat judul-judul berita yang telah diterbitkan, hal ini ternyata dipengaruhi oleh adanya pemilihan rektor UKSW di periode tersebut, sehingga isu kampus menjadi sangat aktif untuk digarap para wartawan SA. Berikut bukti daftar judul berita yang didominasi isu pemilihan rektor (pilrek) UKSW di periode 2017/2018:

Tabel 5: Berita Terbitan *Scientiarum.com* Terkait Isu Pilrek

Judul Berita
Menyimak Kebijakan Pimpinan Baru UKSW
Usai Dies Natalis Ke-61, Pembina Angkat Rektor Baru
Neil Rupidara Dipastikan Tak Dilantik Pada Rapat Terbuka Senat
Pembina Yayasan Buka Suara Terkait Isu Pilrek
Drama Pilrek, Sampai Babak Mana?
Spanduk Ucapan Selamat Rektor Terpilih, Dari Siapa?

Sumber: *scientiarum.com*²⁶

Dominasi isu pilrek yang telah ditunjukkan pada *Tabel 5* membuktikan bahwa, isu-isu yang sedang meroket, banyak diperbincangkan, penting untuk diinformasikan, dan relevan dengan fenomena yang terjadi, khususnya di lingkungan kampus membuat wartawan SA terdorong untuk semakin aktif dan memiliki kemauan untuk ditugaskan meliput berita.

Kemudian rubrik Salatiga dari periode 2016/2017 selanjutnya mengalami penurunan, dari 12 berita menjadi tiga berita di periode 2017/2018. Meskipun ada sedikit kenaikan di periode 2018/2019 menjadi enam berita, namun jumlah tersebut masih setengah dari rubrik Salatiga periode 2016/2017. Hal ini menunjukkan, penugasan wartawan SA untuk meliput isu Salatiga masih kurang di periode 2017/2018, bahkan

²⁶ Sumber berita dipilih berdasarkan terbitan *scientiarum.com* periode 2017/2018

sangat minim di periode 2018/2019. Namun, kurangnya isu yang diangkat dalam peliputan disebabkan karena anggota baru ditugaskan juga dalam mencari isu. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan periode 2016/2017,

“Dulu ada kesalahan saat sistem anak magang. Ada beberapa yang ditugaskan meliput, tapi mereka juga disuruh untuk mencari berita, jadi setiap rapat redaksi harus bawa isu. Tapi itu kurang. Ketika ditugasi sebenarnya full tugas meliput saja, lalu penilaian. Lalu setelah lulus dari anak magang baru inisiatif cari berita.”

Melihat seluruh daftar rubrik produk jurnalistik garapan wartawan SA, periode 2018/2019 memperlihatkan tugas yang diberikan kepada wartawan SA lebih difokuskan pada liputan *media partner*, sehingga rubrik lainnya jarang dikerjakan. Dengan ini juga berarti banyak anggota SA yang masih kurang dalam kemampuan jurnalistik, karena banyak yang ditugaskan meliput acara kegiatan santai dibanding dengan meliput berita yang mengandung idealis kritis-prinsipil.

Hal ini juga bersamaan dengan banyaknya senior SA yang sudah lulus di periode 2018/2019, maka rubrik-rubrik lain yang seharusnya dapat dikerjakan oleh anggota SA yang lebih handal (senior SA) menjadi kurang dan tidak terisi. Imbasnya, periode 2017/2018 mengalami kewalahan dalam hal *mentoring*. Anggota lanjut SA yang akan menjadi senior SA selanjutnya merasa kurang dilatih oleh senior SA yang telah lulus. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum SA 2018/2019,

“Sulit sekali dalam hal mentoring, senior SA saja di periode saya perlu banyak dilatih lagi. Ini juga karena kekosongan senior sebelumnya, beberapa juga tidak mau ngajar. Sedangkan gaya menulis saya dibanding senior dulu juga berbeda jauh. Dilihat dari sisi tugas, sebetulnya basic saya bukan menulis, tapi ilustrasi dan foto, jadi cukup bingung harus berbuat apa. Akhirnya ada waktu-waktu kosong dan SA berhenti, sedangkan produk SA dituntut tetap ada juga.”

Walaupun begitu, rubrik opini periode 2018/2019 menjadi rubrik dengan jumlah terbitan tertinggi dari ketiga periode yang diteliti. Pada periode ini berarti banyak anggota SA yang mampu dan berani menyuarakan pendapatnya lewat tulisan opini. Sedangkan rubrik-rubrik lainnya yaitu, puisi, resensi, cerpen, foto, video, sosok, dan ragam wisata untuk ketiga periode masih sangat kurang. Rata-rata ketiga periode ini hanya menerbitkan satu sampai dua produk saja. Dari ketiga periode masih jarang memberikan tugas penggarapan untuk rubrik-rubrik ini.

Berdasarkan daftar produk jurnalistik SA periode 2016 sampai 2019, jumlah berita yang diterbitkan masih terbilang jauh dari produk jurnalistik LPM SA sepuluh tahun ke belakang. Keberadaan *website* sebagai terobosan persma masih terbilang sangat baru.

Sesuatu yang baru tersebut turut mendorong semangat anggota LPM SA untuk terus mengisi *website*-nya. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Redaksi periode 2007/2008,

“Dulu setiap hari bisa upload terus di web, karena memang baru pertama kali punya web, jadi masih semangat untuk nulis. Selain itu juga karena hal-hal yang mau ditulis itu menarik. Waktu itu sempat rame isu trisemester atau dua, karena menarik jadi semangat untuk menulis.”

Penugasan tiap anggota di LPM SA masih didominasi oleh anggota di divisi redaksi, hal ini juga melihat produk jurnalistik yang didominasi pada redaksi. Tidak optimalnya divisi lain adalah karena sulitnya situasi dan kondisi, baik yang terjadi pada sisi internal maupun eksternal LPM SA. Pada divisi bisnis, sulit untuk anggota menjalankan tugasnya dalam berbisnis lewat iklan-iklan di majalah. Hal ini tidak memberi kesempatan yang menjanjikan, melihat periode belakangan yang sudah tidak cetak majalah. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Di periode saya kalau tidak salah dapat uang tujuh atau delapan juta. Sebenarnya masalah keuangan itu dari kampus tidak pernah mencukupi, hanya cukup untuk satu program saja. Di sisi lain kita harus mencari uang sendiri, tapi bisnis di SA tidak berjalan optimal. 80% uang itu dari kampus, tapi kita mencoba untuk mencari kekurangan finansial yang lain itu tidak jalan dan tidak marketable. Produk SA kontennya hanya mencakup kampus dan Salatiga, tidak dapat menarik pengiklan.”

Sedangkan divisi litbang belum begitu maksimal jika dilihat dari *output*-nya, namun cukup membantu jika ditugaskan untuk bersinergi dengan divisi redaksi dalam menunjang pembuatan berita. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Reserchnya bagus, teori bagus, tapi kalau liputan tidak bisa. Tapi menurut saya itu tidak masalah, karena bisa bekerjasama dengan yang lain untuk mewujudkan berita. Orang seperti ini harus mencari partner menulis, cocok untuk dikerjasamakan.”

Person Analysis and Demographic Analysis (Analisis Orang dan Demografi)

Secara umum dari periode ke periode berganti, budaya yang tercipta di SA tidak jauh berbeda hingga kini. Hanya saja, anggota di dalamnya tidak selalu berkarakteristik sama. Selama ini LPM SA sering melakukan mentoring antara senior dan junior SA sebagai pelatihan yang utama. Melihat hal ini, maka yang pertama kali membutuhkan pelatihan di awal periode baru berjalan sebenarnya adalah para senior SA lanjut. Senior SA, secara khusus Pemimpin Redaksi (Pemred) harus terlatih agar mampu memberi pelatihan pada juniornya. Divisi Redaksi menjadi divisi yang paling utama untuk sebuah pers mahasiswa. Selain dilatih oleh senior SA terdahulu, Pemred-lah yang membutuhkan pelatihan jurnalistik profesional dan mendalam. Pada periode 2016/2017 dan periode 2017/2018

rata-rata anggota LPM SA masih diisi orang-orang lama dan belum banyak kedatangan orang baru. Berbeda dengan periode 2018/2019 yang dipenuhi anggota baru dengan latar belakang setiap anggota yang berbeda dengan LPM SA sebelumnya. Periode 2016/2017 dan periode 2017/2018 memiliki anggota yang sudah cukup lama pula berorganisasi bersama, mulai dari dua tahun hingga empat tahun dengan orang yang sama. Latar belakang tiap anggotanya hampir sama, kebanyakan anggota LPM SA saat itu adalah mahasiswa Fiskom dan masih banyak yang memiliki minat di jurnalistik. Periode ini masih banyak anggota yang bisa fokus di LPM SA. Masing-masing anggota masih dapat menyesuaikan kebutuhan apa yang perlu dilatih. Tidak ada secara spesifik perlu dilakukan pelatihan foto, video, dan menulis. Selain itu, di jaman ini belum melek multimedia.

Sedangkan hal tersebut tidak terjadi di periode 2018/2019 yang rata-rata anggotanya adalah mahasiswa Psikologi dan belum memahami jurnalistik. Setiap anggota masih membutuhkan pelatihan jurnalistik secara menyeluruh. Setiap anggota juga belum lama berorganisasi bersama di LPM SA. Ditambah lagi, kebanyakan anggota LPM SA periode ini berorganisasi juga di Lembaga Kemasiswaan (LK), sehingga LPM SA sulit menjadi fokus utama. Begitu juga dengan senior SA, pada periode ini senior SA belum cukup handal dan berpengalaman. Senior SA periode 2018/2019 masih satu tahun bergabung di LPM SA. Ketidakmaksimalan pada senior SA akan berimbas pula pada anggota dan keberlangsungan periode lanjut. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum Scientiarum periode 2018/2019,

“Periode saya paling tidak serius. Banyak anggota adalah orang-orang baru, banyak yang ber-LK. Secara materi jurnalistik belum cukup. Saya baru setahun juga di LPM SA, jarak angkatan saya dan angkatan lalu cukup jauh, saya 2016, PU sebelumnya 2014. Pemred di periode saya juga baru setahun. Kurang pengalaman.”

Secara demografis, periode 2018/2019 mengalami masa transisi gaya organisasi, dimana periode 2016/2017 dan 2017/2018 masih didominasi mahasiswa angkatan 2013 sampai 2015. Mahasiswa ini adalah anggota SA yang kebanyakan sudah bergabung sejak tahun 2014. Jumlah keanggotaan senior SA untuk menjadi wartawan SA yang cukup handal masih berpeluang tinggi, aktivitas SA menjadi lebih efektif dengan adanya anggota-anggota handal. Sedangkan periode 2017/2018 hanya menyisakan sedikit anggota lanjut dari periode sebelumnya, yaitu mahasiswa angkatan 2016 dan 2017. Di periode ini pula, senior SA anggota lama yang sudah handal harus meninggalkan SA karena lulus kuliah. Dalam hal ini, anggota SA yang mulai handal pada akhirnya akan lulus, dan LPM SA harus kembali

melatih diri dengan anggota yang ada. Lulusnya senior SA angkatan lama membuat periode 2018/2019 kekurangan senior dan di awal periode perlu untuk LPM SA menyesuaikan dengan gaya organisasi yang baru. Seiring dengan anggota baru yang masuk, internal SA mengalami kemunduran anggota handal. Hal ini juga ditambah adanya keluputan mentoring untuk para pimpinan SA periode 2018/2019. Melihat hal ini, seiring berjalannya waktu LPM SA berada dalam ketidakjelasan organisasi karena gaya dan budaya SA lama yang semakin hilang. Sementara itu, struktur baru organisasi LPM SA tidak mampu memperbarui dan menyesuaikan budayanya secara cepat. Sampai periode ini, LPM SA dikatakan mati suri. Hal ini sesuai ungkapan Pemimpin Umum Scientiarum periode 2018/2019,

“Periode saya sangat sulit, jelas sekali. Dari saya sendiripun harus menyesuaikan diri. Saat itu tidak ada yang mau jadi ketua, mau tidak mau ya saya. Orang akan melihat seberapa konten dan produk yang dihasilkan, kita termasuk jarang, dan bisa dibilang mati suri. Untuk gaya organisasi, terpaksa berubah, menyesuaikan dengan anggota baru, banyak orang lama SA yang lulus, namun untuk output-nya sebisa mungkin konsisten dengan yang lalu-lalu. Pengorganisasiannya saja yang disesuaikan, tapi produknya harus konsisten, hanya susah sekali.”

Namun melihat LPM SA 10 tahun lalu, kekurangan senior handal bukan menjadi alasan suatu persma tidak berjalan. Hal ini juga tergantung pada anggota yang ada dalam membuat persma menjadi produktif. Produktivitas itulah yang akan membuat persma terus berjalan. LPM SA periode 2007/2008 selalu mengangkat isu yang menarik semangat para anggota agar mau meliput. Senior SA handal yang akan lulus memang akan membuat perubahan organisasi, namun ini juga tergantung pada kaderisasi persma. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Redaksi Scientiarum periode 2007/2008,

“Handalnya senior itu memang ada pengaruhnya untuk tulisan-tulisan SA. Aku pernah dengar kalau mahasiswa abadi membuat produk jurnalistiknya bagus, tapi mereka juga pasti lulus. Mungkin di tempat lain ada yang berhasil seperti itu, tapi kalau SA kayanya nggak bergantung itu. Kalau begini kan tergantung kaderisasi ya. Waktu itu juga kami cari isu-isu yang membuat anggota mau terus buat berita, jadi tetap jalan.”

Dalam struktur organisasi, LPM SA agaknya masih kurang dan berantakan. Struktur ini juga menunjukkan konsistensi jumlah anggota dari awal periode hingga akhir. Scientiarum masih memiliki masalah anggota yang makin berkurang di akhir periode. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum SA periode 2017/2018,

“Ketika saya masuk SA dan akhirnya lulus, secara struktural ikut aturan SMU. Namun ketika sudah didaftarkan ke SMU, sudah sah dalam rapat koordinasir, tapi di tengah jalan, anggota SA akan seleksi alam, menurut saya itu hak mereka. Budaya menjadi alas yang kuat anggota baru untuk seleksi alam, misal budaya merokok dan kurang tertata itu tadi. Terkadang ada yang lebih memilih organisasi yang lebih formal dan tertata.”

Selain anggota, mundurnya pemimpin terpilih juga pernah terjadi, dimana setelah resmi menjabat, pemimpin SA mundur dengan bermacam alasan. Baik anggota maupun pemimpin LPM SA yang mundur, rata-rata mereka menjadikan kuliah dan kegiatan lain sebagai alasan utama. Mundurnya anggota SA juga dipengaruhi oleh mudahnya untuk mundur, karena LPM SA tidak memberi konsekuensi tertentu, serta sifatnya tidak mengikat. Kemudahan untuk mundur ini juga menunjang para anggota untuk tidak segan mundur.

Learning Context (Konteks Pembelajaran LPM Scientiarum)

Instructional Design (Desain Instruksional)

Dalam desain instruksional, LPM SA mengacu pada semua kegiatan yang dikembangkan dan dikoordinasikan untuk mendukung proses pembelajaran anggota SA dalam melakukan pelatihan. Dalam konteks ini, divisi pelatihan dan pengembangan (Litbang) SA mendesain apa saja yang harus dipelajari. Namun dalam pelaksanaannya, ternyata LPM SA tidak mencapai sasaran pelatihan. Pelatihan ini tidak berjalan efektif, akibatnya anggota tidak dapat mengimplementasikan teori yang didapat secara maksimal meskipun sudah dirancang. Seringkali hambatan pada pelatihan disebabkan oleh anggota LPM SA yang difasilitasi itu sendiri. Materi pelatihan yang telah dipersiapkan dan pelatihan yang dibutuhkan para anggota LPM SA telah ditanyakan kepada anggota, namun realitanya tidak dapat dimanfaatkan secara optimal dan hanya mengulang-ulang saja pada akhirnya. Skema semacam ini bahkan selalu terjadi hingga periode 2017/2018. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan Scientiarum periode 2016/2017,

“Waktu saya menjabat pemred 2013/2014, litbang sudah merancang pelatihan tingkat dasar dan lanjut, dalam setahun saja ada pelatihan setidaknya tiga kali, tapi yang direalisasikan pelatihan tingkat dasar terus dan orangnya sama terus. Litbang sudah inisiatif apa yang dibutuhkan orang redaksi, berdasarkan kebutuhan wartawan, jadi selama tiga kali pelatihan, persoalannya selalu sama lagi.”

Pada periode 2018/2019 perencanaan pelatihan juga sulit direalisasikan, khususnya pengadaan pelatihan yang sifatnya formal. Produk jurnalistik yang dihasilkan

masih menjadi indikasi yang kuat dalam kesuksesan pelatihan. Hal ini sesuai ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2018/2019,

“Saat pelatihan, memang sedikit minat pesertanya. Saat itu kami adakan pelatihan bersamaan dengan makrab, pelaksanaannya menjadi santai dan sebatas sharing-sharing saja. Mungkin pelatihan berjalan, tetapi outputnya itu, pelatihan sudah dijalankan tapi tidak benar-benar bisa dibilang sukses dari penerima. Sering juga akhirnya kembali ke latihan dasar lagi”

Bahkan pengadaan pelatihan lanjut tidak terjadi di ketiga periode ini. Namun anggapan lain ada pada periode 2016/2017, jurnalistik lanjut tidak hanya nampak dari pelatihan secara formal, tetapi dilihat dari produk jurnalistik yang dihasilkan. Ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum 2016/2017,

“Di periode saya produk jurnalistik yang berhasil diwujudkan termasuk cetak majalah, dan ini adalah bentuk nyata produk jurnalistik lanjut. Jadi bisa dibilang anggota kami sudah mengimplementasikan hasil jurnalistik lanjut itu sendiri.”

Bentuk lain dari pelatihan jurnalistik lanjut bukan hanya tentang belajar formal di kelas-kelas, tetapi tentang berjejaring juga di luar. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan *Scientiarum* periode 2015/2016,

“Formatnya mungkin malah sudah berubah, dalam konteks pelatihan tingkat lanjut seharusnya mulai diyakinkan untuk berjejaring ke luar kota, mengambil kesempatan membuat workshop di luar. Itu melatih juga, dengan berjejaring di luar circle SA.”

Berbeda dengan periode 2007/2008, LPM SA pada ketiga periode ini cukup lebih terstruktur dalam melakukan perencanaan dan mendesain sebuah pelatihan. Hal ini karena periode 2007/2008 belum memiliki divisi penelitian dan pengembangan (litbang). Namun hal ini juga membuktikan bahwa tanpa desain yang terstruktur, pelatihan dapat tetap berjalan dibawah pimpinan Pemimpin Redaksi.

Principles of Learning (Prinsip-Prinsip Pembelajaran)

Dalam memahami pelatihan yang dilakukan LPM SA, pembelajaran menjadi bagian terpenting di dalamnya. Prinsip-prinsip pembelajaran diperlukan pada desain dan implementasi program pelatihan. Peneliti mendapati LPM SA mencoba menerapkan prinsip pembelajaran (*learning theory*) untuk pelatihan yang efektif. Seringkali dalam memberikan pembelajaran bagi junior SA, *active learning* merupakan cara yang cukup sederhana dilakukan. Ishwara (2007) dalam bukunya juga menjelaskan, *action* merupakan corak kerja wartawan, dimana suatu peristiwa tidak terjadi di ruang redaksi namun di lapangan. Wartawan perlu terjun langsung sebagai pengamat pertama dengan ketajaman nalurinya. Dengan memberikan tugas liputan ringan, junior SA dapat secara aktif mempelajari sendiri

tugas-tugasnya sebagai wartawan SA. Dalam pembelajaran ini, senior SA akan menjadi pendamping, memberikan isu-isu yang perlu diliput, mengarahkan *framing* berita yang akan ditulis, membimbing perancangan wawancara narasumber beserta pemilihan narasumber yang tepat, membimbing penulisan berita pasca pengumpulan informasi, dan melakukan penyuntingan tulisan berita. Maksud dari pembelajaran ini adalah supaya junior SA dapat secara aktif belajar, merasakan tugas-tugas secara langsung, menemukan permasalahan yang dihadapi secara langsung, beserta cara mengatasinya. Dengan memberikan tugas langsung, maka senior SA akan mengetahui pelatihan apa yang perlu untuk diberikan.

LPM SA sering memberikan pembelajaran praktik, hal ini karena kualitas praktik dapat menunjukkan pula hasil dari apa yang telah dipelajari. Namun praktik tidak selalu berjalan dengan lancar. Ketepatan junior SA dalam praktik terkadang belum sesuai. Sebetulnya hal yang dilakukan tersebut salah namun terus dilakukan. Hal ini sesuai ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Sering terjadi keluputan. Biasanya anak baru akan ditemani anggota lama sebagai pendamping untuk meminimalisir kesalahan.”

Selain itu, pelatihan lanjut tidak begitu perlu dilaksanakan apabila anggota SA sudah menunjukkan hasil pembelajaran yang cukup baik termasuk dalam penguasaan perilaku. Namun hal ini belum tentu menghasilkan anggota SA yang mau secara konsisten mengerjakan tugas-tugasnya, bahkan secara otomatis. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Biasanya hasil nyata dari pelatihan lanjut adalah mewujudkan produk, seperti majalah. Tapi sayangnya lagi-lagi yang menggarap adalah senior SA, karena mereka yang sudah handal, mereka sudah cukup banyak belajar, tidak perlu latihan lagi. Sedangkan anggota baru tidak mau mengerjakan, meskipun sudah ditawarkan juga. Tidak bisa konsisten semua mau kerjakan”

Dalam pelatihan, memberikan umpan balik yang tepat waktu dan berguna sangat diperlukan. Senior SA, dalam hal ini redaktur, memberikan umpan baliknya dengan mengembalikan hasil suntingan berita pada wartawan SA untuk kemudian dapat dilakukan perbaikan. Begitu juga dengan produk jurnalistik lainnya. Redaktur akan melakukan proses penyuntingan terlebih dahulu sebelum diterbitkan. LPM SA masih sering memberikan *feedback* yang lama, khususnya dalam hal revisi. Semakin lama revisi diberikan, maka perbaikan dan terbitnya berita menjadi semakin lama juga. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2016/2017,

“Untuk ini memang para redaktur itu disiplinnya rendah. Alasannya klasik-lah, banyak kuliah, banyak tugas, kegiatan-kegiatan lainnya, jadi cukup menghambat juga sebetulnya.”

Individual Differences in Trainees (Perbedaan Individu dan Trainee)

Setiap anggota SA memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Tidak semua mampu untuk secara optimal dilatih. Namun pelatihan dan pembelajaran akan mungkin untuk dilakukan meskipun anggota SA belum siap sekalipun, karena pada dasarnya LPM SA adalah tempat belajar bagi siapapun. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2016/2017,

“Tidak perlu sefokus itu harus mempersiapkan mereka yang akan dilatih, tergantung pada mereka juga, kalau mau dan minat, ya pasti bisa. SA itu tempat belajar malahan, bagi siapapun.”

Karakteristik wartawan SA pada periode 2016/2017 rata-rata memiliki stabilitas emosional dan keterbukaan yang tinggi. Dengan ini, anggota SA dapat lebih cepat memperoleh keterampilan dalam pelatihan. Pada periode 2016/2017 dan periode 2018/2019, karakteristik anggota LPM SA cukup setara, belum lagi pada periode-periode ini masih banyak anggota lama yang menetap dan sudah lama berorganisasi bersama. Melihat hal ini, tidak ada pendekatan khusus yang perlu dilakukan selain saling memahami lewat keakraban. Namun tidak jarang juga ada anggota yang tidak terbuka dan tidak mampu menyampaikan kesulitan yang dihadapi. Hal ini membuat senior SA sulit untuk membantu dan mencari solusi. Kejadian semacam ini banyak terjadi pada periode 2018/2019, dimana LPM SA dipenuhi orang-orang baru, belum lama bersama, belum akrab, dan sulit untuk terbuka. Hal ini akan mempersulit senior SA memahami karakteristik anggotanya atas kesulitan dan kebutuhan apa yang perlu dilatih.

Sebagai hasil dari penggunaan pelatihan, maka pembelajaran yang didapatkan dari materi pelatihan akan diterapkan kembali secara teratur dalam pekerjaan dan tugas-tugas sebagai wartawan SA. Pelatihan yang diberikan untuk anggota SA baik secara terstruktur maupun non-terstruktur pasti memiliki manfaat. Namun keadaan lapangan saat peliputan bersifat kondisional, tidak semua yang dipelajari secara teori dapat sesuai untuk diterapkan di lapangan. Kembali lagi pada masing-masing anggota sebagai wartawan SA untuk mengembangkan pribadi masing-masing dari teori pelatihan dengan kejadian langsung di lapangan. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum *Scientiarum* periode 2016/2017,

“Kondisi di lapangan yang situasional, tidak semua yang diajarkan di pelatihan bisa sesuai di lapangan. Tapi menurut saya mereka bisa menyesuaikan dengan hal itu. Hal itu seharusnya improve dari mereka sendiri.”

Sedangkan melihat bagaimana karakteristik anggota LPM SA 10 tahun lalu, periode 2007/2008 saat itu belum banyak memiliki anggota baru, namun senior yang ada pun terbilang tidak banyak pula. Dampak pelatihan dan pembelajaran tergantung juga pada masing-masing individu. Pada periode ini efektivitas pelatihan ditunjukkan dari cara berpikir masing-masing individu dalam menanggapi suatu pembelajaran. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Redaksi periode 2007/2008,

“Saat itu aku masuk 2007 langsung jadi Pemred, seniornya ada sekitar 5 atau 6. Anggota baru kalau tidak salah saya dan 3 orang lainnya. Mentoring waktu itu lebih ke duduk bareng waktu editing tulisan. Di situ bisa tanya, ini maksud tulisannya apa, bagaimana, jadi dari tanggapan mereka bisa tahu. Tergantung juga cara berpikirnya, kadang ada yang tulisannya kurang tapi bisa diajak mikir, ya bisa berkembang. Tapi ada juga yang sulit untuk diajak berpikir.”

Characteristics of the Trainer Transfer of Training (Karakteristik Transfer Pelatih dalam Pelatihan)

Pada periode 2016/2017 dan periode 2017/2018, senior SA sebagai pelatih di tiap periodenya juga memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Namun tidak pernah ditemui senior SA yang merendahkan juniornya. Jarang sekali senior SA bersifat kaku. Seperti budaya organisasinya, begitu pula dengan seniornya yang santai, bisa mengkomunikasikan sesuatu dengan baik dan enak didengar. Tidak ada pula budaya senioritas di LPM SA. Secara formal memang ada senior, namun dalam realitanya LPM SA seperti keluarga, sering berkumpul bersama, dan terbiasa satu sama lainnya. Secara tidak langsung junior SA akan mendapat motivasi dalam keseharian tersebut, karena pada dasarnya senior SA pasti akan mendukung dan membangun. Walaupun ada sedikit ejekan, itu hanyalah bercanda saja, dan pada akhirnya untuk memotivasi juniornya. Secara materi, senior SA periode 2016/2017 cukup berkapasitas dan berpengalaman. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Soal pemahaman teori, saya yakin sebagai senior mereka pasti bisa, dan frekuensi menulisnya juga cukup sering, jadi tidak ada masalah dengan teori. Semua senior bisa berkomunikasi dengan santai, tidak merendahkan.”

Berbeda dengan periode 2018/2019, senior di periode ini masih satu tahun berorganisasi di LPM SA. Senior SA belum cukup berpengalaman dan masih butuh untuk dilatih sebelum melatih juniornya. Namun dalam hal memahami kebutuhan juniornya

dengan latar belakang yang berbeda masing-masing periode seringkali senior SA masih mengalami kesulitan atas gaya dan perlakuan seperti apa yang harus diterapkan.

Training Delivery (Penyampaian Pelatihan LPM Scientiarum)

Traditional Approaches (Pendekatan Tradisional)

Sebagai salah satu metode pertama yang sederhana, LPM SA sering menggunakan metode pelatihan dengan mengajar (ceramah) untuk mengawali program pelatihan. Pembelajaran ini dilakukan langsung oleh senior SA sebagai pelatih. Namun, cara mengajar kurang efektif diterapkan pada junior SA. Tugas-tugas wartawan SA yang adalah terjun langsung ke lapangan, dengan metode ceramah membuat junior SA sulit dalam praktiknya. LPM SA lebih sering menggunakan metode *On-the Job Training (OJT)*, dimana junior SA akan dilatih sambil melakukan tugasnya secara langsung. Dalam pelaksanaannya, junior SA masih bergantung dengan seniornya sebagai pelatih. Berkaitan dengan ini, antara senior dan junior SA memiliki tingkat kecocokan yang berbeda-beda. Hal ini juga yang menunjukkan program pelatihan dengan metode ini berjalan sukses atau tidak. Hal ini sesuai dengan ungkapan Kepala Penelitian dan Pengembangan Scientiarum periode 2016/2017,

“Cocoknya senior dan junior itu dilihat dari nongkrong. Akhirnya dari sana transfer ilmu lebih gapang dan terbukti. Kalau tidak cocok memang susah, akhirnya cuma formalitas saja. Ada yang jarang ngumpul, dapat mentoringnya juga akan kurang. Kembali lagi kecocokan juga karena kita akrab.”

Berbeda dengan periode 2017/2018 yang sulit melakukan *mentoring*, bahkan tidak dapat berjalan. Hal ini menunjukkan karakteristik anggota tiap periode akan memengaruhi pula metode penyampaian pembelajaran organisasi. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2017/2018,

“Di periode ini memang nggak punya budaya itu, budaya kumpul, nongkrong, jadi memang kurang akrab. Kami juga belum lama di SA, banyak yang baru. Senior SA juga punya banyak kesibukan lain di luar, anggotanya juga punya fokus lain di luar. Rasa ingin kumpul di SA jadi kurang juga.”

Technology-Based Approaches (Teknologi - Pendekatan Berbasis Teknologi)

Selain memberi pelatihan dengan cara-cara tradisional, senior SA sering pula menggunakan hal-hal kontemporer. Era jurnalistik multimedia mendorong senior SA untuk langsung memberikan pelatihan juniornya memegang alat-alat multimedia, seperti kamera, recorder, dan *software-software* penunjang lainnya. Selain menginstruksikan penggunaan

langsung, untuk pengajarannya, senior SA juga menyampaikan materinya dengan multimedia seperti video dan *Microsoft Power Point*. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“sebenarnya pelatihan lebih mudah menggunakan video, tapi lebih sering dengan powerpoint.”

Selain itu periode 2016/2017 dan periode 2017/2018 belum banyak mengarah pada pelatihan secara daring. Berbeda dengan periode 2018/2019 yang sudah mulai banyak institusi yang memberikan pelatihan secara daring dan lebih mudah mengakses materi jurnalistik. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017

“Saat itu belum ada banyak pelatihan daring, di jaman itu belum ada. Sulit untuk mengakses, kalau sekarang aksesnya mudah. E-learning baru aktif hari-hari ini. Pelatihan saat itu sifatnya offline. Tempo Institute juga baru gencar belum lama ini.”

Periode 2016/2017 dan periode 2017/2018 belum begitu memerhatikan hal-hal multimedia. Hal ini ditunjukkan dengan kurangnya produk jurnalistik seperti video, konten-konten media sosial, dan *Youtube*. Meskipun beberapa video di-*upload* di *Youtube*, namun kualitas dari video belum maksimal. Sedangkan periode 2018/2019 tantangan di media sosial lebih tinggi, dimana pembaca mulai banyak beralih ke *Instagram*, selain itu *website* belum dimaksimalkan dari sisi *System Engineering Optimization* (SEO). Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Periodeku kan belum begitu melek multimedia, produk jurnalistik ada tapi belum banyak. Kondisinya kalau akhir-akhir ini memang seharusnya mulai gencar lagi media sosialnya, mulai ke Youtube, kalau perlu ke TikTok. Di website itu kan juga ada SEO, bisa dimaksimalkan lagi penggunaannya, perlu dilatih lagi”

Development-Based Approaches (Pengembangan–Berbasis Pendekatan)

Pengembangan berbasis pendekatan dalam LPM SA meliputi keterampilan kepemimpinan dan keterampilan interpersonal terkait sikap, perilaku, cara bekerjasama dengan anggota lain, dan pengetahuan yang diperlukan untuk berorganisasi. Dalam hal ini LPM SA tidak memberikan pelatihan khusus yang dirancang, melainkan terjadi karena adanya interaksi yang muncul selama berorganisasi. Hal ini sesuai ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Kalau hal-hal semacam sikap, kepemimpinan, bagaimana cara berorganisasi itu terjadi karena interaksi langsung ya. Jadi interaksi sehari-hari, bukan dengan memberikan modul-modul pelatihan khusus.”

Training and Issues Related to Diversity (Pelatihan dan Masalah yang Terkait dengan Keragaman LPM Scientiarum)

Sexual Harassment Training Workplace (Pelecehan Seksual di Tempat Pelatihan)

Sebuah lingkungan kerja dalam organisasi sebagai tempat pelatihan salah satunya dibentuk pula oleh beberapa kasus seperti adanya pelecehan seksual. LPM SA dalam organisasinya tidak pernah ditemukan kasus pelecehan seksual. Hal ini juga melihat tidak ada anggota SA yang merasa dirugikan. Dengan begitu pelatihan di LPM SA tidak dipengaruhi dengan adanya pelecehan seksual. Hal ini sesuai dengan ungkapan Pemimpin Umum periode 2016/2017,

“Tidak pernah ada pelecehan. Kekeluargaan di sini cukup tinggi. Karena pelecehan itu kan karena merasa ada yang dirugikan, tapi di SA tidak ada yang merasa dirugikan. Jadi tidak ada sangkut pautnya dengan organisasi SA, apalagi tentang pelatihannya.”

Diversity Management and Training (Keragaman Manajemen dan Pelatihan)

Demografi dalam organisasi mampu memengaruhi perilaku tiap individu dalam organisasi yang ditunjukkan dengan adanya meliputi kategori umur, jenis kelamin, jenis etnis, dan tingkat pendidikan sehingga menciptakan suatu keragaman (Yogatama, 2016). Perubahan demografis LPM SA memengaruhi sifat angkatan anggota tiap periode. Selama pengembangan LPM SA tiga periode yaitu periode 2016/2017, periode 2017/2018, dan periode 2018/2019 telah memberikan gambaran keadaan masing-masing kondisi pelatihan. Begitu juga ketika melihat kondisi LPM SA 10 tahun ke belakang yaitu periode 2007/2008, dimana anggota SA memiliki umur, jenis kelamin, jenis etnis, dan tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Perbedaan ini menunjukkan bahwa LPM SA memiliki keragaman dan keunikan organisasi, baik dari pengelolaannya oleh senior SA sebagai manajemen organisasi hingga anggota yang dilatih. Budaya yang tercipta dapat selalu sama, namun juga dapat berbeda. Hal ini melihat keragaman dari anggota organisasi yang berjalan. Setiap periode memiliki cara dan keberhasilannya masing-masing, dimana setiap periode mengalami kepercayaan diri sebagai kebanggaan atas keunikan budayanya, ataupun tidak percaya diri atas keadaan periode dan keberlangsungan organisasinya. Penelitian tiga periode ini menunjukkan bahwa setiap periode ingin mempertahankan budaya inklusif yang sudah terbentuk sejak dulu, namun realitanya tidak semua periode mampu mempertanggungjawabkan pembelajaran dan pengembangan mereka. Bahkan LPM SA sedang bertumbuh dalam keunikan budaya terdahulu. Hal ini menjadikan SA berada dalam

situasi yang perlu untuk membuat strategi organisasi sesuai dengan perspektif berbagai individu pada periode yang bersangkutan.

Training Evaluation (Evaluasi Pelatihan)

Berdasarkan analisis dari wawancara terkait peranan faktor-faktor peranan penting pelatihan pada pengembangan organisasi periode 2016/2017, periode 2017/2018, dan periode 2018/2019 ditunjukkan bahwa prioritas evaluasi yang perlu dilakukan LPM SA terdapat pada beberapa faktor. *Pertama*, faktor menilai kebutuhan pelatihan. Dalam hal ini LPM SA perlu mengevaluasi pada analisis organisasi dan analisis tugas. *Kedua*, faktor konteks pembelajaran. Dalam hal ini LPM SA perlu mengevaluasi pada desain instruksional dan prinsip-prinsip pembelajaran. *Ketiga*, faktor penyampaian. Dalam hal ini LPM SA perlu mengevaluasi pada pendekatan berbasis teknologi. Dengan analisis ini, maka peneliti merangkum analisis evaluasi pelaksanaan pelatihan masing-masing periode.

Pertama, analisis organisasi. Terdapat kurangnya keakraban dan kedekatan antara senior SA dengan junior SA, dan sesama anggota. Selain itu dalam kaderisasi, pemimpin periode baru masih kurang dan belum tuntas dari periode sebelumnya. Sejak awal periode berjalan, LPM SA terlalu fokus merancang pelatihan formal dengan menghadirkan pelatih profesional dan melupakan metode mentoring. Selanjutnya dalam program pelatihan, tidak optimal dalam merancang dan mendesain program pelatihan dengan pelatih profesional. Selain itu kecocokan waktu mendatangkan pelatih tidak pernah pas, sehingga akhirnya tidak jadi mendatangkan. Dalam mengikuti pelatihan di luar, LPM SA terkadang tidak tepat sasaran dalam mengikuti pelatihan di luar. Pelatihan yang ditemui ternyata dilatih oleh pelatih yang memiliki kemampuan di bawah anggota LPM SA. *Kedua*, analisis tugas. Melakukan pelatihan pada junior SA dengan memberikan tugas peliputan berita langsung dengan isu-isu kritis masih sangat kurang. Junior SA masih sering mencari isu-isu sendiri dan hasilnya kurang dapat memantik berita yang akan diliput, isu masih terlalu biasa. Selain itu penugasan terlalu banyak pada liputan santai seperti *media partner*. Selanjutnya dalam penugasan dan kontribusi pengembangan LPM SA, anggota divisi bisnis tidak bergerak dalam menjalankan tugasnya. Divisi bisnis tidak adaptif dalam mencari peluang usaha yang ada sesuai fenomena yang terjadi, selain itu kurang berinovasi. Dalam divisi litbang jika dilihat dari *output*-nya, produk divisi litbang belum terlihat signifikan. Produk jurnalistik lebih banyak didominasi oleh divisi redaksi. Selain itu dalam analisis tugas terkait pendelegasian. Delegasi senior SA periode lanjut masih sepenuhnya bergantung dengan

senior SA lama, baik dalam pengetahuan jurnalistik maupun kesiapan kepemimpinan. Dalam hal ini senior SA lanjut seringkali merasa tidak siap untuk memimpin periode lanjut. Ketika memulai periode baru, LPM SA mengalami kebingungan menghadapi anggota baru ketika anggota handal LPM SA lulus kuliah. Periode lanjut masih kesulitan dalam beradaptasi dengan budaya baru yang terbentuk oleh banyaknya orang-orang baru. Selain itu anggota handal habis, sedangkan anggota baru belum cukup memiliki kemampuan jurnalistik. Disamping itu struktur organisasi LPM SA masih berantakan. Ada ketidakjujuran jumlah anggota di akhir periode saat pelaporan pertanggungjawaban. Dalam hal ini pengunduran diri dan menjadi anggota non-aktif sangat mudah dilakukan di LPM SA.

Ketiga, desain instruksional. Desain dan perancangan pelatihan oleh divisi litbang tidak dihargai dan dimanfaatkan secara maksimal oleh anggota LPM SA. Dalam hal ini, desain pelatihan yang dirancang divisi litbang belum jelas dan terstruktur, sehingga program pelatihan kurang terencana. Dalam pelaksanaannya, pelatihan masih abstrak dan terlalu santai. Program pelatihan lanjut secara formal dengan menghadirkan pelatih profesional selalu gagal untuk diadakan. *Keempat*, prinsip pembelajaran. Pendampingan senior SA pada peliputan berita oleh junior SA masih kurang. Hal ini nampak dalam praktiknya junior SA masih sering kebingungan dalam meliput berita. Selain itu setelah melakukan peliputan, umpan balik hasil *editing* senior SA (redaktur) terlalu lama diberikan kepada junior SA. Hal ini membuat revisi semakin lama dan terhambat. Jika melihat penugasan peliputan di lapangan, penugasan peliputan berita pada realitanya junior SA menghadapi tantangan dalam situasi kondisional yang tidak terdapat dalam teori pelatihan. *Kelima*, pendekatan berbasis teknologi. Dalam menghadapi era digital masa kini, LPM SA masih kurang tanggap. Masih sangat sedikit produk jurnalistik yang mengarah pada multimedia. LPM SA belum memaksimalkan penggunaan media online, media digital, dan media sosial

SIMPULAN

Penelitian studi kasus ini menunjukkan bahwa peranan pemberian pelatihan di LPM *Scientiarum* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu menilai kebutuhan pelatihan, konteks pembelajaran, penyampaian pelatihan, dan evaluasi pelatihan. Sementara itu, faktor terkait dengan isu keragaman hanya dipengaruhi oleh peranan keragaman manajemen pelatihan, sedangkan pelecehan seksual di tempat pelatihan kurang memengaruhi pelaksanaan pelatihan. Melalui analisis faktor-faktor pengaruh tersebut, maka dapat diketahui alasan

adanya kemunduran LPM *Scientiarum*, khususnya dengan efisensi pemberian program pelatihan jurnalistik. Dinamika organisasi selama tiga periode yang diteliti cukup memberi gambaran model pelatihan dan pengembangan yang perlu dievaluasi LPM *Scientiarum* untuk periode berjalan selanjutnya.

Berbagai penelitian masih dapat dilakukan untuk menemukan cara evaluasi atas dampak pelatihan pada LPM *Scientiarum*, namun berdasarkan studi kasus ini, maka peneliti menemukan beberapa rekomendasi dalam perbaikan evaluasi di LPM *Scientiarum* dalam efisiensi keberlangsungan pengembangan LPM *Scientiarum* di masa mendatang dalam merancang dan mengaplikasikan program pelatihan jurnalistik:

- 1) Melihat budaya SA yang santai, maka anggota LPM SA perlu meningkatkan keakraban antar senior-junior, dan sesama anggota. Hal ini agar senior SA dapat mengetahui pelatihan apa yang dibutuhkan junior SA
- 2) Kaderisasi periode lanjut harus dipersiapkan dengan matang, tidak mendadak, dan tidak memaksa anggota calon pemimpin. Sebelum meninggalkan LPM SA, senior perlu mempersiapkan calon delegasi untuk senior SA selanjutnya sebagai pemimpin, hal ini dapat dilihat lewat progres selama satu periode dan memastikan kesiapannya baik secara teknis persma maupun kepemimpinan
- 3) Melihat budaya LPM SA, sebaiknya lebih fokus pada efisiensi metode *mentoring* antara senior ke junior sejak awal periode dalam perancangan program, mendatangkan pelatih profesional dapat digunakan sebagai tambahan pelengkap saja
- 4) Membuat perencanaan dan mendesain pelatihan yang benar-benar dibutuhkan lebih awal sebelum mengundang pelatih profesional. Perencanaan meliputi apa yang akan dibahas, bagaimana metode pelatihannya, dan perencanaan anggaran. Selain itu mencocokkan jadwal dengan pelatih sejak jauh-jauh hari agar dapat mengimbangi jadwal wartawan sebagai pelatih yang biasanya padat
- 5) Memastikan setiap pelatihan yang diikuti di luar LPM SA dilatih oleh pelatih yang memiliki kemampuan di atas anggota LPM SA. Anggota SA dengan kemampuan jurnalistik yang cukup baik dapat menambah relasi di luar lingkaran LPM SA, bahkan ke luar kota. Relasi ini dengan mengikuti diskusi-diskusi di luar, mengikuti kegiatan yang memantik pemikiran kritis, dan berelasi dengan wartawan profesional tanpa perlu melalui forum-forum pelatihan

- 6) Senior SA perlu lebih berani menugaskan junior SA meliput berita-berita kritis yang menantang. Dalam hal ini junior SA cukup ditugaskan untuk fokus melakukan peliputan saja, sedangkan isu-isu yang diangkat seharusnya diberikan oleh senior SA agar isu yang diliput berpeluang lebih menarik dan membakar semangat junior SA.
- 7) Divisi bisnis dalam pengembangan LPM SA perlu membuat terobosan baru dalam membuka peluang usaha untuk mendukung pengembangan LPM SA dari sisi finansial. Melihat saat ini berada di era digital, maka usaha yang disasar perlu lebih banyak memanfaatkan media online dan media digital.
- 8) Melihat kurangnya produk jurnalistik yang dihasilkan divisi litbang, maka divisi litbang dapat ditugaskan untuk membantu divisi redaksi dalam mencari dan menggali data. Hal ini dapat menjadi sinergi dalam pembuatan produk berita, baik kuantitas maupun kualitas. Produk jurnalistik yang dihasilkan juga tidak hanya berupa tulisan, namun juga puisi, resensi, cerpen, foto, video, sosok, dan ragam wisata
- 9) Senior SA periode lanjut perlu lebih mandiri dalam mempersiapkan diri sebagai delegasi pemimpin LPM SA. Kebergantungan penuh dengan senior SA lama perlu dirubah dengan secara mandiri aktif dan berinisiatif untuk belajar dari manapun, khususnya di era digital yang lebih mempermudah akses pembelajaran. Hal ini dapat dengan mengakses materi-materi yang diberikan senior SA secara mandiri, mengakses materi jurnalistik di media online, bahkan mengikuti kelas pelatihan di institusi luar seperti *Tempo Institute*.
- 10) Melihat budaya baru yang terbentuk di tiap pergantian periode, maka LPM SA perlu untuk meningkatkan adaptasi dengan keadaan yang baru. Apabila budaya organisasi memang harus dirubah, maka dapat dirubah selama menunjang pengembangan LPM SA, dan cocok. Hal ini tentu saja tanpa merubah standar produk jurnalistik SA, yaitu tetap mempertahankan konsistensi produk jurnalistik dengan standar minimal seperti periode-periode lalu.
- 11) Perlu memperjelas struktur organisasi LPM SA dengan sejujur-jujura. Selain itu lebih per jelas dan pertegas aturan mengenai keanggotaan di LPM SA. Penegasan terutama dengan konsekuensi pada anggota non-aktif dan anggota yang mengundurkan diri tanpa alasan yang kuat. Hal ini supaya anggota lebih terikat dan segan dengan aturan organisasi LPM SA

- 12) Masing-masing individu perlu meningkatkan kesadaran diri atas pelatihan yang telah difasilitasi oleh divisi litbang. Hal-hal yang dimaksud adalah menghargai dan tidak menyepelekan pelatihan yang diberikan
- 13) Pelatihan lanjut dapat implementasikan dengan cara pandang lain yaitu dengan membuat peningkatan produk-produk jurnalistik yang dihasilkan, menjalin relasi jurnalistik secara meluas bahkan sampai ke luar kota, menjadi pembicara dalam diskusi-diskusi, dan anggota LPM SA dengan kemampuan cukup dapat menjadi pelatih pelatihan jurnalistik dasar di organisasi lain di luar LPM SA dan luar kampus UKSW. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan jurnalistik lanjut tidak hanya berbentuk formal di kelas-kelas
- 14) Pembinaan senior SA pada peliputan langsung junior SA harus lebih ditingkatkan. Hal ini dengan cara menemani junior SA dalam peliputan, memberi pengajaran langsung saat peliputan seperti bagaimana memilih narasumber yang tepat dan melakukan wawancara yang benar, beserta teknis lainnya selama meliput berita
- 15) Senior SA sebagai redaktur perlu lebih disiplin dalam melakukan editing. Lebih baik editing dilakukan bersama supaya dapat lebih mengerti maksud penulisan berita yang dibuat junior SA. Hal ini juga sekaligus sebagai media efektif melakukan pelatihan dengan cara *mentoring*
- 16) Dalam menghadapi realita situasi lapangan saat melakukan peliputan, junior SA perlu memiliki kesadaran peningkatan diri secara mandiri, mampu beradaptasi dan mengembangkan teori yang telah dilatih pada tantangan yang dihadapi. Maka implementasi *critical thinking* perlu digencarkan lagi kepada anggota LPM SA agar mampu menghadapi suatu fenomena dengan memerhatikan pemikiran kritis
- 17) Menggencarkan terobosan-terobosan produk jurnalistik era digital. Hal ini dengan meningkatkan produk jurnalistik yang mengarah pada multimedia yang tidak hanya berupa tulisan, melainkan dalam bentuk foto dan video. Selain itu, memaksimalkan penggunaan *website* dengan mengadakan pelatihan tentang SEO, memaksimalkan penggunaan media sosial seperti *Instagram* dengan konten-konten menarik dan kreatif, serta mencoba untuk membuat berita video dengan kualitas lebih baik dari yang lalu di *Youtube* LPM SA.

Selain itu, peneliti menemukan bahwa pernyataan pada tulisan Arismunandar (2012) bahwa keberadaan “mahasiswa abadi” dapat membuat kesuksesan dalam persma

ternyata tidak absah. Tulisan Arismunandar tentang suksenya keberlangsungan persma di tahun tersebut tidak relevan dengan keberlangsungan persma di tahun 2000-an, khususnya di era digital. Hal ini bahkan ditunjukkan peneliti pada LPM SA 10 tahun lalu yaitu periode 2007/2008 yang tidak menganggap “mahasiswa abadi” adalah kunci kesuksesan persma, melainkan tergantung pada kaderisasi dan produktivitasnya. Hal ini juga semakin tidak relevan jika diaplikasikan pada LPM SA di masa mendatang yang akan menghadapi era digitalisasi dan budaya perkuliahan yang lebih modern.

SARAN

Penelitian ini hanya mengacu pada dasar faktor-faktor yang diidentifikasi oleh Levy (2009), sehingga faktor pengaruh peranan pelatihan dan pengembangan lain yang memungkinkan untuk LPM SA belum dapat diimplementasikan pada penelitian ini. Selanjutnya pengumpulan data dalam penelitian ini didominasi oleh wawancara pihak-pihak penting LPM SA pada penelitian periode terkait. Hal ini membuat data yang didapat peneliti hanya sebatas pada sikap, pengalaman, dan apa yang diyakini informan, sehingga subjektivitas para informan tinggi. Dengan begitu maka dalam penelitian selanjutnya, faktor-faktor yang digunakan untuk dasar penelitian dapat mengambil pertimbangan dari lebih banyak sumber. Begitu juga dengan data yang dikumpulkan dapat menggunakan teknik pengumpulan yang mengarah pada data yang lebih objektif. Selain itu pembuktian keabsahan pada tulisan Arismunandar (2012) hanya dibuktikan peneliti pada LPM *Scientiarum*, sehingga masih dapat dilakukan penelitian pada objek lain di masa mendatang untuk pembuktian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Kualitatif. *Litbang Pertanian*.
- Aminoto, T., & Pathoni, H. (2008). Penerapan Media E-Learning Berbasis Schoology Untuk. *Jurnal Sainmatika V*, 13-29.
- Anandita, S. (2008, Desember 31). *Jas Merah Satya Wacana*. Retrieved from Scientiarum.com: <http://scientiarum.com/2008/12/31/jas-merah-satya-wacana/>
- Anwar, A. k., & Sholah, H. M. (2020). Pelatihan Jurnalistik Di Pondok Pesantren Kecamatan Gondanglegi. *Jurnal Aksi Afirmasi*, 26-44.
- Arismunandar, S. (2012). Sejarah dan Fenomena Pers Mahasiswa.
- Aufi, A. B. (2017). Posisi dan Eksistensi Pers Mahasiswa (Studi Eksplorasi pada Unit Aktivitas Pers Kampus Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Skripsi*, 76-77.
- Bramantya, B., Wasesa, R., & Purnamasari, N. (2017). *Jurnalistik Dasar: Resep dari Dapur Tempo*. Jakarta: Tempo Institute.

- Chao, C. J., Wu, S. Y., Yau, Y. J., Feng, W. Y., & Tseng, F. Y. (2017). Effects of three-dimensional virtual reality and traditional.
- Djudi, M., & Prasetya, A. (2018). Pengaruh On The Job Training dan Off The Job Training Terhadap Kemampuan Kerja dan Kinerja (Studi pada Karyawan PT.INSASTAMA Kediri, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62 (1), 190-197.
- Hadi, I. P. (2009, JANUARI). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 3 (1), 69-84.
- Harsono, A. (2010). *Agama Saya Adalah Jurnalisme*. (A. Fahri Salam, & Ranggabumi N, Eds.) Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia: PT.Kanisius.
- Hendriani, S., & Nulhaqim, A. S. (2008). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Dalam Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Mitra Binaan PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia I Cabang Dumai. *Jurnal Kependudukan Padjajaran*, 10 (2), 152.
- Ikhwan, A. (2017). Metode Simulasi Pembelajaran dalam Perspektik Islam. *ISTAWA:Jurnal Pendidikan Islam*, 2 (2), 1-34.
- Irzal, M., Saerang, I., & Jopie, R. J. (2017, Juni). Pelatihan dan Pengembangan SDM Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Jurnalis Media Online di DETIKAWANUA.COM. *Jurnal EMBA*, 1123-141.
- Ishwara, L. (2007). *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Lattu, I. (2013). Scientiarum: Anak Kandung Reformasi Dari Rahim UKSW. In S. M. UKSW, Y. Rissy, R. Fitria, C. Manuputty, & A. K. Budiarto (Eds.), *Sejarah Lembaga Kemahasiswaan dan Pembinaan Kemahasiswaan: Sebuah Potret Perjuangan Meraih Dasar, Visi dan Misi UKSW Serta Harapan Masa Depan*. Salatiga, Jawa Tengah, Indonesia: Satya Wacana University Press.
- Levy, P. (2009). *Industrial/ Organizational Psychology: Understanding the Workplace Third Edition*. New York: Worth Publisher.
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016, Maret). Studi Deskriptif Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management, II*.
- Marjaya, I., & Pasaribu, F. (2019, Maret). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2 (1), 129-147.
- Muhammad, F. (2018, November). Diseminasi Integrasi Keilmuan Jurnalisme Profetik Dalam Pengembangan Kurikulum Jurusan Jurnalistik. *Jurnalisa*, 4 (2), 151-165.
- Mulyana, Prabandini, O., & Meiyanto, I. (2009). Peningkatan efikasi diri terhadap pengambilan keputusan karir melalui pelatihan perencanaan karir. *Doctoral Disertation*.
- Munparidi. (2012, Mei). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VII*, 47-54.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Pratopo, W. M., & Kusajibrata, N. (2018, Maret). Kovergensi di Ruang Redaksi pada. *Jurnal Studi Komunikasi*, 103-125.
- Rahadi, F. (2006). Panduan lengkap menulis artikel, feature dan esai: modul dasar pelatihan jurnalistik bagi pemula dilengkapi dengan aneka contoh tulisan. Jakarta: Kawan Pustaka (Edisi Revisi).
- Riskiawan, H. Y., Setyohadi, D. P., & Arifianto, S. A. (2016, Juni). Pelatihan Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Untuk Meningkatkan Kualitas dan Kreativitas Guru SMA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, 1 (1), 48-52.

-
- Roshchin, S., & Travkin, P. (2017). Determinants of on-the-job training in enterprises: the Russian case. *European Journal of Training and Development*.
- Salinding, R. (2011). Analisis Pengaruh Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Erajaya Swasembada Cabang Makassar. *Jurnal Manajemen*, 83-106.
- Schiffrin, A., & Beherman, M. (2011). Does Training Make a Difference? Evaluating Journalism Training Programs in Sub-Saharan Africa. *Journalism and Mass Communication Educator*, 340-360.
- Shenge, N. (2014). Training Evaluation: Process, Benefits, and Issues. *Ife Centre for Psychological Studies*, 50-58.
- Soepandi, A. (2020, Oktober 20). Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT.Kenko No Kai. *Jurnal Ilmiah Semarak*, III, 11-28.
- Surbhi, J. (2019). Key Trends to Corporate Training & Development . Canada: Society Publishing.
- Widodo, Y. (2010). Menyoal Etika Jurnalisme Kontemporer:. *Jurnal ASPIKOM*, 1 (1), 41-59.
- Wilson, J. (2005). Human Resource Development: Learning and Training for Individuals and Organizations 2nd. London, English: Kogan Page.
- Yogatama, A. N. (2016). Pengaruh Pelatihan Demografi, dan keterampilan terhadap Penggunaan Sistem Informasi Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah dan Ekonomi Asia*, 10 (2), 17-25.

LAMPIRAN**Tabel 6: Ringkasan Evaluasi Pelatihan dan Pengembangan LPM Scientiarum**

No	Kategori	Evaluasi
1.	Analisis organisasi	Keakraban dan kedekatan antara senior SA dengan junior SA, dan sesama anggota masih kurang Kaderisasi pemimpin baru untuk pergantian periode belum tuntas dan kurang
No.	Kategori	Evaluasi
2.	Analisis tugas	Sejak awal periode berjalan, LPM SA terlalu fokus merancang pelatihan formal dengan menghadirkan pelatih profesional dan melupakan metode mentoring Tidak optimal dalam merancang dan mendesain program pelatihan dengan pelatih profesional. Selain itu kecocokan waktu mendatangkan pelatih tidak pernah pas, sehingga akhirnya tidak jadi mendatangkan LPM SA terkadang tidak tepat sasaran dalam mengikuti pelatihan di luar. Pelatihan yang ditemui ternyata dilatih oleh pelatih yang memiliki kemampuan di bawah anggota LPM SA Pelatihan junior SA dengan memberikan tugas peliputan berita langsung dengan isu-isu kritis masih sangat kurang. Junior SA masih sering mencari isu-isu sendiri dan hasilnya kurang dapat memantik berita yang akan diliput, isu masih terlalu biasa. Selain itu penugasan terlalu banyak pada liputan santai seperti <i>media partner</i> Dalam kontribusi pengembangan LPM SA, anggota divisi bisnis tidak bergerak dalam menjalankan tugasnya. Divisi bisnis tidak adaptif dalam mencari peluang usaha yang ada sesuai fenomena yang terjadi, selain itu kurang berinovasi <i>Output</i> produk divisi litbang belum terlihat signifikan. Produk jurnalistik lebih banyak didominasi oleh divisi redaksi Delegasi senior SA periode lanjut masih sepenuhnya bergantung dengan senior SA lama, baik dalam pengetahuan jurnalistik maupun kesiapan kepemimpinan. Dalam hal ini senior SA lanjut seringkali merasa tidak siap untuk memimpin periode lanjut LPM SA mengalami kebingungan menghadapi anggota baru ketika anggota handal LPM SA lulus kuliah. Periode lanjut masih kesulitan dalam beradaptasi dengan budaya baru yang terbentuk oleh banyaknya orang-orang baru. Selain itu anggota handal habis, sedangkan anggota baru belum cukup memiliki kemampuan jurnalistik Struktur organisasi LPM SA masih berantakan. Ada ketidakjujuran jumlah anggota di akhir periode saat pelaporan pertanggungjawaban. Dalam hal ini pengunduran diri dan menjadi anggota non-aktif sangat mudah dilakukan di LPM SA
3.	Desain instruksional	Desain dan perancangan pelatihan oleh divisi litbang tidak dihargai dan dimanfaatkan secara maksimal oleh anggota LPM SA Desain pelatihan yang dirancang divisi litbang belum jelas dan terstruktur. Program pelatihan kurang terencana. Dalam pelaksanaannya masih abstrak dan terlalu santai Program pelatihan lanjut secara formal dengan menghadirkan pelatih profesional selalu gagal untuk diadakan

4.	Prinsip pembelajaran	<p>Pendampingan senior SA pada peliputan berita oleh junior SA masih kurang. Dalam praktiknya junior SA masih sering kebigungan dalam meliput berita</p> <p>Umpan balik hasil <i>editing</i> senior SA (redaktur) terlalu lama diberikan kepada junior SA. Hal ini membuat revisi semakin lama dan terhambat.</p> <p>Penugasan peliputan berita pada realitanya di lapangan junior SA menghadapi tantangan dalam situasi kondisional yang tidak terdapat dalam teori pelatihan</p>
5.	Pendekatan berbasis teknologi	<p>LPM SA masih kurang tanggap dengan era digital. Masih sangat sedikit produk jurnalistik yang mengarah pada multimedia. LPM SA belum memaksimalkan penggunaan media online, media digital, dan media sosial</p>

PEMANFAATAN TEKNOLOGI CLOUD COMPUTING UNTUK EFEKTIVITAS KEBIJAKAN WORK FROM HOME

Elisanti Sihite

Agus Sugiarto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

Cloud Computing technology is a compute model where remote data storage, processing and use can be accessed over the Internet. Cloud Computing technology is part of the effectiveness of Work From Home policy, which is changing the working system in a new way. This research aims to describe and understand the use of Cloud Computing, service models, deployment models and advantages and disadvantages as WFH policies that can be implemented by industry and organization. The research method used is literature review conducted by examining the topic more thoroughly than the research that has been done before. The study found that globally, use of Cloud Computing in 2020 will increase by 50 percent. Cloud Computing service providers consist of domestic companies namely PT Telkom and overseas companies namely Amazon.com, Inc. It was found that Cloud Computing technology in Indonesia has been implemented in both the company and the Institute of Government. The service model is used namely Cloud Software as a Service while for its deployment model is Hybrid Cloud. Conclusions that can be drawn are service models that have been used by companies and government institutes during the wfh policy, namely cloud software as a service (SaaS) service model namely Paques Cloud Connect while for its deployment model is Hybrid Computing. For the advantages / benefits of Cloud Computing technology for organizations that do not require users to have a hard drive, reduce the cost of procurement of resources, save working time and facilitate users when monitoring management and operational systems, while for the shortcomings are having to with a stable internet connection and un provided access for tenants of Cloud Computing services to data sources.

Keywords: *Cloud Computing, WFH policy Effectiveness*

Abstrak

Teknologi Cloud Computing merupakan model komputasi tempat penyimpanan, pemrosesan dan penggunaan data jarak jauh yang dapat di akses melalui internet. Teknologi Cloud Computing adalah bagian dari efektivitas kebijakan Work From Home yakni perubahan sistem kerja dengan cara baru. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan dan memahami penggunaan Cloud Computing, model layanan, model penyebaran serta kelebihan dan kekurangan sebagai kebijakan WFH yang dapat diimplementasikan oleh industri dan organisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah literature review yang dilakukan dengan meneliti topik secara lebih dalam dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Penelitian ini menemukan bahwa secara global penggunaan komputasi awan (cloud) pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 50 persen. Penyedia layanan Cloud Computing terdiri dari perusahaan dalam negeri yakni PT Telkom dan perusahaan luar negeri yakni Amazon.com, Inc. Ditemukan bahwa teknologi Cloud Computing di Indonesia telah diimplementasikan baik di perusahaan dan Institut Pemerintahan. Model layanan digunakan yaitu Cloud Software as a Service sedangkan untuk model penyebarannya yaitu Hybrid Cloud. Kesimpulan yang dapat diambil yakni model layanan yang telah digunakan oleh perusahaan dan Institut Pemerintahan selama ditetapkannya kebijakan WFH yaitu model layanan Cloud Software as a Service (SaaS) yakni Paques Cloud Connect sedangkan untuk model penyebarannya yaitu Hybrid Computing.

212017266@student.uksw.edu

Untuk kelebihan/manfaat teknologi Cloud Computing bagi organisasi yakni tidak mengharuskan pengguna untuk memiliki hardisk, menekan biaya pengadaan sumber daya, menghemat waktu kerja serta memudahkan pengguna saat melakukan pemantauan sistem manajemen dan operasional, sedangkan untuk kekurangannya adalah harus dengan koneksi internet yang stabil dan tidak disediakan akses bagi penyewa layanan Cloud Computing ke sumber data.

Kata kunci: *Komputasi Awan, Efektivitas kebijakan WFH*

PENDAHULUAN

Pandemi menyebabkan hampir semua perusahaan di dunia menerapkan skema *Work From Home* (WFH) bagi karyawan. Skema WFH merupakan anjuran dari WHO atau *World Health Organization* sebagai upaya untuk mendorong negara-negara di dunia agar lebih bijak, terus berinovasi dan peka terhadap teknologi ketika di perhadapkan dengan situasi yang berbeda (Mungkasa, 2020). Seiring maraknya penerapan skema WFH yang menjadi tren saat ini, membuat penggunaan teknologi *Cloud Computing* semakin meningkat baik dari segi perusahaan maupun pemerintahan (Yasmine, 2020). Agustina (2020) mengemukakan bahwa perubahan menjadi dorongan bagi personal dalam memahami dunia digital dan memberikan hasil berupa *output* dan pemasukan bagi perusahaan meskipun dalam implikasinya masih ada beberapa perusahaan yang belum mengimplementasikan teknologi berbasis *cloud*. Perubahan tersebut menimbulkan kebijakan baru untuk membangun industri dan institusi di masa mendatang. Dengan adanya kebijakan ini, menuntut semua sektor dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai efektivitas kebijakan WFH yang berupa alat penyimpanan data dan informasi baru guna mendukung penerapan sistem kerja dengan cara baru. Kebijakan WFH secara tidak langsung menjadi tantangan bagi perusahaan besar karena naiknya penggunaan digitalisasi dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan dan karyawan, disisi lain kebijakan ini menjadi kesempatan perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya manusia. Selain itu, *Work From Home* (WFH) alias bekerja di rumah sebagai efektivitas kebijakan WFH untuk meminimalisir dampak dan penyebaran virus Corona (COVID-19), kebijakan WFH telah dijalankan mulai dari level kementerian sampai perusahaan yang berbasis teknologi karena selain mendukung cara kerja yang kolaboratif dapat menghasilkan lebih banyak hal positif seperti: membangun *Digital Culture & Mindset* serta mengembangkan kompetensi digital dengan memanfaatkan teknologi dan *Collaboration Platform* (Tribunnews.com, 2020).

Dalam perkembangannya *Cloud Computing* mampu menyediakan berbagai jenis layanan seperti: layanan perangkat keras (*hardware*), infrastruktur, platform dan aplikasi. Untuk penggunaan dan pemanfaatannya, fasilitas *Cloud Computing* sangat praktis dan

mudah dilakukan oleh pengguna akhir (*end-user*) tanpa harus mengetahui lokasi fisik dan konfigurasi dari sistem komputasi karena sistem komputasi dari penyedia layanan *Cloud Computing* mampu menyembunyikan berbagai kompleksitas dari manajemen infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi dari para pengguna (Jamaluddin, 2015).

Dhika, Destiawati & Jaya (2020) menjelaskan bahwa sejak satu bulan lebih lamanya penerapan WFH, perusahaan Mid Solusi Nusantara (Mekari) yang bergerak di bidang *Software as a service* telah mengadopsi teknologi berbasis *cloud* berupa *Software Payroll* dan *HRIS*. Teknologi berbasis *cloud* diyakini mampu mengatasi beberapa masalah yang terjadi di masa WFH, antara lain: (1) Membantu HRD (*Human Resource Development*) dalam mengelola *payroll* dari puluhan hingga ratusan karyawan yang dianggap efektif dan efisien untuk mendata kehadiran karyawan; (2) Membantu HR dalam menghadapi perilaku baru seperti: penghitungan data absensi, *time-off* atau *overtime* serta meminimalisir kesalahan pada proses *payroll*; (3) *Cloud Computing* dapat membantu institusi dalam proses komputasi yang meliputi: *server*, arsip *database*, *networking software*, analisis serta intelegensi guna meningkatkan bisnis dengan inovasi yang lebih cepat (Bisnis.com, 2020); (4) Teknologi *Cloud Computing* dapat membuat pekerjaan-pekerjaan menjadi lebih terorganisir dan efisien, teknologi ini tergolong mudah dan aman untuk diaplikasikan oleh semua *end user* sehingga dapat meminimalisir risiko kehilangan data. Maka dari itu penelitian kali ini mengkaji informasi lebih rinci mengenai konsep perlindungan hukum berbasis *Cloud Computing* dan bagaimana penerapannya sebagai kebijakan WFH diyakini dapat memberikan prospek cerah bagi pelaku industri yang belum dilakukan riset oleh peneliti sebelumnya.

Masalah dalam penelitian ini yakni implementasi teknologi *Cloud Computing* sebagai efektivitas kebijakan *Work From Home* (WFH) di masa pandemi Covid-19. Berdasarkan masalah penelitian yang diperoleh maka ditemukan persoalan penelitian yang akan digali lebih dalam yaitu: 1. Bagaimana penggunaan teknologi *Cloud Computing* sebagai kebijakan WFH? 2. Bagaimana model layanan & penyebaran teknologi *Cloud Computing* sebagai kebijakan WFH? 3. Apa saja kelebihan dan kekurangan teknologi *Cloud Computing* sebagai kebijakan WFH? Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menggambarkan dan memahami penggunaan teknologi *Cloud Computing*, model layanan dan penyebarannya serta kelebihan dan kekurangan sebagai kebijakan WFH yang diimplementasikan oleh pihak perusahaan dan karyawan. Dari beberapa tujuan yang diuraikan, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut: 1. Menjadi sarana bagi perusahaan

dan karyawan yang sedang mempraktikkan kebijakan WFH melalui teknologi *Cloud Computing*. 2. Menjadi sumber referensi kebijakan untuk semua pihak yang menerapkan terutama bagian MSDM dalam meningkatkan sistem kerja dengan cara baru.

TELAAH PUSTAKA

Konsep Perlindungan Hukum berbasis Cloud Computing dan Kebijakan WFH

Dewi (2016) menjelaskan bahwa konsep perlindungan hukum atas data tergantung kepada kesediaan seseorang dalam mempublikasi data serta adanya ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi. Hukum perlindungan data meliputi langkah-langkah mengenai perlindungan dan keamanan data pribadi. Konsep ini sudah ada sejak tahun 1890 di saat Louis Brandeis menulis esainya dengan judul *The Right To Privasi* yang dipublikasikan oleh Harvard Law Review. Fatmawati, Hermono & Budi S.H., (2016) mengemukakan bahwa mengenai perlindungan data pengguna telah diatur dalam pasal 26 ayat (1) sebagaimana dalam pasal ini ditegaskan tidak diperkenankan menggunakan data maupun informasi seseorang tanpa adanya persetujuan dari pihak yang bersangkutan, tujuannya untuk memberikan rasa aman terhadap pengguna sistem *Cloud Computing*. Untuk pelaksanaannya harus melalui dua tahapan perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum yang berasal dari pemerintah guna mencegah pelanggaran yang belum terjadi, sedangkan perlindungan hukum represif adalah perlindungan hukum yang digunakan saat terjadinya pelanggaran guna mengantisipasi apabila terjadi kebocoran data serta diberlakukannya sanksi seperti denda atau penjara.

Syarpani, Kurnia & Husain (2014) menjelaskan ketentuan perundang-undangan yang mengatur tentang data pribadi sudah disahkan dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), akan tetapi masih dianggap belum relevan karena hanya memuat ketentuan umum dan tidak ada penjelasan yang lebih spesifik sehingga tidak menjamin perlindungan data pribadi, berbeda dengan riset yang dilakukan Mungkasa (2020) menjelaskan bahwa saat kebijakan WFH mulai diterapkan, terdapat isu yang mendasari timbulnya kebijakan perusahaan seperti; (1) Kelayakan yang menegaskan bahwa adanya kebijakan diharapkan mampu memberikan makna kejelasan dari bekerja jarak jauh; (2) Ketersediaan akan fasilitas serta aturan baru sebagai panduan bekerja; (3) Adanya kesepakatan akan jadwal yang ditetapkan untuk menghindari diskriminasi antar pekerja; (4) Adanya respon cepat baik dari atasan maupun

karyawan dalam penerapan kebijakan baru; (5) Produktivitas menjadi tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan produktivitas kerja.

Kornelius (2020) menjelaskan bahwa kebijakan WFH secara tidak langsung menurunkan pendapatan masyarakat karena tidak semua pekerjaan dapat dikerjakan dari rumah, munculnya kebijakan ini telah memperoleh tanggapan dari pemerintah berupa stimulus perekonomian nasional yang diusahakan demi kesejahteraan masyarakat. Meilinda & Taufik (2020) menjelaskan bahwa semenjak Covid-19 telah muncul kebijakan dalam jangka pendek yakni disebut sebagai proliferasi kebijakan. Menariknya, terdapat perubahan kebijakan yang tercantum dalam Keppres No.7 tahun 2020 menjadi Keppres No. 9 tahun 2020 mengenai gugus tugas percepatan penanganan Covid-19, dengan adanya kebijakan yang disahkan oleh pemerintah ini justru menjadi sorotan publik karena dianggap tujuan diberlakukannya kebijakan tidak berfokus pada pencegahan melainkan penanganan.

Penggunaan Teknologi Cloud Computing sebagai Kebijakan WFH

Mutia (2016) menjelaskan bahwa teknologi *Cloud Computing* sudah ada sejak 1960-an bersamaan dengan situs Internet dan *Web*, namun saat itu internet lebih awal populer karena adanya perubahan *bandwith* pada tahun 1990-an. Mengenai cara kerja *Cloud Computing* ini bersifat transparan artinya pengguna tidak diharuskan memiliki pengalaman khusus dalam mengoperasikan sistem ini. Irion (2015) mengemukakan bahwa istilah awan yang digunakan dalam *Cloud Computing* untuk menggambarkan model tempat penyimpanan, pemrosesan dan penggunaan data jarak jauh yang dapat di akses melalui internet. Dalam implementasinya teknologi *Cloud Computing* atau dikenal dengan istilah komputasi awan sebagai media sederhana dan terbilang sangat praktis bagi pelaku usaha yang berbaaur di dunia bisnis guna meminimalkan keperluan akan sumber daya (Ismayani, 2013). Chourasia, Dong & Prescod (2015) mengemukakan bahwa layanan *cloud* yang dikembangkan oleh pihak eksternal yakni perusahaan *Cloud Computing* dipercaya lebih cepat daripada mengadopsi teknologi informasi secara internal. Fadil (2020) mengemukakan bahwa penggunaan sumber daya *Cloud Computing* mencakup sumber daya fisik dan sumber daya virtual sehingga termasuk teknologi yang sangat cepat perkembangannya dalam mengalihkan dunia bisnis dan membuat perusahaan memilih bergabung pada *server* ini karena dapat menekan besarnya biaya yang harus dikeluarkan perusahaan daripada membeli *software* dan *server* yang diperkirakan tingkat kegagalannya 55-75 persen.

Implementasi teknologi *Cloud Computing* di perusahaan atau instansi menjadi sangat penting, banyak perusahaan yang telah beralih pada *Cloud Computing* karena dipercaya membantu penyelesaian dengan sistem komputerisasi yang dapat meminimalkan kerugian biaya infrastruktur pembelian *software* maupun biaya listrik (Euis & Heryana, 2018). Kurniawan (2015) menambahkan bahwa teknologi *Cloud Computing* telah memberikan banyak kemudahan yang bersifat *scalable* yang berarti terukur dan secara otomatis sudah terhubung dengan IP jaringan. Variasi dari layanan ini terdiri dari *Microsoft, Google* dan *Amazon*.

Penelitian Fauziah (2014) menjelaskan bahwa teknologi *Cloud Computing* menurut A. Rifai ZA (2010) dalam *e-book "Cloud Computing strategies"* berbasis pada permintaan pengguna yakni (*Inflection Point*) yang terdiri dari infrastruktur berbasis data, platform dan pelayanan yang berbasis *Cloud Computing*. Muslim & Retno (2014) menambahkan bahwa *Cloud Computing* merupakan sebuah versi *client-server* yang memiliki kapasitas seperti: *Server, Storage, Network* dan *Software* yang dianggap sebagai layanan yang mudah untuk dikontrol oleh pengguna. Rata-rata komunitas memilih untuk mengadopsi teknologi ini sebagai layanan *Cloud Hosting Provider*. Namun, berbeda dengan riset yang dilakukan oleh Dewi (2016) menambahkan bahwa *Cloud Computing* dapat langsung digunakan tanpa harus melakukan instalasi dan tidak ada batasan akses, akan tetapi ini justru menimbulkan masalah hukum baru yang dirasa telah melanggar *privasi* terkait data pribadi seperti data yang bersangkutan dengan identitas pelanggan.

Fatmawati, Hermono & Budi, S.H., (2016) menjelaskan bahwa dikaji dari artikel *Communications World Weekly*, teknologi *Cloud Computing* menjadi generasi keempat dalam revolusi bidang teknologi informasi. Nurohman, H & Riana (2018) mengemukakan bahwa penggunaan teknologi *Cloud Computing* sudah diterapkan oleh Instansi Kementerian Perindustrian yang dipercaya dapat mengatasi masalah dalam *sharing* dokumen antar direktorat dengan bantuan jaringan internet yakni *Wide Area Network (WAN)* dengan merancang *Cloud Computing Private* yaitu *Service Layer Infrastructure As a Service* yang diperuntukkan untuk karyawan, dimana teknologi ini menyediakan layanan seperti: menyimpan data, perangkat lunak dan multimedia yang didukung dengan jaringan internet yang stabil dengan tipe *Clie-Server* yakni secara internal memiliki daya muat *storage* sesuai kebutuhan pemakai guna memudahkan industri menghubungkan dokumen melalui gadget, laptop atau komputer tanpa batas.

Prabowo, Widyawan, M, Muslim, & Utama (2017) menjelaskan bahwa di tahun 2015 penggunaan teknologi *Cloud Computing* oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) untuk menggantikan prasarana *data center* yang sudah tidak layak, dalam implementasinya institusi dituntut mampu menciptakan strategi yang efektif untuk mengantisipasi risiko yang dapat berpengaruh terhadap kinerja. Salah satu faktor utama yang termasuk dalam kriteria *Network Preparedness/ Digital Infrastructure* oleh pemerintah yaitu *Cloud Computing* di bagian layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) seperti: depresiasi biaya, kemampuan dalam menghasilkan layanan yang optimal dan cara menghubungkannya tidak ada batasan baik waktu, tempat dan perangkat dalam Zhang & Chen (2010) hal ini mendorong pemerintah dengan cepat mengadopsi *Cloud Computing*. Namun, sejauh ini layanan *Cloud Computing* yang dipraktikkan oleh LIPI hanya berlandaskan dari fenomena yang terjadi dan sampai saat ini belum dilakukannya pemeriksaan. Maka dari itu dalam (*Cloud Security Alliance, 2013*) menyatakan bahwa dibutuhkannya standar yang tepat sebagai acuan mengelola penggunaan teknologi *Cloud Computing* dari risiko seperti pelanggaran data, kehilangan data, ketidakamanan *APIs*, kegagalan dalam layanan, ancaman bagi pengguna, penyalahgunaan layanan *cloud*, penyelesaian dalam pengujian yang tidak memadai, masalah teknologi di waktu yang sama.

Jones, Irani, Sivarajah & Love (2019) mengemukakan bahwa dalam konteks pemerintahan, komputasi awan yakni *Cloud Computing* digunakan sebagai alat untuk memfasilitasi saat berbagi informasi, mengolah aplikasi dan dijadikan sebagai ukuran untuk menghemat biaya. Selain itu, kehadiran teknologi ini mampu memfasilitasi strategi teknologi informasi (TI) dalam mengembangkan sistemnya dengan cara memberikan kesempatan kepada pengguna untuk mengakses sistem *cloud* serta terhubung dengan koneksi internet. Onyegbula, Dawson & Stevens (2011) menjelaskan bahwa *Cloud Computing* merupakan cara inovatif dalam penghematan biaya di lembaga pemerintahan. Hambatan yang sering terjadi dalam kelancaran sistem operasi diantaranya: kendala anggaran, kurangnya efisiensi dalam mengolah dan media penghubung komunikasi. Dengan adanya teknologi *Cloud Computing* dapat meminimalkan pengeluaran pemerintah terkait perluasan Teknologi Informasi (TI) dimana pemerintah hanya mengeluarkan biaya penggunaan sumberdaya tanpa melibatkan pegawai khusus untuk mengelola masalah Teknologi Informasi (TI).

Model Layanan & Penyebaran Teknologi Cloud Computing sebagai Kebijakan WFH

Sudaryono, Aryani & Ningrum (2012) menjelaskan bahwa terdapat tiga model layanan yang disediakan *Cloud Computing* yaitu; (1) *Cloud Software as a Service (SaaS)* merupakan layanan yang penggunanya tidak perlu memiliki *hardware* dan *software CRM* karena penggunaannya yang tidak memiliki batasan memungkinkan pengguna mendapatkan aplikasi terbaru ketika melakukan pembaharuan atau dikenal dengan istilah *upgrade*; (2) *Platform as a Service (PaaS)* adalah aplikasi yang bersifat *package* yakni tidak dapat digunakan untuk bisnis secara maksimal yang telah melakukan kerja sama dengan penyedia layanan *Paas* seperti: *Microsoft Azure* dan *Amazon Web Services*; (3) *Infrastructure as a Service (IaaS)* merupakan layanan yang hanya menyediakan sumber daya komputasi *processor*, *storage* dan *memory*, namun kekurangan layanan ini yaitu penyedia tidak memberikan sistem operasi dan aplikasinya.

Ashari & Setiawan (2011) terdapat empat model penyebaran *Cloud Computing*, yaitu; (1) *Private Cloud* merupakan prasarana *cloud* yang digunakan oleh organisasi, pihak ketiga atau campuran dari beberapa pihak; (2) *Community Cloud* adalah prasarana yang digunakan organisasi secara bersama; (3) *Public Cloud* merupakan prasarana yang diberlakukan untuk umum; (4) *Hybrid Cloud* merupakan prasarana *cloud* yang terdiri dari dua atau lebih komposisi seperti: komunitas, swasta, publik.

Wahyu Setyo Prabowo, Muslim & Iryanto (2015) menjelaskan bahwa model layanan yang digunakan oleh Institut Pemerintahan yaitu model layanan *Cloud Computing* yakni *Cloud Software as a Service (SaaS)*, penggunaan layanan yang dapat diakses oleh klien melalui antarmuka seperti: *web browser* yakni *email* yang berbasis *web*, uniknya personal tidak sepenuhnya dapat mengendalikan ataupun mengelola dasar infrastruktur awan seperti: *server*, jaringan, sistem operasi, penyimpanan dan kemampuan aplikasi pengguna.

Kelebihan dan Kekurangan teknologi Cloud Computing sebagai Kebijakan WFH

Cole & Moore (2018) mengemukakan bahwa perangkat *cloud* dapat mengelola perangkat keras dan perangkat lunak yang memungkinkan pengguna dapat merancang alur kerja yang mencakup aplikasi, *database*, sistem, jaringan, penyimpanan dan *web server* serta dapat memfokuskan pada cara mengembangkan dan pengoperasian sistem yang sudah ada. *Cloud Computing* memberikan keuntungan dibandingkan dengan pusat data perusahaan konvensional, termasuk kemampuan dalam mengukur beban kerja yang

semakin meningkat, mengatasi masalah data dengan cepat serta dapat memantau status aplikasi dari jarak jauh.

Kurniawan (2015) menjelaskan bahwa kelebihan atau manfaat dari penerapan *Cloud Computing* memberikan pandangan yang berbeda dari setiap pihak baik dari segi pembelajaran yakni kualitas sarana belajar maupun segi ekonomi bagi perusahaan. Christanto & Suprayogi (2017) menambahkan kelebihan dari teknologi *Cloud Computing* yaitu dengan adanya skalabilitas dan penambahan daya muat tidak mengharuskan pengguna untuk memiliki *hardisk* dan mengenai kekhawatiran akan pembobolan data telah diamankan oleh layanan *Cloud Computing*. Sudaryono, Aryani & Ningrum (2012) menjelaskan bahwa (dalam Hartig, 2008) kelebihan *Cloud Computing* memberikan kemudahan seperti; (1) Seorang perintis dalam dunia bisnis tidak perlu menanamkan modal di awal untuk membeli sebuah *hardware* melainkan dapat melakukan pembayaran sesuai pemakaian saja; (2) Dapat mengubah *CAPEX* menjadi *OPEX* yang berarti tidak perlu mengeluarkan dana atau modal diluar biaya operasional; (3) Fleksibel yakni penggunaannya sesuai kebutuhan (4) Dapat memfokuskan pada bisnis.

Ashari & Setiawan (2011) menambahkan bahwa kelebihan lain diantaranya yaitu menekan biaya pengadaan sumber daya, biaya operasional, meminimalkan waktu yang terpakai, memudahkan memantau sistem manajemen dan operasional serta dapat diandalkan dalam membangun kerja sama. Selain itu, teknologi *Cloud Computing* memiliki beberapa kelemahan yang menjadi hambatan baik bagi pengguna maupun perusahaan seperti: harus dengan koneksi internet yang stabil serta tidak disediakan akses ke sumber data khususnya bagi perusahaan yang telah melakukan sistem kontrak pada layanan *Cloud Computing*. Rumetna (2018) menambahkan bahwa kekurangan yang terdapat pada *Cloud Computing* yaitu; 1. Koneksi internet, karena internet merupakan kunci utama untuk terhubung ke sistem *Cloud Computing*; 2. Tidak adanya akses langsung (*direct access*) yang disediakan kepada penyewa layanan *Cloud Computing* ke sumber daya; 3. Kualitas *server*, diperlukan penanganan masalah *server* dan sistem *backup* (pemulihan) apabila sewaktu-waktu akses program mengalami *down*, jika tidak pengguna akan mengalami kerugian yang sangat besar.

Tabel 5 Kelebihan Teknologi Cloud Computing

	Kelebihan
<i>Cloud Computing</i>	Kemampuan mengukur beban kerja Memantau status aplikasi dari jarak jauh Tidak mengharuskan pengguna untuk memiliki <i>hardisk</i> Pembobolan data sudah diamankan oleh layanan <i>Cloud Computing</i> Menekan biaya pengadaan sumber daya Menekan biaya operasional Meminimalkan waktu yang terpakai Dapat diandalkan dalam membangun kerja sama

Tabel 2 Kekurangan Teknologi Cloud Computing

	Kekurangan
<i>Cloud Computing</i>	Harus dengan koneksi internet yang stabil Tidak disediakan akses ke sumber data Kualitas <i>server</i> (Penanganan dan sistem <i>backup</i>)

METODA

Penulisan karya ilmiah mengenai teknologi *Cloud Computing* sebagai efektivitas kebijakan *Work From Home* terkait konsep dan implementasinya dikaji menggunakan metode *literature review* atau literature ilmiah. Yuliana & Kusumawati (2019) menjelaskan bahwa metode *literature review* dilakukan dengan meneliti topik secara lebih dalam dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk memberikan pemahaman yang logis terhadap pembaca. Penelitian ini dilakukan dari berbagai temuan melalui *textbook* dan situs-situs terpercaya seperti *Google Scholar*, *EBSCO* dan kutipan berita terpercaya di Indonesia yakni *Bisnis.com*, *medcom.id*, *ayosemarang.com* dan sumber artikel berita lainnya sebagai pendukung dalam menyusun karya ilmiah ini. Manfaat dari *literature review* yaitu untuk menambah wawasan pada bidang yang diteliti, membuktikan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dengan mengkaji informasi yang relevan secara sistematis, untuk menafsirkan serta memecahkan masalah penelitian melalui metode penelitian yang sudah digunakan sebelumnya.

PEMBAHASAN

Implementasi Teknologi Cloud Computing di Perusahaan

Irion (2015) mengemukakan bahwa istilah awan yang digunakan dalam *Cloud Computing* untuk menggambarkan model komputasi tempat penyimpanan, pemrosesan dan penggunaan data jarak jauh yang dapat diakses melalui internet. Fadil (2020) mengemukakan bahwa penggunaan sumber daya *Cloud Computing* mencakup sumber daya fisik dan sumber daya virtual sehingga termasuk teknologi yang sangat cepat perkembangannya dalam mengalihkan dunia bisnis, membuat perusahaan memilih bergabung pada *server* ini karena dapat menekan besarnya biaya yang harus dikeluarkan perusahaan daripada membeli *software* dan *server* yang diperkirakan tingkat kegagalannya 55-75 persen.

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang menggunakan *Cloud Computing* yaitu PT Telkom yang bergerak di bidang telekomunikasi, layanan data center sebagai pemain utama, implementasi *Cloud Computing* berbasis *private cloud storage* pada perusahaan memberikan manfaat di berbagai sektor industri, pendidikan, pertanian, kesehatan, keuangan dan perbankan (Dewi, 2016). *Private cloud storage* adalah bentuk implementasi rancangan *cloud* yang membutuhkan perangkat keras dan perangkat lunak, untuk mendukung penerapannya dengan cara; 1. Melakukan pengujian lewat *web browser*; 2. Melakukan pengujian *upload* data; 3. Melakukan pengujian *download* data; 4. Melakukan pengujian *sharing* data; 5. Melakukan pengujian sinkronisasi lewat *desktop*; 6. Melakukan analisis perbandingan sistem; 7. Melakukan analisis *SWOT*; 8. Melakukan analisis fungsional; 9. Melakukan analisis non fungsional; 10. Melakukan analisis biaya pengeluaran perancangan sistem (Hernowo, K, & Lestari, 2016).

Implementasi model layanan di perusahaan menggunakan tiga jenis model layanan diantaranya; (1) *Cloud Software as a Service* (SaaS) merupakan layanan yang penggunanya tidak perlu memiliki *hardware* dan *software CRM* karena penggunaannya yang tidak memiliki batasan memungkinkan pengguna mendapatkan aplikasi terbaru ketika melakukan pembaharuan atau dikenal dengan istilah *upgrade*; (2) *Platform as a Service* (PaaS) adalah aplikasi yang bersifat *package* yakni tidak dapat digunakan untuk bisnis secara maksimal yang telah melakukan kerja sama dengan penyedia layanan *Paas* seperti: *Microsoft Azure* dan *Amazon Web Services*; (3) *Infrastructure as a Service* (IaaS) merupakan layanan yang hanya menyediakan sumber daya komputasi *processor*, *storage* dan *memory*, namun kekurangan layanan ini yaitu penyedia tidak memberikan sistem operasi dan

aplikasinya (Sudaryono, Aryani & Ningrum, 2012), sedangkan untuk implementasi model penyebarannya terdiri dari; (1) *Private Cloud* merupakan prasarana *cloud* yang digunakan oleh organisasi, pihak ketiga atau campuran dari beberapa pihak; (2) *Community Cloud* adalah prasarana yang digunakan organisasi secara bersama; (3) *Public Cloud* merupakan prasarana yang diberlakukan untuk umum; (4) *Hybrid Cloud* merupakan prasarana *cloud* yang terdiri dari dua atau lebih komposisi seperti: komunitas, swasta, publik (Ashari & Setiawan, 2011).

Menurut studi McAfee menemukan bahwa secara global penggunaan komputasi awan (*cloud*) mengalami peningkatan sebesar 50 persen bersamaan dengan peningkatan lalu lintas komputasi sebanyak dua kali lipat dari perangkat yang tidak dikelola perusahaan sehingga rentan terhadap potensi kehilangan data (Indotelko.com, 2020). Dewi (2016) menjelaskan bahwa implementasi model layanan *Cloud Computing* di Indonesia diperkirakan hingga tahun 2014 mengalami pertumbuhan sebesar 48 persen per tahun dengan model layanan *infrastructure as a service* paling unggul sebesar 55,9 persen. Selain itu, pada tahun 2015 penggunaan *Cloud Computing* mencapai 3,6 triliun atau naik sebesar 70 persen dibandingkan dengan tahun 2014, diperkirakan *Cloud Computing* masih akan mengalami peningkatan di tahun berikutnya sebesar 20 persen sehingga menjadikan negara Indonesia sebagai salah satu pengguna *Cloud Computing* tertinggi di Asia-Pasifik. Harni (2020) menambahkan bahwa berdasarkan data firmas riset pasar Frost dan Sullivan menyebutkan di tahun 2016 nilai *Cloud Computing* telah mencapai USD172 juta dan diprediksi nilai akan bertambah ditahun 2022 mendatang menjadi USD1,2 miliar. Beberapa badan usaha dalam negeri seperti: PT Telkom, PT Infinys System Indonesia, PT Cyberindo Mega Persada, PT Biznet Networks telah menawarkan kerja sama kepada perusahaan *Cloud Computing*.

Selain itu, *Google* yang berbasis *cloud* telah melakukan kolaborasi dengan perusahaan global yakni *Accenture* yang memiliki tujuan yang sama yaitu berfokus; 1. Menumbuhkan proses bisnis berbasis pembelajaran mesin (*Machine Learning/ML*) dan kecerdasan buatan untuk memunculkan nilai-nilai baru; 2. Mengembangkan infrastruktur dengan mengandalkan komputasi awan dalam beban kerja perusahaan dan menyediakan platform *Google Cloud* sebagai layanan terkelola; 3. Menyebarkan layanan berskala global kepada klien perusahaan yang dikelola *Google Cloud* platform sebagai solusi *System Application and Processing* (SAP); 4. Memberikan pengalaman kepada pelanggan dengan menyatukan data *Google Marketing* platform dengan berbagai sumber data antar

perusahaan, guna menambah wawasan dan keterlibatan pelanggan; 5. Memberlakukan skala *G suite*, yakni pilihan dari *Google* untuk menyatukan berbagai fitur guna membantu perusahaan mengatasi masalah yang berkaitan dengan produktivitas (Fauzan, 2019).

Implementasi dari model layanan *Cloud Computing* yang telah diterapkan di perusahaan yaitu *Cloud Software as a Service (SaaS)* yakni *Paques Cloud Connect Connect* seperti: *Google Spreadsheets, Gmail, Gdoc, Yahoo Mail, Facebook* yang mengutamakan *big data* analitik berbasis *cloud* yakni menggunakan satu platform dalam pemrosesan data (*data processing*), analisa data (*data analytics*) dan visualisasi data (*data visualizations*) sehingga pengguna tidak perlu mencari *software* lain untuk *big data* analitik karena telah banyak memberikan kemudahan baik bagi perusahaan maupun pelaku bisnis (*business executive*) dalam mengatasi tumpukan data seperti: memperlihatkan pola pemasaran, penjualan serta kebutuhan konsumen yang diarahkan untuk percepatan bisnis (Santoso, 2020).

Berdasarkan data kaspersky menyatakan bahwa 32,1 persen perusahaan yang ada di Indonesia akan mengadopsi model layanan komputasi awan dalam jangka waktu 12 bulan mendatang dan diperkirakan sebesar 19,4 persen perusahaan telah mengadopsi komputasi awan publik (Fauzan, 2019) Sedangkan untuk model penyebarannya menurut Gartner di tahun 2020 sekitar 75 persen penggunaan *multi-cloud* yakni *hybrid cloud*. PT Inovasi Informatika (i3) adalah salah satu anak perusahaan *Computrade Technology International (CTI Group)* yang membangun perusahaannya yakni Avvan dengan melibatkan manajemen *multi-cloud* (Setyaningrum, 2020), sedangkan berdasarkan survei *Right Scale* dari 94 persen responden, hampir 69 persen perusahaan telah mengadopsi salah satu model penyebaran *cloud* yakni *hybrid computing* di tahun 2019, hal ini disebabkan karena dalam *hybrid computing* memiliki kombinasi *cloud* pribadi dan *public cloud*. Namun, untuk memaksimalkan laba, perusahaan memiliki beberapa pertimbangan sebelum melakukan adopsi *hybrid computing* diantaranya yaitu: infrastruktur yang handal, kemampuan integrasi layanan dan kemanannya.

Kelebihan dari teknologi *Cloud Computing* yaitu dengan adanya penambahan daya muat tidak mengharuskan pengguna untuk memiliki *hardisk* dan mengenai kekhawatiran akan pembobolan data sudah diamankan oleh layanan *Cloud Computing* (Christanto & Suprayogi, 2017). Kelebihan lainnya adalah menekan biaya pengadaan sumber daya, biaya operasional guna memajukan integritas yang diharapkan, meminimalkan waktu yang terpakai, memudahkan dalam memantau sistem manajemen dan operasional, dapat diandalkan dalam membangun kerja sama sedangkan kelemahannya dianggap sebagai

hambatan baik bagi pengguna maupun perusahaan seperti: harus dengan koneksi internet yang stabil serta tidak disediakan akses ke sumber data khususnya bagi perusahaan yang telah melakukan sistem kontrak pada layanan *Cloud Computing* (Ashari & Setiawan, 2011).

Bondan Widiawan selaku Direktur Pengendalian Informasi Investigasi dan Forensik Digital pada Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) menyatakan bahwa kelebihan *Cloud Computing* dapat digunakan oleh berbagai sektor dan memberikan efisiensi lewat praktik kolaborasi sehingga mudah dalam melakukan interaksi, seperti: data yang sudah disimpan dapat di akses kembali melalui banyak perangkat di infrastruktur *Cloud Computing*. McAfee terikat dalam sistem yang berbasis *cloud*, merupakan salah satu perusahaan perangkat lunak di bidang antivirus dan keamanan komputer yang mampu mendeteksi akses *login* berdasarkan lokasi. Bondan Widiawan menjelaskan bahwa teknologi *Cloud Computing* memiliki kekurangan yang berpotensi sebagai ancaman bagi perusahaan dan pengguna *Cloud Computing*, seperti; 1. Dikutip dari McAfee, dari segi eksternal ancaman meningkat 630 persen dan ditemukan 365 kolaborasi *microsoft* yang ingin bergabung ke sistem dengan cara yang tidak resmi; 2. Pengguna yang memiliki keahlian yang tinggi dapat melakukan *login* ditempat yang berbeda dalam waktu bersamaan; 3. Kesulitan yang dialami aparat penegak hukum yakni BSSN saat mengambil data terkait penyelidikan forensik digital kejahatan sistem komputasi; 4. Dapat melakukan pembajakan informasi karena adanya kesalahan dalam konfigurasi (Rmco.Id, 2020).

Implementasi Teknologi Cloud Computing di Institut Pemerintahan

Prabowo, Widyawan, M, Muslim, & Utama (2017) menjelaskan bahwa di tahun 2015 penggunaan teknologi *Cloud Computing* oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) untuk menggantikan prasarana *data center* yang sudah tidak layak, dalam implementasinya institusi dituntut mampu menciptakan strategi yang efektif untuk mengantisipasi risiko yang dapat berpengaruh terhadap kinerja. Teknologi yang digunakan secara maksimal dapat mendukung proses transformasi yakni penggunaan teknologi oleh pemerintah. Salah satu faktor utama yang termasuk dalam kriteria *Network Preparedness/ Digital Infrastructure* oleh pemerintah yaitu *Cloud Computing* di bagian layanan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) seperti: depresiasi biaya, kemampuan dalam menghasilkan layanan yang optimal dan cara menghubungkannya tidak ada batasan baik waktu, tempat dan perangkat dalam Zhang & Chen (2010) hal ini mendorong pemerintah dengan cepat mengadopsi *Cloud Computing*. Namun, sejauh ini layanan *Cloud Computing* yang dipraktikkan oleh LIPI hanya berlandaskan dari fenomena yang terjadi dan sampai

saat ini belum dilakukannya pemeriksaan. Maka dari itu dalam (*Cloud Security Alliance*, 2013) menyatakan bahwa dibutuhkan standar yang tepat sebagai acuan mengelola penggunaan teknologi *Cloud Computing* dari risiko seperti pelanggaran data, kehilangan data, ketidakamanan *APIs*, kegagalan dalam layanan, ancaman bagi pengguna, penyalahgunaan layanan *cloud*, penyelesaian dalam pengujian yang tidak memadai, masalah teknologi di waktu yang sama.

Untuk penggunaan teknologi *Cloud Computing* sudah diterapkan oleh Instansi Kementerian Perindustrian yang dipercaya dapat mengatasi masalah dalam *sharing* dokumen antar direktorat dengan bantuan jaringan internet yakni *Wide Area Network* (WAN) dengan merancang *Cloud Computing Private* yaitu *Service Layer Infrastructure As a Service* yang diperuntukkan untuk karyawan, dimana teknologi ini menyediakan layanan seperti: menyimpan data, perangkat lunak dan multimedia yang didukung dengan jaringan internet yang stabil dengan tipe *Client-Server* yakni secara internal memiliki daya muat *storage* sesuai kebutuhan pemakai guna memudahkan industri menghubungkan dokumen melalui gadget, laptop atau komputer tanpa batas (Nurohman, H & Riana, 2018).

National Institute Of Standards and Technology (NIST) menyebutkan bahwa terdapat tiga jenis model layanan dalam *Cloud Computing* yaitu *Cloud Software as a Service* (SaaS), *Cloud Platform as a Service* (PaaS) dan *Cloud Infrastructure as a Service* (IaaS) sedangkan untuk model penyebarannya terdiri dari; *Private Cloud*, *Community Cloud*, *Public Cloud* dan *Hybrid Cloud* (Jamaluddin, 2015). Untuk model layanan yang digunakan oleh Institut Pemerintahan yaitu *Software as a Service* (SaaS), penggunaan layanan dapat diakses oleh klien melalui antarmuka seperti: *web browser* yakni *email* yang berbasis *web* dan uniknya personal tidak sepenuhnya dapat mengendalikan ataupun mengelola dasar infrastruktur awan seperti: *server*, jaringan, sistem operasi, penyimpanan dan kemampuan aplikasi pengguna (Wahyu Setyo Prabowo et al., 2015), sedangkan untuk model penyebarannya yaitu dengan memfasilitasi perusahaan penyedia solusi Amerika Serikat, IBM yang berencana untuk membangun pusat data (*data center*) di Indonesia yakni *Public Cloud* (Fauzan, 2019).

Kelebihan lainnya adalah menekan biaya pengadaan sumber daya, biaya operasional guna memajukan integritas yang diharapkan, meminimalkan waktu yang terpakai, memudahkan dalam memantau sistem manajemen dan operasional, dapat diandalkan dalam membangun kerja sama sedangkan kekurangannya adalah hambatan baik pada pengguna maupun perusahaan seperti: harus dengan koneksi internet yang stabil

serta tidak disediakan akses ke sumber data khususnya bagi perusahaan yang telah melakukan sistem kontrak pada layanan *Cloud Computing* (Ashari & Setiawan, 2011).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai pemanfaatan teknologi *Cloud Computing* untuk efektivitas kebijakan *Work From Home*, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan teknologi *Cloud Computing* sejauh ini sudah diimplementasikan oleh perusahaan dan Institut Pemerintahan dengan cara menghubungkan IP jaringan melalui internet untuk mendapatkan akses sebelum menjalankan program sehingga pengguna tidak diharuskan melakukan instalasi karena secara otomatis media penyimpanan data pengguna akan dialihkan ke sumber daya virtual yang akan dilanjutkan ke *server* aplikasi yang berarti data akan diproses dan langsung terintegrasi oleh sistem *Cloud Computing*. Penggunaan teknologi *Cloud Computing* sebagai kebijakan WFH sampai saat ini terus mengalami peningkatan karena organisasi menjadikannya sebagai alat untuk memfasilitasi dalam berbagi informasi dan mengolah aplikasi. Selain itu, penggunaan teknologi *Cloud Computing* selama WFH memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dalam memaksimalkan laba serta menjadi solusi permasalahan bagi pemerintahan dalam meminimalkan data secara efektif dan efisien.

Untuk model layanan yang telah digunakan oleh perusahaan dan Institut Pemerintahan selama ditetapkannya kebijakan WFH yaitu model layanan *Cloud Software as a Service* (SaaS) yakni *Paques Cloud Connect* seperti: *Google Spredsheet, Gmail, Gdoc, Yahoo Mail, Facebook* sedangkan untuk model penyebaran yang dipilih yaitu *Hybrid Cloud* karena dapat memudahkan semua pengguna saat menempatkan data di *Public Cloud*. Namun, dalam implementasinya teknologi *Cloud Computing* memiliki beberapa kelebihan seperti: tidak mengharuskan pengguna untuk memiliki *hardisk*, dapat meneclokkan biaya pengadaan sumber daya, menghemat waktu kerja serta memudahkan pengguna saat melakukan pemantauan sistem manajemen dan operasional, sedangkan untuk kekurangannya seperti: harus dengan koneksi internet yang stabil dan tidak disediakannya akses bagi penyewa layanan *Cloud Computing* ke sumber data.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19: Layanan Daring Semakin Viral, Repositori LAPAN Perlu Peningkatan. *Majalah.Lapan.Go.Id*, 7(2), 2020. Retrieved from <https://majalah.lapan.go.id/index.php/buletin/article/download/2174/2142>
- Ashari, A., & Setiawan, H. (2011). Cloud Computing : Solusi ICT ? *Jurnal Sistem Informasi*, 3(2), 336–345. <https://core.ac.uk/download/pdf/267823656.pdf>
- Bisnis.Com. (2020). Cara Teknologi Permudah Urusan SDM Perusahaan versi Mekari. Retrieved from <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200430/52/1235172/cara-teknologi-permudah-urusan-sdm-perusahaan-versi-mekari>
- Chourasia, S., Dong, L., & Prescod, F. (2015). Cloud Computing Adoption by a Cloud Service Provider: Key Adoption Factors. *Journal Proceedings of the European Conference on E-Learning* Proceedings of the European Conference on e-Learning, 33–40. Retrieved from <http://web.b.ebscohost.com.proxy.cecybrary.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=def8fc81-e519-4cc3-9208-41eefe24b1d0%40sessionmgr120&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtbGl2ZSdzY29wZT1zaXRl#AN=108723260&db=ehh>
- Christanto, F. W., & Suprayogi, M. S. (2017). Pemantauan Sumber Daya Virtual Server pada Cloud Computing Universitas Semarang Menggunakan Network Monitoring System. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 8(2), 629–638. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1555>
- Cole, B. S., & Moore, J. H. (2018). Eleven quick tips for architecting biomedical informatics workflows with cloud computing. *Journal PLoS Computational Biology* PLoS Computational Biology, 14(3), 1–12. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005994>
- Dewi, S. (2016). Konsep Perlindungan Hukum Atas Privasi dan Data Pribadi Dikaitkan dengan Penggunaan Cloud Computing di Indonesia. *Yustisia Jurnal Hukum*, 5(1), 22-30. <https://doi.org/10.20961/yustisia.v5i1.8712>
- Dhika, H., Destiawati, F., & Jaya, M. (2020). Pelatihan cloud computing terhadap guru sekolah. *Communnity Development Journal*, 1(2), 58–63. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/703>
- Euis, & Heryana, N. (2018). Analisis Pemanfaatan Cloud Computing Berbasis Software as a Service sebagai Media Penyimpanan Tugas Praktikum. *Syntax Jurnal Informatika*, 7(1), 26-32.
- Fadil, A. (2020). Strategi Efisiensi Energi dan Penyeimbangan Beban Kerja Layanan Cloud Computing Melalui Konsolidasi Mesin Virtual Dinamis. 3(1), 1–12. <https://journal2.unusa.ac.id/index.php/ATCSJ/article/view/1680>
- Fatmawati, A., & Hermono, Budi, S.H., M. H. (2016). Perlindungan Hukum Atas Data Pengguna oleh Penyedia Layanan Cloud Computing Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Universitas Negeri Surabaya*, 1–10. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/novum/article/download/17895/16177>
- Fauzan, R. (2019). Migrasi ke Komputasi Awan, Perusahaan Lokal Butuh Solusi Mudah. <https://teknologi.bisnis.com/read/20190912/84/1147627/migrasi-ke-komputasi-awan-perusahaan-lokal-butuh-solusi-mudah>
- Fauzan, R. (2019). Pemerintah Sambut Baik Niat IBM Bangun Data Center di Indonesia. Retrieved from <https://teknologi.bisnis.com/read/20190806/282/1133016/pemerintah-sambut-baik-niat-ibm-bangun-data-center-di-indonesia>
- Fauziah, Y. (2014). Tinjauan Keamanan Sistem pada teknologi Cloud Computing. *Jurnal Informatika*, 8(1), 870–883. <https://doi.org/10.26555/jifo.v8i1.a2087>

- Harni, D. (2020). Peran Cloud Computing dalam Proses Transformasi Digital. <https://id.techinasia.com/peran-cloud-computing-dalam-proses-transformasi-digital>
- Hernowo, D., K, R. Y. R., & Lestari, U. (2016). Penerapan Private Cloud Storage Sebagai Media Sharing dan Backup Data di PT Telkom Indonesia Kandatel Kisaran. *Jurnal Jarkom*, 4(2). <https://ejournal.akprind.ac.id/index.php/jarkom/article/view/750>
- Indotelko.com. (2020). Penggunaan cloud naik 50% selama WFH. Retrieved from <https://www.indotelko.com/read/1593037894/cloud-wfh>
- Irion, K. (2015). Your digital home is no longer your castle: How cloud computing transforms the (legal) relationship between individuals and their personal records. *International Journal of Law and Information Technology*, 23(4), 348–371. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eav015>
- Ismayani, P. (2013). Rancang Bangun Sistem Informasi Berbasis Cloud Computing Untuk Usaha Kecil dan Menengah. *Sniptek Jurnal*, 152–155. <https://konferensi.nusamandiri.ac.id/prosiding/index.php/sniptek/article/view/325>
- Jamaluddin, J. (2015). Pemanfaatan Fasilitas Cloud Computing Untuk Pembuatan Dokumen dan Presentasi. *Jurnal Majalah Ilmiah Methoda*, 5(2), 63-68. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ue9dw>
- Jayanti, C. S. (2019). Perlindungan Hukum Hak Atas Data Pribadi Dalam Transaksi Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. 8(5). <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/16250>
- Jones, S., Irani, Z., Sivarajah, U., & Love, P. E. D. (2019). Risks and rewards of cloud computing in the UK public sector: A reflection on three Organisational case studies. *Information Systems Frontiers Journal*, 21(2), 359–382. <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9756-0>
- Kornelius, B. (2020). Urgensi Kebijakan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Fintech Peer To Peer Lending Akibat Penyebaran COVID-19. *Rechtsvinding Media Jurnal*, 9(2), 203–217. <https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/427>
- Kurniawan, E. (2015). Penerapan Teknologi Cloud Computing di Universitas Studi Kasus: Fakultas Teknologi Informasi UKDW. *Jurnal Eksis*, 08(01), 29–36.
- Meilinda, S. D., & Taufik. (2020). Prosiding Seminar Nasional Problematika Sosial Pandemi COVID-19 “Membangun Optimisme di Tengah Pandemi Covid-19.” Prosiding Seminar Nasional Problematika Sosial Pandemi Covid-19, 82–88. Retrieved from <https://www.ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19/article/view/43>
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 126–150. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119>
- Muslim, M. A., & Retno, N. A. (2014). Implementasi Cloud Computing Menggunakan Metode Pengembangan Sistem Agile. *Scientific Journal of Informatics*, 1(1), 29–38. <https://doi.org/10.15294/sji.v1i1.3639>
- Mutia, I. (2016). Penerapan Teknologi Komputasi Awan (Cloud Computing) Untuk Pembelajaran Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Jurnal Teknik Informatika*, 9(3), 283–292. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/view/876
- Nurohman, M., H, A. S., & Riana, E. (2018). Perancangan Private Cloud Computing Pada Kementerian Perindustrian Jakarta. *Jurnal Teknik Komputer*, 4(1), 48–55. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jtk/article/view/2453>
- Onyegbula, F., Dawson, M., & Stevens, J. (2011). Understanding the Need and Importance of the Cloud Computing Environment within the National Institute of Food and Agriculture, an Agency of the United States Department of Agriculture. *Journal of Information Systems Technology and Planning*, 4(8), 17–42. <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=659c090d-ae8-4e25-831b->

- a681490ecff7%40sessionmgr4008&bdata=JnNpdGU9ZWZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#AN=66180419&db=iih
- Prabowo, Wahyu S., Widyawan, M, N. A. S., Muslim, H., & Utama, Y. S. (2017). Manajemen Risiko Infrastruktur Cloud Pemerintah Menggunakan Nist Framework Studi Kasus Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, 7(1), 17–36. <https://doi.org/10.17933/jppi.2017.0701002>
- Prabowo, Wahyu Setyo, Muslim, M. H., & Iryanto, S. B. (2015). Pusat Data Privat Virtual Pemerintah Berbasis Komputasi Awan (Studi Empiris Pada Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 6(2).1-13. <https://media.neliti.com/media/publications/122250-ID-none.pdf>
- RMCO.ID. (2020). BSSN Sebut Teknologi Cloud Computing Juga Memiliki Kekurangan. Retrieved from <https://rmco.id/baca-berita/government-action/50422/bssn-sebut-teknologi-cloud-computing-juga-memiliki-kekurangan>
- Rumetna, M. S. (2018). Pemanfaatan Cloud Computing pada Dunia Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(3), 305–314. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201853595>
- Santoso, W. B. (2020). Paquest Cloud Connect Layanan Big Data Analitik Berbasis Cloud. <https://teknologi.bisnis.com/read/20201012/84/1303813/paques-luncurkan-layanan-big-data-analitik-berbasis-cloud>
- Setyaningrum, P. M. (2020). Inovasi Informatika Indonesia Kembangkan Avvan. Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read293928/inovasi-informatika-indonesia-kembangkan-avvan>
- Sudaryono, Aryani, D., & Ningrum, I. T. (2012). Cloud Computing: Teori dan Implementasinya Dalam Dunia Bisnis Dan Pemasaran. *CCIT Journal*, 5(2), 145–167. <https://doi.org/10.33050/ccit.v5i2.147>
- Syarpani, Kurnia, M. P., & Husain, S. (2014). Tinjauan yuridis terhadap perlindungan data pribadi di media elektronik (Berdasarkan Pasal 25 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik). *Jurnal Beraja Niti*, 3(6), 1–29.
- Tribunnews.com. (2020). Kebijakan Work From Home di Tengah Wabah Corona Dinilai Positif untuk Karyawan dan Perusahaan. Retrieved from <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/03/18/kebijakan-work-from-home-di-tengah-wabah-corona-dinilai-positif-untuk-karyawan-dan-perusahaan>
- Yasmine, F. (2020). Tren Cloud Computing: Kenali Tantangan dan Solusinya. Retrieved from <https://infokomputer.grid.id/read/122296996/tren-cloud-computing-kenali-tantangan-dan-solusinya?page=all>
- Yuliana, N., & Kusumawati, W. (2019). Metode Pembelajaran Berbasis Belajar Mandiri (Self Directed Learning) Pada Pendidikan Keperawatan: A Literature Review Self-Directed Learning Methods on Nursing Education: A Literature Review. 6(1), 6–13.

PENDETEKSIAN PERILAKU *HERDING* DI PASAR MODAL INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID-19

Linda Rambu Kuba Yowi^{1 2}

Universitas Kristen Satya Wacana

Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

Abstract

Research to detect herding behavior in the capital market in the context of the COVID-19 pandemic has been carried out but to the best of the author's knowledge it is still relatively small, even in Indonesia there is not yet. The purpose of this study was to detect whether herding behavior occurred during the COVID-19 pandemic in the Indonesian capital market. The research sample size was 571 companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The data used in this study are daily time series data in the form of IHSG (Composite Stock Price Index) and company stock returns from March 3 to May 29, 2020. The data were analyzed using the regression method. The results showed that there was no indication of herding behavior in the Indonesian capital market during the study period (March-May 2020), meaning that during the COVID-19 pandemic, investors tended to behave rationally in making investment decisions. The results of this study are important for investors and regulators in making investment and policy decisions in managing stock and financial markets during the COVID-19 pandemic.

Keywords: COVID-19, Herding Behavior

Abstrak

Riset untuk mendeteksi perilaku herding di pasar modal dalam konteks pandemi COVID-19 telah dilakukan namun sepengetahuan penulis relatif masih sedikit bahkan di Indonesia pun belum ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeteksi apakah terjadi perilaku herding selama pandemi COVID-19 di pasar modal Indonesia. Ukuran sampel penelitian sebanyak 571 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series harian berupa data IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan) dan return saham perusahaan dari tanggal 3 Maret sampai dengan 29 Mei 2020. Data dianalisis menggunakan metode regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada indikasi perilaku herding di pasar modal Indonesia selama periode penelitian (Maret-Mei 2020), artinya bahwa selama masa pandemi COVID-19, investor cenderung berperilaku rasional dalam membuat keputusan investasi. Hasil penelitian ini penting bagi investor dan regulator dalam membuat keputusan investasi dan kebijakan dalam mengelola pasar saham dan keuangan selama pandemi COVID-19.

Kata Kunci: COVID-19, Perilaku Herding

¹lindarky@unkriswina.ac.id

PENDAHULUAN

Behavioral finance muncul ketika teori keuangan tradisional tidak mampu menjelaskan sejumlah anomali atau ketidakkonsistenan pasar yang terjadi. *Behavioral finance* merupakan disiplin ilmu yang mengkaitkan tiga disiplin ilmu yaitu psikologi, sosiologi, dan keuangan. Kehadiran *behavioral finance* bukan untuk melawan teori keuangan tradisional namun untuk melengkapi kelemahan dari teori keuangan tradisional.

Salah satu fundamental dari *behavioral finance* adalah perilaku *herding* (Fromlet, 2001). Perilaku *herding* diduga sebagai salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya inefisiensi pasar. Perilaku *herding* merupakan perilaku yang tidak rasional dimana seorang investor meniru tindakan investor lain pada kondisi yang sama atau mengikuti konsensus pasar dalam membuat keputusan investasi. Perilaku ini terjadi jika ada interaksi berkelanjutan di antara investor rasional yang mencegahnya untuk mencari informasi tentang fundamental pasar. Munculnya perilaku *herding* disebabkan oleh investor dalam bertindak tidak sesuai dengan informasi pribadi yang dimilikinya, tetapi sesuai dengan tindakan yang diambil oleh investor lain. Perilaku *herding* ini dipercaya terjadi di pasar keuangan (Devenow dan Welch 1996).

Chang et al. (2000) berpendapat bahwa perilaku *herding* sering terjadi pada saat *market stress*. Dalam kondisi *market stress*, investor menghadapi ketidakpastian terhadap sumber informasi dan ketidakjelasan sinyal tentang kondisi pasar yang menyebabkan kekhawatiran terhadap kinerja portfolionya sehingga investor enggan melakukan analisis fundamental dan memiliki kecenderungan untuk mengikuti perilaku investor lain yang dianggap lebih ahli dalam mengamankan kinerja portfolio investor tersebut dan sentimen pasar (Lindhe, 2012). Jika *herding* terjadi maka tingkat penyebaran imbal hasil saham akan menurun walaupun imbal hasil portfolio pasar meningkat. Terdapat kesalahan dalam penetapan harga saham karena terjadi bias dalam melihat risiko dan imbal hasil yang diharapkan sehingga menyebabkan harga saham yang tercermin tidak sesuai dengan kondisi ekonominya (Hwang dan Salmon, 2004) dan dapat memperburuk volatilitas pada pasar dan membuat kondisi pasar menjadi tidak stabil (Komalasari, 2016).

Beberapa penelitian untuk mendeteksi perilaku *herding* telah dilakukan. Chong et al. (2017) menemukan bahwa bukti yang signifikan tentang adanya perilaku *herding* pada kondisi pasar yang ekstrim di pasar modal Cina. Ulzii et al. (2020) juga menemukan bahwa di pasar modal Mongolia terdapat perilaku *herding* dengan menggunakan CSAD pada periode 1999-2019. Sedangkan di Indonesia, Setiyono et al. (2013) menemukan adanya

perilaku *herding* institusional di pasar modal Indonesia. Selain itu, perilaku *herding* tidak terbukti di beberapa pasar modal seperti penelitian yang dilakukan oleh Goel (2019) bahwa tidak terdapat perilaku *herding* di pasar modal Bombay, India. Hal yang sama juga terjadi di pasar modal Spanyol bahwa tidak terdapat perilaku *herding* pada kondisi ekstrim (Blasco et al., 2011).

Pada umumnya penelitian yang dilakukan untuk mendeteksi *herding* di pasar modal dengan menggunakan kondisi pasar yang ekstrim atau stres yang disebabkan kondisi ekonomi misalnya krisis keuangan atau krisis global. Beberapa penelitian empiris yang mendeteksi *herding* dalam kondisi krisis keuangan atau krisis global, seperti penelitian yang dilakukan oleh Economou et al. (2011) yang mendeteksi efek *herding* selama krisis keuangan global pada tahun 2007-2008 pada beberapa pasar modal di eropa selatan (Portugis, Italia, Spanyol, dan Yunani), Litimi (2017) melakukan penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi perilaku *herding* di pasar modal Perancis dengan mengambil empat periode krisis yakni: penurunan pasar saham tahun 2002, krisis keuangan global tahun 2008, krisis utang negara di eropa pada tahun 2010, dan brexit pada pertengahan 2016. Hal yang sama juga dilakukan oleh Clements et al. (2017) yang mendeteksi perilaku *herding* pada kondisi krisis *subprime mortgage*, selama utang Eropa dan krisis plafon utang AS dan jatuhnya pasar saham Cina tahun 2015.

Sedangkan dalam penelitian ini untuk mendeteksi perilaku *herding* menggunakan kondisi pasar yang dipengaruhi oleh faktor kesehatan, yakni pandemi COVID-19 yang mewabah secara global di hampir seluruh negara di dunia. Kondisi COVID-19 dijadikan sebagai momentum dalam penelitian ini karena pandemi COVID-19 menghantam seluruh bursa saham global yang dapat berpotensi resesi dan krisis ekonomi. Solihat dan Nugraha (2020) menyatakan bahwa pandemi COVID-19 menimbulkan gangguan ekonomi yang sangat besar di seluruh dunia yang kemudian menyebabkan pergerakan harga yang kejam di banyak pasar keuangan dengan skala yang hampir sebanding dengan krisis keuangan sebelumnya. Pandemi ini pula mengakibatkan ketidakpastian pada pasar keuangan sebagai akibatnya terjadi peningkatan volatilitas harga, kepanikan luar biasa yang disebabkan oleh outlet keterangan terkait penggunaan peningkatan volatilitas pada pasar ekuitas.

Penelitian untuk mendeteksi perilaku *herding* dalam kondisi pandemi COVID-19 telah dilakukan namun sepengetahuan peneliti relatif masih sedikit bahkan di Indonesia pun belum dilakukan. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Wu et al. (2020) bertujuan untuk menyelidiki perilaku *herding* di pasar saham Cina selama pandemi COVID-19.

Penelitian ini menemukan bahwa perilaku *herding* jauh lebih rendah dari biasanya di pasar saham Cina selama periode COVID-19. Selanjutnya, penelitian ini mengeksplorasi perilaku *herding* dalam kondisi pasar yang ekstrim diinduksi oleh COVID-19 dan menemukan bahwa perilaku *herding* lebih menonjol pada saat pergerakan pasar naik, volume perdagangan pasar lebih rendah, dan volatilitas pasar lebih rendah yang disebabkan oleh COVID-19. Kedua, Arias (2020) menyelidiki dampak pandemi COVID-19 pada perilaku *herding* di beberapa bursa efek di Eropa (Perancis (Paris), Jerman (Frankfurt), Italia (Milan), Inggris Raya (London) dan Spanyol (Madrid)) selama periode 3 Januari hingga 19 Juni 2020 dan menemukan bukti kuat bahwa pandemi COVID-19 meningkatkan perilaku *herding* di pasar modal Eropa. Ketiga, Dhall dan Singh (2020) menyelidiki perilaku *herding* di Bursa Saham Nasional India dan menemukan bahwa adanya perilaku *herding* selama periode wabah COVID-19 (1 Januari – 1 Juni 2020). Keempat, Bouri et al. (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara pembentukan *herding* dan COVID-19 di pasar modal beberapa negara di dunia yang diinduksi oleh ketidakpastian pasar. Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Luu dan Luong (2020) menemukan bahwa adanya bukti kuat untuk konfigurasi perilaku *herding* investor di berbagai industri di Vietnam dan Taiwan pada saat pandemi influenza. Keenam, hasil penelitian Allam et al. (2020) menunjukkan bahwa sektor pasar modal Mesir terdiri dari 16 sektor dengan 179 perusahaan, dan terdapat perilaku *herding* pada kasus jual beli di perusahaan yang beroperasi di sektor pasar keuangan pada masa pandemi COVID-19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeteksi ada atau tidak perilaku *herding* selama pandemi COVID-19 di pasar modal Indonesia. Kontribusi penelitian ini memperkaya literatur tentang perilaku *herding* investor dalam konteks pandemi COVID-19.

LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perilaku *Herding*

Hwang dan Salmon (2004) menyatakan bahwa perilaku *herding* muncul ketika investor memutuskan untuk meniru keputusan yang diamati dari orang lain atau pergerakan di pasar daripada mengikuti keyakinan dan informasi mereka sendiri. Investor dikatakan akan melakukan *herding* jika mereka mau mengambil keputusan investasi tanpa mengetahui keputusan investasi investor lain, tetapi ketika investor lain telah memutuskan untuk tidak berinvestasi, mereka juga tidak. Jadi, perilaku *herding* terjadi ketika pengetahuan tentang keputusan investasi investor lain berubah keputusan investasinya dari tidak berinvestasi dalam melakukan investasi, atau sebaliknya (Komalasari, 2016).

Devenow dan Welch (1996) berpendapat bahwa perilaku *herding* muncul karena pertimbangan rasional yaitu investor lebih bijaksana untuk meniru keputusan yang diambil oleh investor lain untuk mendapatkan keuntungan informasional. Pertimbangan rasional terjadi ketika seseorang (a) tidak memiliki informasi pribadi, (b) memiliki informasi pribadi tetapi ragu-ragu dengan kualitas informasi, (c) menganggap kemampuan orang lain untuk memproses informasi lebih baik, dan (d) yakin bahwa investor lain memiliki informasi yang lebih baik.

Perilaku *herding* terbagi menjadi dua yakni perilaku *herding* yang disengaja (*intentional herding*) dan perilaku *herding* yang tidak disengaja (*unintentional herding*). *Intentional herding* terjadi ketika investor secara sengaja mengikuti tindakan dari investor lain dengan mengabaikan informasi pribadi yang dimilikinya. Asumsi *intentional herding* terjadi karena informasi yang tersedia sedikit dan dapat dipercaya di pasar, sehingga menyebabkan investor sulit dalam membuat keputusan sendiri dan lebih memilih untuk mengikuti investor lain. Hal ini dapat mengakibatkan pasar menjadi tidak efisien. Sedangkan *unintentional herding* terjadi ketika beberapa investor yang berada dalam satu kondisi yang sama dengan informasi yang sama sehingga mereka mengambil keputusan yang sama karena investor mengakui bahwa informasi yang tersedia dapat diandalkan dan dipercaya (Bickhandani dan Sharma, 2001).

Komalasari (2016) menyatakan bahwa perilaku *herding* dapat dipengaruhi oleh kondisi pasar pada saat itu terjadi. Perubahan kondisi pasar akan diikuti oleh perubahan perilaku investor, perubahan dalam kegiatan ekonomi, dan kebijakan pemerintah yang ditujukan untuk merangsang atau menstabilkan aktivitas pasar di pasar. Christie dan Huang (1995) berpendapat bahwa proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku

pasar tergantung pada kondisi pasar secara keseluruhan. Selama periode normal, model penetapan harga aset rasional memprediksi bahwa dispersi *return* akan meningkat dengan peningkatan nilai absolut *return* pasar karena investor individu mau berdagang berdasarkan informasi pribadinya. Ketika kondisi pasar berubah secara ekstrim, maka orang cenderung mengabaikan penilaian pribadinya dan memutuskan untuk mengikuti konsensus pasar.

Degirmen et al. (2012) memeriksa perilaku *herding* di pasar berkembang dan maju dan berpendapat bahwa informasi yang berkualitas merupakan salah satu faktor yang membedakan perilaku *herding* antara pasar maju dan pasar berkembang. Keakuratan sinyal informasi di pasar mempengaruhi perilaku *herding*. Sinyal yang lebih informatif yang diterima oleh investor menyebabkan perilaku *herding* cenderung semakin kecil karena investor mempercayai informasi pribadinya. Selain itu, Degirmen et al. (2012) menyatakan distribusi informasi pasar di pasar berkembang relatif kurang informatif daripada pasar maju. Dengan kata lain, kualitas informasi pasar di pasar maju lebih baik daripada pasar berkembang. Oleh karena itu, perilaku *herding* lebih umum di pasar berkembang karena presisi informasi yang relatif rendah.

Pandemi COVID-19 menimbulkan gangguan ekonomi yang sangat besar di seluruh dunia yang pada akhirnya dapat menyebabkan pergerakan harga yang kejam di banyak pasar keuangan dengan skala yang hampir sebanding dengan krisis keuangan sebelumnya. Pandemi ini pula mengakibatkan ketidakpastian pada pasar keuangan sebagai akibatnya terjadi peningkatan volatilitas harga, kepanikan luar biasa yang disebabkan oleh outlet keterangan terkait penggunaan peningkatan volatilitas pada pasar ekuitas (Solihat dan Nugraha, 2020). Dengan adanya kepanikan yang luar biasa dapat menyebabkan investor dalam pengambilan keputusan investasi tidak lagi berdasarkan analisis fundamental tetapi mengikuti investor lain atau konsensus pasar. Wu et al. (2020) menyatakan COVID-19 telah menyebabkan turbulensi parah di pasar keuangan global dan memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku investasi individu.

COVID-19 dapat mempengaruhi perilaku *herding* dalam dua arah. Pertama, investor dihadapkan pada penurunan ekonomi dan ketidakpastian medis dan sosial, pertimbangan ketersediaan informasi untuk mempertahankan dan/ atau berinvestasi di pasar modal berdasarkan keyakinan mereka, atau kedua, mereka mempertimbangkan investor lain yang lebih memiliki informasi dan mengikuti perilaku mereka. Dalam kasus terakhir, pada umumnya investor yang paling banyak informasi, mengetahui perilaku dari investor yang

paling sedikit informasi, sehingga dapat melaksanakan strategi untuk menengahi pasar untuk keuntungan mereka sendiri dan merugikan orang lain (Arias, 2020). Selanjutnya, Arias (2020) menyatakan perilaku *herding* pada gilirannya menyebabkan perilaku pasar modal yang tidak menentu. Takut dan ketidakpastian atas efek pandemi akan mendorong investor yang kurang informasi untuk meninggalkan keyakinan mereka dan mengikuti investor yang lebih memiliki informasi.

Dalam keadaan normal, orang akan memiliki cukup waktu untuk mengumpulkan informasi yang memadai, berpikir rasional, menganalisis pasar dan membuat keputusan (Mertzanis dan Allam, 2018). Namun, dalam periode tekanan pasar, misalnya, jika COVID-19 merebak, investor lebih cenderung mengikuti keputusan investor lain dengan menyembunyikan informasi pribadi mereka (Dhall dan Singh, 2020).

Dengan demikian rumusan hipotesis alternatif dalam penelitian ini adalah:

Ha: Terdapat perilaku *herding* di pasar modal Indonesia selama pandemi COVID-19

METODE PENELITIAN

Sampel

Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2020. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang *return* sahamnya bergerak atau tidak statis. Jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2020 adalah 681 perusahaan. Jumlah perusahaan yang *return* sahamnya tidak bergerak sebanyak 110 perusahaan sehingga total observasi dalam penelitian ini sebanyak 571 perusahaan.

Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series* harian berupa data IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan) dan *return saham* perusahaan dari tanggal 3 Maret 2020 sampai dengan 29 Mei 2020 yang bersumber dari www.idx.co.id. Tanggal 3 Maret 2020 diambil sehari setelah pengumuman kasus COVID-19 yang pertama di Indonesia dan tanggal 29 Mei 2020 merupakan tanggal terakhir transaksi di bulan Mei sebelum tanggal 1 Juni 2020 dimulainya era kenormalan baru. Perilaku *herding* diyakini sebagai salah satu elemen penting dalam perilaku pasar keuangan, terutama saat pasar dalam kondisi stres (Hwang dan Salmon, 2004). Kondisi pandemi COVID-19 menyebabkan pasar modal di Indonesia mendapatkan dampak yang cukup besar dimana pergerakan IHSG dan nilai transaksi menurun secara signifikan pada Maret 2020 setelah Presiden Joko Widodo menyampaikan adanya kasus positif terinfeksi virus COVID-19. Kondisi ini dapat

menyebabkan pasar mengalami stress. Berdasarkan argumen Hwang dan Salmon (2004) maka penelitian ini menggunakan periode 3 Maret-29 Mei 2020 untuk mendeteksi fenomena perilaku *herding*. Total observasi dalam penelitian ini adalah 57 hari. Data harian digunakan karena berdasarkan argumen Christie dan Huang (1995) bahwa perilaku *herding* sering terjadi dalam periode waktu yang pendek.

Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: a) variabel dependen adalah *return dispersion* yang merupakan deviasi *return* dari indeksnya, b) variabel independen adalah *market return* (IHSG).

1. *Return dispersion* sebagai salah satu yang memberikan sinyal atas perilaku *herding* yang diukur dengan menggunakan dua pendekatan, yakni:
 - a. Pendekatan Christie dan Huang (CH) tahun 1995, yaitu *Cross Sectional Standard Deviation* (CSSD) dengan formula sebagai berikut:

$$CSSDt = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (R_{i,t} - \bar{R}_t)^2}{Nt - 1}}$$

- b. Pendekatan Chang, Cheng, dan Khorana (CCK) tahun 2000, yaitu *Cross Sectional Absolute Standard Deviation* (CSAD) dengan formula sebagai berikut:

$$CSADt = \frac{1}{Nt} \sum_{i=1}^N |R_{i,t} - \bar{R}_t|$$

2. *Market return* diukur menggunakan Indeks Harga Saham Gabungan (Hartono, 2010). Secara operasional, *market return* diukur dengan formula sebagai berikut:

$$R_m = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan:

- $R_{i,t}$: *return* saham perusahaan i pada waktu t
 $R_{m,t}$: *return* pasar pada waktu t
 Nt : jumlah perusahaan pada waktu t
 R_m : *return* pasar

IHSG : Indeks Harga Saham Gabungan

Model Analisis

Model yang mendasari pengukuran perilaku *herding* adalah Capital Asset Pricing Model (CAPM). Model harga asset rasional menyiratkan bahwa ketika kondisi pasar lebih tidak stabil, misalnya ketika ada pergerakan pasar yang ekstrim maka dispersi *return* dari *return* pasar akan lebih luas karena saham individu memiliki sensitivitas yang berbeda terhadap *return* pasar. Namun, jika dispersi *return* semakin kecil ketika pasar stres, maka hal itu menunjukkan perilaku *herding* (Komalasari, 2016). Oleh karena itu, berdasarkan Bhaduri dan Mahapatra (2013), model dasar dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Return Dispersion}_t = \alpha_0 + \alpha_1/R_{m,t} + \varepsilon_t \dots \dots \dots (1)$$

Kemiringan dalam persamaan (1) menunjukkan efek positif dari dispersi *return* dengan rata-rata *return* pasar (seperti yang dihipotesiskan di CAPM). Hubungan antara *return* pasar dan dispersi *return* digambarkan di CAPM adalah linier. Selama periode pergerakan harga saham yang relatif besar, partisipan dalam pasar melakukan *herding* di sekitar indikator seperti konsensus pasar rata-rata (Chang et al, 2000). Pergerakan harga yang besar ini menyebabkan korelasi yang tinggi antara *return* saham. Sebagai gantinya, dispersi antar *return* cenderung menurun atau setidaknya meningkat dengan laju penurunan. Dengan kata lain, ada nonlinier antara *return* pasar dan dispersi *return*. Untuk alasan ini, istilah kuadrat dari *return* pasar disertakan dalam model. Singkatnya, perilaku *herding* tidak diukur dengan dispersi *return* besar-kecil, tetapi kurangnya linieritas dalam hubungan antara *return* pasar dan dispersi *return* (Komalasari, 2016). Oleh karena itu, menurut Chang et al. (2000), persamaan (1) dikembangkan menjadi persamaan (2):

$$\text{Return Dispersion}_t = \alpha_0 + \alpha_1/R_{m,t} + \alpha_2 R^2_{m,t} + \varepsilon_t \dots \dots \dots (2)$$

Hipotesis penelitian ini adalah di bawah kondisi *herding*, investor individu memiliki keyakinan yang cenderung bergerak bersama menuju konsensus dari semua pelaku pasar. Fenomena perilaku *herding* tercermin dengan koefisien α_2 negatif dan signifikan dalam persamaan (2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel 1.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
CSSD	57	0.03472910942	0.08020015163	0.04742049	0.009066176
CSAD	57	0.01993498297	0.06376431706	0.03014753	0.008254277
$ R_{m,t} $	57	0.00007448195	0.05619504794	0.01492499	0.013766016
$R^2_{m,t}$	57	0.00000000555	0.00315788341	0.00040893	0.000688872

Sumber: data diolah (2020)

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menemukan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami autokorelasi. Hasil uji stasioner mengindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah stasioner.

Hasil Pengujian dan Pembahasan

Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 2. Tabel 2 menunjukkan bahwa koefisien α_2 adalah positif dan tidak signifikan baik menggunakan CSSD maupun CSAD sebagai variabel dependen yang merupakan proksi dari *return dispersion*. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada perilaku *herding* pada pasar modal Indonesia selama periode penelitian. Menurut Christie dan Huang (1995), koefisien negatif dalam hubungan linier antara *market return* dan *return dispersion* menunjukkan perilaku *herding*. Sedangkan Chang et al. (2000) menyatakan bahwa perilaku *herding* harus terjadi ketika ada perubahan harga yang besar seperti yang ditunjukkan oleh koefisien α_2 yang negatif dan signifikan secara statistik.

Tabel 2 Uji Perilaku Herding

Variabel Independen	Variabel Dependen					
	CSSD			CSAD		
	Unstandardized Coefficients	T	Sig	Unstandardized Coefficients	T	Sig
Constant	0.042	22.842	0.000	0.024	18.720	0.000
$ R_{m,t} $	0.337	1.654	0.104	0.352	2.483	0.016
$R^2_{m,t}$	1.995	0.491	0.626	2.875	1.016	0.314
R^2	0.409			0.655		
F-Value	20.392			54.063		
F-Sig	0.000			0.000		
Autokorelasi	Bebas			Bebas		
Stasioner	Bebas			Bebas		

Sumber: data diolah (2020)

Koefisien α_2 pada tabel 2 adalah positif dan tidak signifikan secara statistik untuk CSSD dan CSAD. Artinya bahwa harga saham yang sangat besar mendorong dispersi *return* yang lebih tinggi. Dispersi *return* yang lebih besar menunjukkan bahwa investor bergerak secara independen dari investor lainnya dan tidak mengikuti investor yang lain (Komalasari, 2016). Perilaku ini menunjukkan bahwa tidak ada perilaku *herding* di pasar modal Indonesia pada periode Maret-Mei 2020. Hasil ini konsisten untuk dua pengukuran *return dispersion* pada tingkat signifikansi 5% (α).

SIMPULAN

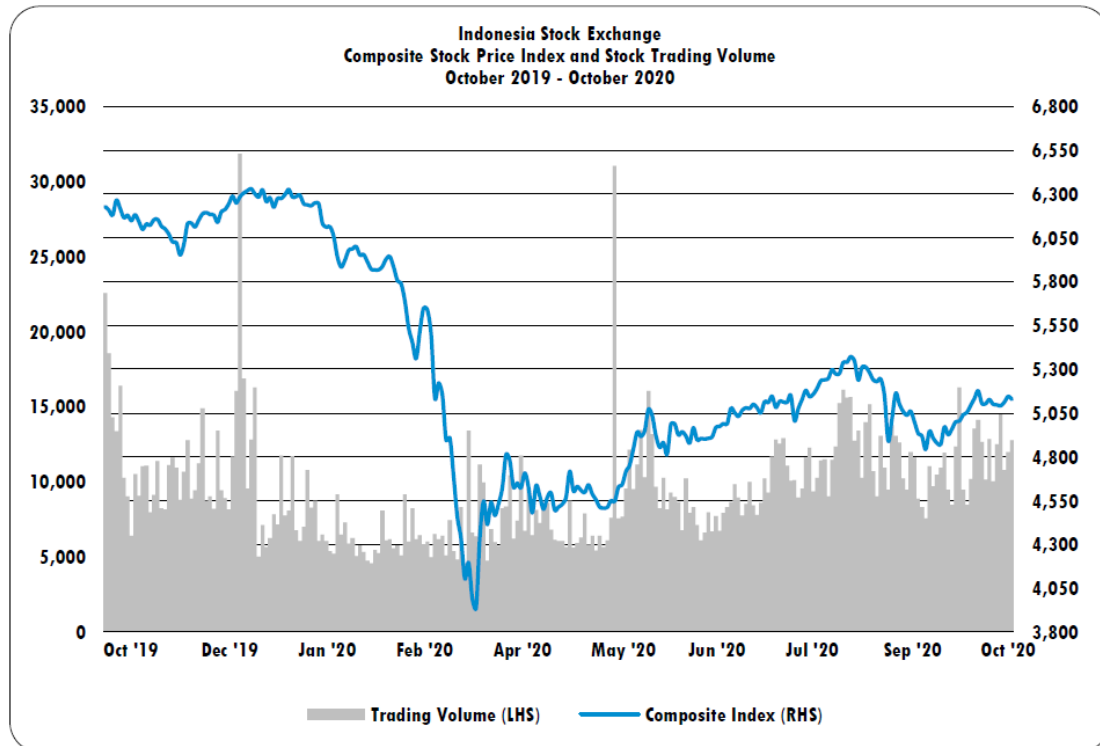
Pendeteksian perilaku *herding* terhadap pasar modal Indonesia pada saat terjadi pandemi COVID-19 (Maret-Mei 2020) tidak menemukan adanya hubungan non-linier yang terbentuk antara CSAD maupun CSSD dan *return* pasar secara signifikan, artinya bahwa ketika melakukan pengambilan keputusan investasi, investor cenderung berperilaku rasional yakni menggunakan informasi yang tersedia di pasar dibandingkan mengikuti keputusan investor lain atau konsensus pasar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor pada pasar modal Indonesia cenderung berperilaku rasional dengan melakukan analisis investasi terhadap informasi yang tersedia di pasar untuk pengambilan keputusan investasinya daripada mengikuti keputusan investor lain atau konsensus pasar. Hasil ini bertentangan dengan beberapa penelitian yang mendeteksi perilaku *herding* dalam konteks pandemi COVID-19 yang menemukan perilaku *herding* di pasar modal seperti Cina, Mesir, India, Taiwan, Vietnam, dan beberapa negara di eropa. Perbedaan ini mungkin saja karena perbedaan metode penelitian, kondisi pasar, dan profil pasar modal.

Singkatnya, penelitian ini tidak bisa menolak hipotesis nol. Hal ini menyiratkan bahwa tidak ada perilaku *herding* di pasar modal Indonesia saat pengujian dilakukan menggunakan data harian periode Maret-Mei 2020 karena ternyata kurang mendukung pengujian perilaku *herding*. Hal ini dapat disebabkan dampak pandemi COVID-19 pada pasar modal Indonesia hanya menyebabkan indeks harga saham gabungan mengalami penurunan tajam pada bulan Maret 2020 yang dapat dilihat pada gambar 1 yang menunjukkan grafik pergerakan indeks harga saham gabungan pada Oktober 2019 sampai dengan Oktober 2020. Pada bulan Maret 2020, Pemerintah Indonesia mengumumkan kasus COVID-19 yang pertama di Indonesia. Hal ini mempengaruhi kondisi pasar modal Indonesia yang ditunjukkan dengan indeks harga saham gabungan yang menurun drastis. Namun

pada bulan April 2020, indeks harga saham gabungan mulai membaik. Kondisi ini menggambarkan bahwa pandemi COVID-19 tidak mempengaruhi investor untuk bertindak irasional dalam membuat keputusan investasinya.

Menguatnya IHSG dikarenakan Direksi BEI (Bursa Efek Indonesia) memperketat aktivitas transaksi *short selling* pada pasar modal untuk mengantisipasi imbas negatif virus corona terhadap sektor tersebut. *Short selling* adalah aksi jual saham yang dilakukan investor dengan cara meminjam dana (*on margin*) atau saham yang belum dimiliki berdasarkan sekuritas dengan tujuan supaya investor tersebut dapat membeli saham tersebut pada harga yang murah dan umumnya strategi ini digunakan untuk memperoleh untung pada saat pasar turun sehingga dengan demikian diharapkan pasar lebih stabil (Hamdani, 2020). Kizys et al. (2020) menyatakan bahwa pembatasan *short selling* dapat memberikan efek yang mengurangi perilaku *herding*. Di tengah sentimen negatif yang menyelimuti investor pada pasar keuangan global, manajemen BEI mengimbau investor supaya tidak panik dan tetap melakukan investasi berdasarkan analisis yang mendalam. Bursa senantiasa berupaya untuk memperkuat peran anggota bursa melalui penguatan pengawasan pasar, penyediaan produk pasar, dan pengaturan perdagangan yang kondusif (Anonim, 2020). Dengan adanya kebijakan dan himbauan dari BEI, maka kemungkinan besar investor tidak lagi panik sehingga dapat tetap melakukan keputusan investasi dengan melakukan analisis fundamental yang mendalam.



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 1 Grafik Indeks Harga Saham Gabungan Pada Bulan Oktober 2019-Oktober 2020

Penelitian ini menginformasikan investor dan regulator pasar tentang perilaku investasi selama COVID-19. Berdasarkan temuan yang ditunjukkan dalam penelitian ini, pasar modal Indonesia berada dalam kondisi efisien selama periode COVID-19 dalam hal informasi *herding*. Oleh karena itu, regulator pasar tidak perlu terlalu khawatir tentang inefisiensi di pasar modal Indonesia selama pandemi COVID-19 serta dapat memberi arahan yang tepat untuk mengelola pasar modal. Bagi investor individu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam membuat keputusan dan mengelola portfolionya secara efektif.

Penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya investigasi perilaku *herding* di Indonesia karena kondisi pasar yang biasa digunakan adalah kondisi krisis keuangan namun penelitian ini menggunakan kondisi pandemi COVID-19 yang mempengaruhi kondisi pasar modal. Penelitian ini tidak membedakan sektor-sektor industri yang terdampak pandemi COVID-19 dengan kategori cukup tinggi, sedang atau moderat, dan sangat rendah. Selain itu, penelitian ini tidak mendeteksi perilaku *herding* pada kondisi pasar ekstrim yang disebabkan oleh COVID-19 yakni tingkat *return* pasar rata-rata yang ekstrim (tinggi-rendah), volume perdagangan pasar (tinggi-rendah), dan volatilitas pasar

(tinggi-rendah). Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti perilaku *herding* dalam konteks pandemi COVID-19 diharapkan dapat mendeteksi perilaku *herding* per sektor berdasarkan tingkat terdampak COVID-19 dan kondisi pasar ekstrim yang disebabkan oleh COVID-19 agar penelitian terkait perilaku *herding* di pasar modal Indonesia semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Allam, Samira, et al. 2020. Determinants of Herding Behavior in The Time of COVID-19: The Case of Egyptian Stock Market Sectors. [Online] Available at: <https://papers.ssrn.com/>
- Anonim. 2020. Inisiatif Bursa Antisipasi Dampak Covid-19. [Online] Available at: <https://idxchannel.okezone.com/>
- Arias, Jose. 2020. COVID-19 Effect on Herding Behaviour in European Capital Markets. Finance Research Letter.
- Bhaduri, S. N. dan S. D. Mahapatra. 2013. Applying an Alternative Test of Herding Behavior: A Case Study of the Indian Stock Market. *Journal of Asian Economics*, 25: 43-52.
- Bikhchandani, Sushil dan Sunil Sharma. (2001). Herd Behavior in Financial Markets. *IMF Staff Papers*, 47 (3): 279-310.
- Blasco, N, et al. 2011. Detecting Intentional Herding: What Lies Beneath Intraday Data in the Spanish Stock Market. *Journal of the Operational Research Society*. 62: 1056-1066.
- Bouri, Elie, et al. 2020. COVID-19 Pandemic and Investor Herding in International Stock Markets. Working Paper Series: 2020-89. Department of Economics-University of Pretoria.
- Chang, E.C., J.W. Cheng, dan A. Khorana. 2000. An Examination of Herd Behavior in Equity Markets: An International Perspective. *Journal of Banking and Finance*. 24 (10): 1651-1679.
- Chong, T.T.L, Xiaojin Liu, dan Chenqi Zhu. 2017. What Explains Herd Behavior in the Chinese Stock Market?. *Journal of Behavioral Finance*. 18 (4): 448-456.
- Christie, William G. dan Roger D. Huang. 1995. Following the Pied Piper: Do Individual Returns Herd around the Market?. *Financial Analysts Journal*. 51 (4): 31-37.
- Clements, Adam, et al. 2017. An Empirical Investigation of Herding in the U.S. Stock Market. *Economic Modelling*.
- Degirmen, Suleyman, et al. 2012. Are the Models of Herding Behaviour Different in (Developed and Developing) Financial Markets?. *Middle Eastern Finance and Economics*. 16: 138-150.
- Devenow, Andrea dan Ivo Welch. 1996. Rational Herding in Financial Economics. *European Economic Review*. 40: 603-615.
- Dhall, Rosy dan Bhanwar Singh. 2020. The COVID-19 Pandemic and Herding Behaviour: Evidence from India's Stock Market. *Millennial Asia*. 11(3): 366-390.
- Economou, Fotini, et al. 2011. Cross-Country Effects in Herding Behaviour: Evidence from Four South European Markets. *Journal of International Financial Markets, Institution & Money*. 21: 443-460.
- Fromlet, Hubert. 2001. Behavioral Finance-Theory and Practical Application. *Business Economics*. 63-69.
- Goel, Payal. 2019. Herding Behavior and Market Conditions: Empirical Evidence from Bombay Stock Exchange, India. *The IUP Journal of Applied Economics*. XVIII (4): 7-23.
- Hamdani, Trio. 2020. Corona Pangkas Tajam IHSG, BEI Lakukan Kebijakan Ini. [Online] Available at: <https://finance.detik.com/>

-
- Hartono, J. 2010. *Studi Peristiwa: Menguji Reaksi Pasar Modal Akibat Suatu Peristiwa Edisi 1*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hwang, S. dan Mark Salmon. 2004. Market Stress and Herding. *Journal of Empirical Finance*. 11: 585–616.
- Kizys, R., et al. 2020. From COVID-19 Herd Immunity to Investor Herding in International Stock Markets: The Role of Government and Regulatory Restrictions. [Online] Available at: <https://papers.ssrn.com/>
- Komalasari, Puput Tri. 2016. Information Asymmetry and Herding Behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*: 13 (1): 70-85.
- Lindhe, E. 2012. Herd Behavior in Stock Markets. Tesis Departemen Ekonomi Universitas Lunds, 1-52.
- Litimi, Houda. 2017. Herd Behavior in the French Stock Market. *Review of Accounting and Finance*.
- Luu, Quang Thu dan Hien Thi Thu Luong. 2020. Herding Behavior in Emerging and Frontier Stock Markets During Pandemic Influenza Panics. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 7 (9): 147–158.
- Mertzanis, Charilaos dan Noha Allam. 2018. Political Instability and Herding Behaviour: Evidence from Egypt's Stock Market. *Journal of Emerging Market Finance*. 17 (1): 29–59.
- Setiyono, et al. 2013. Detecting the Existence of Herding Behavior in Intraday Data: Evidence from the Indonesia Stock Exchange. *Gajah Mada International Journal of Business*. 15 (1): 27 – 44.
- Solihat, Asri dan Nugraha. 2020. How Behavioral Finance during Pandemic COVID-19?. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*. 2 (2): 131-137.
- Ulzii, Batmunkh Munkh, et al. 2019. Does Herding Behavior Exist in The Mongolian Stock Market?. *Pacific-Basin Finance Journal*.
- Wu, Guosong, et al. 2020. Herding Behavior in Chinese Stock Markets during COVID-19. *Emerging Markets Finance and Trade*. 56 (15): 3578-3587.

PENERAPAN *FAMILY-FRIENDLY POLICIES* DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KERJA KARYAWAN

Fery Wijayanto Lubis

Lieli Suharti²⁷

Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

ABSTRACT

The employee which was considered as a burden has changed into an asset which must be kept in order to reach company's goal dan progress. This research aims to investigate the implementation forms of family-friendly policies and their impacts on work behavior. This is a qualitative research conducted toward a case study at PT Apac Inti Corpora, Central Java. The research method used is an in-depth interview by interviewing 12 employees at the garment department. The results showed that PT Apac Inti Corpora had implemented family-friendly policies following UU No. 13 of 2003 concerning employment satisfactorily. This study also indicated that the implementation of family-friendly policies had positive impacts on the behavior of employees such as the emergence of loyalty, increasing motivation, job satisfaction, creating work-life balance, and a sense of belonging to the company. Those positive impacts are also perceived as the company's portrayal of the employees' influences on the company's good image. Furthermore, this research recognized the obstruction to the implementation of family-friendly policies such as the novelty of employee's adaptation to address issues relating to technology when the company conducted regulations and new programs.

Keywords: family-friendly policies, work behavior, obstacle in applying family-friendly policies.

ABSTRAK

Karyawan yang dulu dianggap sebagai beban telah berubah menjadi sebuah aset yang harus dijaga untuk mencapai tujuan dan kemajuan perusahaan. Untuk itu, penerapan aturan yang dilakukan perusahaan harus sesuai dengan UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan dan melihat kebutuhan karyawan terkhusus karyawan perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bentuk-bentuk penerapan family-friendly policies dan dampaknya terhadap perilaku kerja. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui studi kasus di PT Apac Inti Corpora, Jawa Tengah. Teknik pengumpulan data melalui in depth interview dengan mewawancarai sebanyak 12 orang narasumber pada bagian garmen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Apac Inti Corpora sudah menerapkan berbagai program family-friendly policies sesuai dengan UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa penerapan family-friendly policies berdampak positif bagi perilaku kerja karyawan seperti, munculnya loyalitas, meningkatnya motivasi, kepuasan kerja, terciptanya work life balance, meningkatnya rasa memiliki karyawan terhadap perusahaan. Dari sisi perusahaan, penerapan family-friendly policies juga berdampak positif terhadap citra perusahaan yang semakin baik. Penelitian ini juga menemukan hambatan yang perusahaan hadapi dalam penerapan family-friendly policies dalam hal penerapan aturan atau program baru ditahap awal dan sulitnya karyawan untuk beradaptasi terkait program perubahan yang melibatkan teknologi.

Kata kunci: Family-friendly policies, perilaku kerja, hambatan penerapan FFP.

*lieli.suharti@uksw.edu

PENDAHULUAN

Pengembangan sumber daya manusia dalam perusahaan perlu mengutamakan unsur keadilan dan kesetaraan bagi semua karyawan tidak terkecuali karyawan perempuan (Maftuhin, 2016). Menurut Badan Pusat Statistika tahun 2017 jumlah tenaga perempuan profesional di Indonesia sebesar 46,31 persen di mana angka tersebut lebih kecil dibanding laki-laki sebesar 53,69 persen. Dalam posisi jabatan tertentu, karyawan perempuan mengalami kesulitan untuk dapat mengisi posisi-posisi penting dalam perusahaan di mana untuk karyawan perempuan dengan jabatan manajer sebesar 24,17 persen jauh lebih kecil dibandingkan dengan karyawan laki-laki sebesar 75,83 persen.

Menurut Zahra (2014) *Family-friendly policies* (FFP) dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan untuk memfasilitasi rekonsiliasi antara pekerjaan dengan kehidupan keluarga di mana peran perusahaan dapat dalam bentuk implementasi program yang sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam negara tersebut. FFP sendiri sudah terlebih dahulu menjadi fokus beberapa negara maju yang sangat memperhatikan bagaimana keseimbangan tanggung jawab antara pekerjaan di perusahaan dengan tanggung jawab di keluarga di mana dengan penerapan kebijakan cuti keluarga, hak pengasuhan anak ditempat kerja mempengaruhi produktifitas menjadi lebih baik untuk karyawan perempuan maupun laki-laki (Feeney *et al.*, 2014). Penelitian lain menemukan bahwa karyawan yang hamil mengharapkan tetap mendapat upah, jaminan sosial, masa cuti, perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja (Santoso Sanny & Suharti Lieli, 2015)

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chou, Chi, & Cheung (2013) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menerapkan FFP dapat menurunkan *work-life conflict* tetapi harus didukung dengan nilai dan norma dari perusahaan itu sendiri. Penelitian lain menemukan hubungan positif antara FFP dengan motivasi kerja yang akan meningkatkan kepuasan kerja dengan beberapa tawaran dari perusahaan seperti menerima cuti hamil, tunjangan menyusui (Bae & Yang, 2017). Hasil penelitian lain juga menunjukkan secara umum kebijakan FFP dapat membuat kinerja karyawan semakin tinggi dan mempunyai keseimbangan kerja antara pekerjaan dan waktu untuk keluarga sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja (Ronda *et al.*, 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa persoalan penelitian seperti apa bentuk-bentuk dan tujuan dari penerapan FFP di PT Apac Inti Corpora, apa dampak dari penerapan FFP terhadap perilaku kerja karyawan, apa hambatan PT Apac Inti Corpora dalam penerapan FFP. Hasil penelitian ini diharapkan dapat

menambah literatur tentang bentuk-bentuk, manfaat, dampak dan hambatan dari penerapan FFP dengan mengacu pada UU Ketenagakerjaan No 13 Tahun 2003.

TELAAH PUSTAKA

Family-Friendly Policies (FFP)

Menurut Mulling (1999), FFP merupakan seperangkat kebijakan atau program yang diterapkan oleh suatu organisasi guna memperbaiki mutu kehidupan kerja (MKK) dalam bentuk penyeimbang keluarga dan pekerjaan, yakni bagaimana perhatian terhadap keluarga di sisi lain seiring pekerja memperoleh kesenangan hidup dan sekaligus karir yang baik. Definisi lain dari FFP adalah kebijakan untuk melindungi konflik antara kebutuhan keluarga pekerja dan tanggung jawab pekerjaan mereka (Lewis 1997; Raabe 1997). Secara umum, FFP mengatur hal-hal seperti pengaturan kerja yang fleksibel, hak cuti, tempat penitipan anak, ruang laktasi, dan bentuk-bentuk bantuan lainnya pada kondisi dan tanggung jawab kerja pada karyawan (Sullivan & Mainiero 2007).

Perilaku Kerja Karyawan

Menurut Sarwoko (2014) pada dasarnya perilaku manusia merupakan tolak ukur untuk dapat memahami bagaimana fungsi seharusnya dalam sebuah perusahaan. Oleh sebab itu seluruh individu harus mengetahui pasti mengenai visi dan misi perusahaan untuk mencapai tujuan dari sehingga setiap pemimpin dapat mengenali perilaku individu setiap anggota untuk dapat mengelolah perilaku kerja menjadi lebih efektif dan efisien. Menurut Robbins (2015) perilaku organisasi sendiri dapat didefinisikan untuk melihat dampak dari perilaku kerja baik individu dan struktur yang dapat membuat organisasi menjadi lebih efektif. Secara khusus, perilaku organisasi dapat meningkatkan produktifitas, motivasi, mengurangi ketidakhadiran, kinerja yang baik dan mengurangi perilaku menyimpang dalam perusahaan.

Bentuk-Bentuk Dan Tujuan Penerapan *Family-Friendly Policies*

Komponen penting dalam kemampuan untuk menyelaraskan komitmen karyawan terhadap pekerjaan dan tanggung jawab keluarga adalah dengan adanya pengaturan kerja yang mendukung keseimbangan antara kehidupan keluarga dan pekerjaan (Gray, M., dan Tudball, 2002). Berikut beberapa kategori penerapan FFP:

Tabel 9 Kategori Penerapan *Family-Friendly Policies*

Kebijakan	Uraian
Fleksibel	Dapat membagi waktu antara jam kerja normal dengan <i>weekend</i> dengan bekerja melalui telekomunikasi bahwa dapat dilakukan di rumah.
Cuti	Cuti duka, cuti darurat, cuti hamil, cuti hamil yang dibayar, perpanjangan cuti hamil, cuti dibayar untuk merawat anggota keluarga yang sakit
Perawatan anak	Tempat pusat pengasuhan anak dan tanggungan perawatan anak yang sakit.
Alternatif jalur karir	Rencana masuk kembali, pensiun bertahap dan cuti dalam waktu yang lama.
Program dukungan karyawan	Konseling profesional, bantuan relokasi dan dukungan pengawasan

Sumber: (Cheng & Chee, 2008)

Pengaturan lingkungan kerja dengan penerapan FFP dapat membantu karyawan dalam membuat agenda atau rencana secara pribadi atau rencana kerja di mana dengan rencana kerja yang teratur dan terorganisir dengan baik akan memudahkan karyawan membuat prioritas, sehingga tidak menimbulkan tekanan kerja (Paramita, 2006). Sebagai contoh, karyawan yang memiliki kontrol terhadap jam kerja akan merasa lebih fleksibel dalam hal pengaturan waktu mulai dan selesai bekerja, terlebih pada waktu salah satu keluarga karyawan mengalami sakit dan membutuhkan perawatan.

Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan mengatur perlindungan terhadap tenaga kerja untuk menjamin hak-hak dasar pekerja/buruh dan menjamin kesamaan kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas dasar apapun untuk mewujudkan kesejahteraan pekerja/buruh dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan kemajuan dunia usaha. Pada Undang-Undang No.13 Tahun 2003, pasal yang melindungi karyawan perempuan dalam mendapatkan haknya tertulis sebagai berikut:

Tabel 10 Kategori Penerapan *Family-Friendly Policies*

Pasal	Isi	Bentuk-Bentuk Program FFP
Pasal 81	Pekerja/buruh perempuan yang dalam masa haid merasakan sakit dan memberitahukan kepada pengusaha, tidak wajib bekerja pada hari pertama dan kedua pada waktu haid. Pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur dalam perjanjian kerja, peraturan perusahaan, atau perjanjian kerja bersama.	Memberikan ijin cuti saat haid hari pertama dan kedua.
Pasal 82	Pekerja/buruh perempuan berhak memperoleh istirahat selama 1,5 (satu setengah) bulan sebelum saatnya melahirkan anak dan 1,5 (satu setengah) bulan sesudah melahirkan menurut perhitungan dokter kandungan atau bidan. Pekerja/buruh perempuan yang mengalami keguguran kandungan berhak memperoleh istirahat 1,5 (satu setengah) bulan atau sesuai dengan surat keterangan dokter kandungan atau bidan.	Cuti istirahat bagi karyawan perempuan 1,5 bulan sebelum melahirkan dan 1,5 bulan sesudah melahirkan.
Pasal 83	Pekerja/buruh perempuan yang anaknya masih menyusu harus diberi kesempatan sepatutnya untuk menyusui anaknya jika hal itu harus dilakukan selama waktu kerja.	Menyediakan ruang laktasi bagi karyawan perempuan untuk menyusui anaknya selama jam kerja.

Sumber: Undang-undang ketenagakerjaan 2003

Dampak Penerapan *Family-Friendly Policies* Terhadap Perilaku Kerja Karyawan

Tujuan perusahaan dalam menciptakan program FFP diatas berdasarkan dengan UU No 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan diharapkan dapat membuat karyawan lebih termotivasi, puas dengan pekerjaannya, lebih loyal, produktif dan memiliki komitmen yang baik dalam perusahaan. Dengan penerapan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan karyawan maka akan terjadi stress, ketidakpuasan kerja, absensi dan fokus dalam bekerja yang menurun (Yuliviona, 2014). Dampak lain yang muncul dalam penerapan FFP adalah terjadi motivasi dan semangat kerja dari karyawan untuk dapat mencapai hasil. Motivasi menurut Kreitner and Kinicki (2014) mengatakan proses psikologis yang memberikan stimulasi dan mengarah pada perilaku yang memiliki tujuan. Penerapan FFP yang baik pada perusahaan akan mendapatkan karyawan yang berkualitas dan kebijakan tersebut merupakan cara untuk mempertahankan karyawan daripada perusahaan mengalami turnover karyawan yang tinggi (Earle, 2002).

Hambatan Penerapan Family-Friendly Policies

Hambatan yang dihadapi perusahaan dalam penerapan FFP adalah penerapan waktu kerja yang fleksibel sedangkan menurut definisi Mulling (1999) salah satu indikator yang dapat dipergunakan untuk dapat menerapkan FFP adalah dengan melakukan *Work Scheduling* seperti waktu kerja fleksibel dan paruh waktu. Dengan demikian, penerapan *Work Scheduling* tidak dapat diterapkan pada semua perusahaan tetapi berdasarkan kebutuhan masing-masing perusahaan dan mempunyai manfaat yang besar. Beberapa perusahaan menerapkan waktu fleksibel bagi divisi yang dianggap dapat bekerja tanpa harus datang ke kantor (Heywood & Miller, 2015).

METODA

Penelitian ini menggunakan data primer dimana narasumber di wawancara secara langsung kepada karyawan baik manager, staf maupun karyawan garmen di PT Apac Inti Corpora. Dalam proses pengambilan data peneliti melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada setiap narasumber yang akan di wawancarai seperti pada jam istirahat ataupun sebelum pergantian *shift*. Sebelum melakukan wawancara, narasumber mengisi data narasumber kemudian dilanjutkan proses wawancara dengan memberikan pertanyaan yang sudah di siapkan oleh peneliti mengenai penelitian yang akan dilakukan.

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sutopo (2002) berpendapat bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan informasi kualitatif yang ada dengan mendeskripsikan secara cermat tentang keadaan, fenomena, serta tidak terbatas pada pengumpulan data melainkan meliputi intepretasi data.

Sumber data dalam penelitian ini adalah karyawan perempuan yang sudah berkeluarga dan bekerja pada bagian garmen dan juga staf perempuan di PT Apac Inti Corpora yang masih aktif bekerja. Pemilihan narasumber sesuai dengan teknik *purposive* sehingga narasumber yang dipilih sesuai dengan kriteria adalah 12 orang yang termasuk 1 orang manager HR, 1 orang staf HR, 1 orang kepala bagian garmen, 4 orang staf dan 5 orang karyawan garmen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bentuk-Bentuk Dan Tujuan Penerapan *Family-Friendly Policies* di PT Apac Inti Corpora

PT Apac Inti Corpora mempunyai standar dalam menentukan program atau bentuk-bentuk penerapan FFP yang diterapkan dan sesuai dengan UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan yang di setujui oleh pihak perusahaan dengan karyawan saat pertama karyawan diterima bekerja. Adapun program atau bentuk-bentuk FFP yang diterapkan PT Apac Inti Corpora sebagai berikut:

1. Gaji

Dalam penentuan besaran gaji perusahaan selalu mengikuti aturan dari pemerintah yaitu UMK Bawen. Karyawan laki-laki maupun perempuan bagian staf dan garmen pada posisi yang sama tidak mengalami perbedaan. Perusahaan juga mengikuti kebijakan pemerintah dalam pemberian kenaikan gaji kepada karyawan setiap tahun.

2. Lembur

Dalam sehari karyawan bekerja dari senin-jumat pukul 08.00 WIB sampai 16.00 WIB. Terkhusus untuk karyawan bagian garmen jika terjadi permintaan yang banyak maka karyawan akan tetap masuk pada hari sabtu ataupun perusahaan akan mengadakan lembur untuk karyawan yang batas maksimal lembur sampai pukul 20.00 WIB dengan mendapatkan uang lembur hitungan per jam dan mendapatkan makan malam (lembur 4 jam atau lebih). Menurut manajer HR mengatakan bahwa perusahaan tetap memberikan batas maksimal karyawan lembur yaitu sampai pada pukul 20.00 WIB. Dasar perhitungan lembur bagi karyawan adalah sebagai berikut:

- Jam pertama : $1,5 \times \frac{1}{173} \times$ Gaji sebulan
- Jam kerja kedua dan seterusnya : $2 \times \frac{1}{173} \times$ Gaji sebulan

Upah lembur pada hari istirahat atau hari libur resmi:

- Tujuh jam pertama : $2 \times \frac{1}{173} \times$ Gaji Sebulan
- Jam pertama setelah tujuh jam pertama : $3 \times \frac{1}{173} \times$ Gaji Sebulan
- Jam kedua setelah tujuh jam pertama dst : $4 \times \frac{1}{173} \times$ Gaji Sebulan

3. Ijin Tidak Masuk Kerja Dengan Mendapat Upah

Dalam peraturan Perjanjian Kerja Bersama perusahaan mengatur mengenai karyawan yang ijin kerja dengan tetap mendapat upah. Adapun ijin yang diberikan perusahaan kepada karyawan seperti:

- a) Perkawinan pekerja : 3 hari
- b) Perkawinan anak pekerja : 2 hari
- c) Khitanan (Anak Pekerja) : 2 hari
- d) Baptis (Anak Pekerja) : 2 hari
- e) Kematian Istri/ suami pekerja : 2 hari
- f) Kematian anak pekerja/ menantu : 2 hari
- g) Kematian ayah/ ibu pekerja : 2 hari
- h) Kematian mertua pekerja : 2 hari
- i) Kelahiran anak pekerja/ istri keguguran. : 2 hari
- j) Kematian saudara pekerja/ anggota keluarga dalam satu rumah.
: 1 hari
- k) Khusus kepada pekerja yang dimaksud menunaikan ibadah haji dan mempunyai masa kerja tidak 2 (dua) tahun, di berikan ijin tidak masuk kerja dengan waktu 3 (tiga) hari sebelum keberangkatan Haji dan 5 (lima) hari sesudah kepulangan Haji, kecuali terhadap hal-hal khusus yang di atur perusahaan.
- l) Untuk pekerja yang dimaksud melaksanakan umroh atau ziarah keagamaan di luar negeri dapat mengajukan cuti yang waktu dan lamanya ditentukan oleh perusahaan dan diberikan ijin tidak masuk kerja 1 (satu) hari sebelum berangkat dan 1 (satu) hari setelah kepulangan.

4. Transportasi dan Koperasi

PT Apac Inti Corpora menyediakan transportasi yang bekerjasama dengan jasa transportasi untuk seluruh karyawan dapat mempergunakan yang dapat mempermudah karyawan sampai di kantor tepat waktu. Transportasi yang tersedia dapat digunakan karyawan secara gratis setiap harinya. Koperasi yang disediakan perusahaan adalah untuk dapat mengakomodasi kebutuhan sehari-hari karyawan sehingga perusahaan mempunyai peran aktif dalam memberikan pinjaman kepada karyawan yang ingin menggunakan koperasi.

5. Asuransi Kesehatan

Asuransi kesehatan untuk karyawan garmen hanya mendapatkan asuransi kesehatan BPJS beserta keluarga karyawan tetapi itu berbeda dengan karyawan pada bagian staf yang mendapatkan asuransi BPJS dan juga asuransi swasta. Menurut manager HR asuransi swasta untuk saat ini masih diterapkan untuk karyawan pada level staf ke atas dikarenakan untuk asuransi swasta tergolong mahal dan sejauh ini dengan BPJS saja karyawan garmen sudah menanggung kesehatan karyawan.

6. *Gathering* Karyawan

Menurut manager HR untuk dapat membuat penerapan FFP itu berhasil adalah dengan membuat kegiatan kebersamaan antar seluruh karyawan. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa kegiatan *refreshing* dan penghargaan kepada karyawan diberikan untuk memberikan stimulus kepada karyawan bahwa karyawan tersebut adalah bagian dari perusahaan sehingga diharapkan dapat mengurangi stres kerja karyawan, menurut manager HR mengungkapkan bahwa,

“kita selaku perusahaan selalu mengadakan gathering atau subsidi rekreasi seluruh karyawan termasuk di bagian garmen yang diberikan setiap tahun dan disesuaikan dengan jadwal dari karyawan, seperti karyawan garmen yang bekerja dari senin sampai jumat maka kegiatan dapat dilakukan hari sabtu atau hari minggu dan ijin tetap diberikan dari pihak manajemen dengan syarat karyawan yang ijin tidak dalam pengerjaan permintaan produksi yang banyak.

7. **Tunjangan Karyawan (Jabatan dan THR)**

Tunjangan jabatan hanya diberikan oleh pengusaha kepada karyawan kepada pekerja yang menduduki jabatan struktural yang ditentukan oleh perusahaan. Menurut manager HR untuk Tunjangan Hari Raya kepada seluruh karyawan di mana saat hari raya Idul Fitri perusahaan memberikan ke seluruh karyawan tanpa membedakan agama satu dengan yang lain dan untuk Natal perusahaan memberikan dalam bentuk tali asih di akhir tahun kepada seluruh karyawan, tali asih yang diberikan kepada karyawan tergantung dari target produksi tahunan yang dicapai dan jika perusahaan memenuhi target maka tali asih tersebut akan diadakan dan jika tidak memenuhi target maka tidak diadakan.

8. Promosi jabatan

Jenjang karir dalam PT Apac Inti Corpora dinilai berdasarkan hasil evaluasi tahunan untuk menentukan karyawan mana yang berhak untuk promosi jabatan. Prosedur dalam melakukan promosi jabatan adalah untuk karyawan yang masuk dalam kategori AA di mana setiap bulan masing-masing kepala bagian memberikan penilaian evaluasi kerja kepada pihak manajemen dan akan diakumulasikan selama setahun. Karyawan yang dipromosikan bisa untuk mengisi kekosongan kursi pada jabatan tertentu ataupun memimpin untuk pembuat divisi yang baru. Karyawan juga ditawarkan oleh perusahaan bagi yang mau melanjutkan studi ke beberapa kampus yang sudah bekerja sama dengan PT Apac Inti Corpora dan kepada karyawan atau karyawan di ikutsertakan dalam pelatihan-pelatihan keterampilan untuk menunjang *skill* karyawan.

9. Cuti

1. Perusahaan memberikan cuti tahunan bagi karyawan yang telah bekerja selama 23 hari berturut-turut tanpa terputus berhak mendapatkan cuti selama 12 (dua belas) hari kerja dengan menerima upah/gaji penuh.
2. Semua pekerja yang sudah mempunyai hak cuti diwajibkan untuk menggunakan hak cuti. Apabila hak cuti tidak di ambil dan di laksanakan sampai batas waktu 6 (enam) bulan setelah timbul hak cuti (sesuai dengan UU No. 13/2003) maka hak cuti menjadi hangus. Di luar hal tersebut diatas di ajukan secara tertulis dan di jadwalkan oleh pimpinan.
3. Pengambilan dan pelaksanaan cuti tahunan dilaksanakan secara terjadwal sesuai dengan kebutuhan pekerja, dengan mendapatkan ijin dari atasan pekerja.
4. Bila dipandang perlu demi lancarnya operasional perusahaan karena sifat dan pekerjaannya, maka pengusaha dapat menunda cuti tahunan karyawan.
5. Dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu demi kepentingan perusahaan, maka pengusaha dapat menetapkan pengambilan cuti bersama.

10. TPA (Tempat Penitipan Anak)

Perusahaan menyediakan tempat penitipan anak bekerjasama dengan kelas PAUD, TK dan TPQ di dalam lokasi pabrik. Dengan begitu, karyawan yang pergi bekerja pagi dapat langsung pergi bersama anak-anak yang ditiptkan di PAUD dan TK dan setelah kelas selesai akan lanjut ke TPQ. Biaya penitipan anak semua sudah

ditanggung oleh perusahaan seperti gaji guru, biaya operasional, uang gedung dan penunjang kegiatan sekolah itu semua.

Peraturan yang dibuat perusahaan untuk dapat melindungi ataupun memberikan hak yang sama antara karyawan perempuan dengan laki-laki sudah dilakukan sesuai dengan UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. PT Apac Inti Corpora memberikan fokus lebih kepada karyawan perempuan yang disadari memiliki peran ganda sebagai seorang istri dan pekerja yang harus menyeimbangkan peran keduanya. Menurut staf HR perusahaan memberikan beberapa program tambahan dengan maksud memfasilitasi karyawan perempuan dalam bekerja. Berikut beberapa penerapan FFP yang dinilai dapat memfasilitasi keseimbangan pekerja perempuan:

Tabel 3 Bentuk-Bentuk Program FFP bagi karyawan perempuan di PT Apac Inti Corpora

Bentuk-bentuk program FFP	Penjelasan
Cuti Haid	Pekerja perempuan wajib memeriksa kesehatan dirinya ke dokter poliklinik perusahaan untuk mendapatkan hak cuti pada hari pertama dan hari kedua waktu haid dan apabila dinyatakan sakit oleh dokter poliklinik perusahaan.
Cuti Bersalin	Pekerja hamil wajib memeriksakan kehamilan di poliklinik perusahaan sedini mungkin dengan syarat-syarat yang ditetapkan perusahaan. Apabila perempuan hamil sesuai dengan surat keterangan dokter di luar perusahaan yang di legalisir oleh dokter perusahaan memperoleh hak cuti bersalin 1,5 (satu setengah) bulan sebelum dan 1,5 (satu setengah) bulan sesudah melahirkan anak dan tetap mendapatkan upah penuh. Apabila ternyata pekerja perempuan sudah menerima surat cuti bersalin dari dokter perusahaan, tetapi kelahiran lebih cepat dari Hari Perkiraan Kelahiran (HPK), maka pekerja perempuan tetap mendapat hak cuti 3 bulan. Apabila ternyata kelahiran lebih lambat dari ayat (b), maka akan diperhitungkan dengan cuti tahunan atau cuti di luar tanggungan perusahaan. Bagi pekerja yang gugur kandungan (bukan aborsi) mendapat cuti sesuai dengan surat keterangan yang dilegalisir oleh dokter perusahaan minimal 2 (dua) tahun. Bagi pekerja perempuan yang tidak memeriksa kehamilan ke dokter poliklinik perusahaan (sesuai ayat a) tidak berhak mendapatkan cuti bersalin sesuai ketentuan ayat c.
Ruang Laktasi	Perusahaan menyediakan ruang laktasi di setiap unit pada gedung produksi ataupun gedung utama. Menurut staf HR Perusahaan menyediakan ruang laktasi pada tahun 2000. Penyediaan ruang laktasi dengan tujuan untuk dapat meringankan beban karyawan perempuan dalam mengatur waktu antara anak dan pekerjaan.

Sumber: Peraturan Kerja Bersama (PKB) PT Apac Inti Corpora

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa PT Apac Inti Corpora dalam penerapan FFP sesuai dengan UU no 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan khususnya terhadap karyawan perempuan. Peraturan perusahaan dalam penerapan FFP bertujuan untuk mengikuti kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dan sebagai bentuk kesadaran perusahaan untuk dapat menjaga keseimbangan pekerja perempuan dalam peran ganda baik sebagai pekerja dan ibu dalam keluarga di mana itu terbukti dari rendahnya *turnover* karyawan bagian garmen maupun pada level staf. Demikian juga hasil triangulasi dengan manajer HR dan staf HR diperoleh penjelasan berikut:

“Perusahaan akan selalu menciptakan komitmen setiap karyawan dengan acuan dari UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan dan masuk dalam buku peraturan kerja bersama (PKB) dan perusahaan telah berperilaku yang adil tanpa melakukan diskriminasi apapun termasuk diskriminasi gender bagi setiap karyawan”.

“Pada bagian garmen pekerja perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki dan dalam perlakuan perusahaan kepada semua karyawan selalu adil dan semua berorientasi pada hasil kinerja masing-masing karyawan tanpa membedakan gender dan tanpa diskriminasi”.

PT Apac Inti Corpora mengharapkan dengan penerapan FFP karyawan dapat merasa memiliki perusahaan, lebih berkomitmen dan dapat meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja sehingga dapat menaikkan produktifitas karyawan dalam bekerja. Setiap perubahan kebijakan atau penerapan kebijakan yang baru pihak manajemen selalu membawa dalam rapat untuk mendapatkan masukan dari karyawan sehingga peraturan yang dibuat juga merupakan hasil masukan karyawan. Menurut manajer HR mengatakan:

“Perusahaan akan selalu terbuka terhadap evaluasi dan tanggapan dari apa yang karyawan sampaikan, dapat proses evaluasi karyawan dapat mengevaluasi pimpinan ataupun kebijakan yang dilakukan pihak manajemen. Masukan yang diberikan kepada perusahaan akan segera ditindak lanjuti untuk menjadi sebuah kebijakan baru atau tidak. Hal tersebut selalu menjadi tahapan awal untuk pihak manajemen mengetahui apa yang terjadi di lapangan melalui kepala bagian masing-masing bagian. Untuk saat ini perusahaan tidak dalam membuat kebijakan baru dan berkomitmen untuk menjaga komunikasi dan relasi dengan semua karyawan sebagai rekan kerja”.

Tabel 4 Rekapitulasi Tujuan Penerapan *Family-Friendly Policies*

No	Tujuan	Narasumber
1.	Penerapan FFP di PT Apac Inti Corpora sebagai bentuk tanggung jawab pihak manajemen dalam menerapkan peraturan pemerintah, khususnya UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan sebagai landasan PKB.	Manajer HR
2	Menjaga keseimbangan pekerja perempuan dalam peranannya baik sebagai seorang karyawan sekaligus sebagai seorang ibu dalam keluarga.	Manajer HR
3	PT Apac Inti Corpora mengharapkan dengan penerapan FFP karyawan dapat termotivasi, merasa lebih memiliki perusahaan, lebih berkomitmen dan dapat meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja sehingga dapat menaikkan produktifitas karyawan dalam bekerja.	Staf HR

Sumber: *Data analisis primer, 2020*

Penerapan yang sudah berjalan dalam penerapan FFP selalu menjadi fokus pihak manajemen untuk dapat selalu menerima masukan dari karyawan dalam penerapan tersebut. Penerapan tersebut juga mengikuti dari aturan-aturan pemerintah yang baru. Dengan penerapan FFP dalam menjaga keseimbangan karyawan perempuan antara pekerjaan dengan keluarga menjadi lebih baik dan memberikan dampak yang baik dan menjaga motivasi karyawan dalam bekerja sehingga produktivitas produksi tetap berjalan dan sesuai dengan target perusahaan.

Dampak Penerapan *Family-Friendly Policies*

Karyawan merasa hak dan kewajiban sangat diperhatikan oleh perusahaan di mana dari hari pertama tanda tangan kontrak kerja karyawan dengan pihak perusahaan karyawan diberikan buku pedoman mengenai Peraturan Kerja Bersama (PKB). Menurut narasumber pada karyawan level staf dan garmen:

"perusahaan selama ini sudah mengakomodasi semua kebutuhan karyawan dan perusahaan juga taat terhadap aturan dan ketentuan dari pemerintah. Kebijakan untuk memberikan dispensasi kepada suami bagi karyawan yang selesai melahirkan ataupun menemani istri dalam proses persalinan adalah merupakan hal yang di apresiasi oleh kami para karyawan. Kami semakin termotivasi dan betah kerja di sini". (level staf)

"selama ini karyawan merasa nyaman dan semangat bekerja dikarenakan perusahaan juga memperhatikan keselamatan, kesehatan dan keamaan (K3) karyawan seperti penerangan, kursi dan meja yang sesuai standar untuk karyawan garmen". (karyawan garmen)

Sejauh ini, karyawan perempuan dan laki-laki tidak mempermasalahkan mengenai *benefit* yang di berikan perusahaan dikarenakan setiap aturan dan kebijakan perusahaan

tidak ada diskriminasi terhadap seluruh karyawan tetapi melihat dari kinerja masing-masing karyawan. Beberapa hasil triangulasi dari wawancara dengan narasumber dari bagian staf maupun bagian garmen mengenai pendapat karyawan dari kebijakan FFP:

“perusahaan memberikan apa yang karyawan butuhkan yang semua tertulis dalam PKB dengan begitu karyawan melihat apa yang ada dalam PKB sesuai dengan yang diterapkan perusahaan kepada karyawan dan perusahaan selalu memberikan keseimbangan bagi karyawan perempuan dalam pekerjaan maupun mengurus keluarga. Kami senang bekerja disini, kalau bisa akan terus bekerja di sini”.(level staf)

“untuk masalah ijin karyawan merasa senang dengan prosedur ijin sakit yang tidak terlalu ribet, karyawan hanya dapat menghubungi kepala bagian untuk meminta ijin dapat menemani anak atau suami untuk berobat ataupun menjaga di rumah dan beberapa kebijakan yang perusahaan lakukan terhadap keluarga karyawan dapat meringankan beban karyawan perempuan dalam mengurus rumah dan juga pekerja dengan perusahaan memberikan fasilitas seperti poliklinik, tempat penitipan anak, ruang laktasi, transportasi dan asuransi kesehatan. Sampai sejauh ini perusahaan sudah mengakomodasi dari kebutuhan karyawan sehingga dapat membuat karyawan termotivasi bekerja dan puas”.(karyawan garmen)

“karyawan menjadi lebih loyal kepada perusahaan dikarenakan perusahaan memberikan ruang dan pelatihan kepada karyawan seperti dengan adanya penggunaan mesin baru dan perusahaan lebih memfasilitasi karyawan. Kami senang dengan pembayaran gaji, jam istirahat dan jam pulang yang tepat waktu. Perusahaan juga memberikan motivasi kerja serta memberikan bonus atau insentif kepada karyawan khususnya bagian garmen apabila mencapai target yang sudah ditetapkan. Dengan adanya target dan insentif, kami terdorong untuk mencapai target terus”. (karyawan garmen)

Menurut manager HR dampak langsung yang perusahaan rasakan dari penerapan FFP adalah karyawan menjadi lebih termotivasi, penuh loyalitas, semangat dan kreatif dalam pekerjaan terbukti dengan tingkat *turnover* karyawan yang rendah di mana rata-rata karyawan yang bekerja di PT Apac Inti Corpora dapat bertahan 5 tahun atau lebih.

Tabel 5 Rekapitulasi Dampak Penerapan *Family-Friendly Policies*

No	Nara sumber	Dampak Penerapan FFP	Perilaku
	Staf	"Terjadi keseimbangan bagi pekerja perempuan dalam mengatur pekerjaan baik di perusahaan maupun dalam keluarga..."	<i>Work life balance</i>
	Staf Garmen	"..Karyawan merasa senang dan ingin terus bekerja..."	Loyalitas
	Garmen	"...Karyawan merasa ikut memiliki perusahaan dan termotivasi ..."	<i>Sense of belonging</i> dan Motivasi
	Garmen	"...karyawan termotivasi bekerja dan puas.."	Motivasi dan Kepuasan kerja
	Garmen	"Terciptanya loyalitas karyawan terhadap perusahaan..."	Loyalitas
	Garmen	"Dengan adanya target dan insentif, kami terdorong untuk mencapai target terus"	Kinerja
	HR	"...dampak langsung yang perusahaan rasakan.. karyawan lebih termotivasi, penuh loyalitas, semangat dan kreatif dalam pekerjaan terbukti dengan tingkat <i>turn over</i> karyawan yang rendah.."	Motivasi Loyalitas Semangat
	HR	"Perusahaan mendapat sebuah citra yang bagus baik dari pemerintah, karyawan maupun perusahaan sendiri..."	Turnover rendah Citra perusahaan
	HR	"Penerapan.. berdampak kepada meningkatnya produktivitas, ...absensi yang menurun dan lebih disiplin dalam bekerja..."	Disiplin kinerja

Sumber: data analisis primer, 2020

Hasil penelitian terkait dampak penerapan FFP terhadap perilaku karyawan menemukan bahwa penerapan FFP yang baik di perusahaan dapat berdampak pada terciptanya *work life balance*, *sense of belonging* atau rasa memiliki perusahaan, munculnya loyalitas, meningkatnya motivasi, kepuasan kerja, kedisiplinan dan semangat bekerja, serta menurunnya kecendrungan karyawan untuk berpindah kerja (*turnover*). Selain itu, pada sisi perusahaan akan berdampak positif pada citra perusahaan yang baik di mata karyawan dan masyarakat luas.

Hambatan PT Apac Inti Corpora dalam penerapan *Family-Friendly Policies*

Hambatan yang perusahaan hadapi adalah ketika karyawan melakukan penyesuaian dengan kebijakan baru yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Untuk menerapkan satu kebijakan tidak langsung mendapat hasil yang maksimal, karyawan harus berorientasi dengan kebijakan yang baru, perusahaan juga harus melakukan sosialisasi dan pelatihan kepada karyawan. Salah satu hambatan yang ada seperti pengakuan sejumlah narasumber adalah masih belum banyak karyawan yang menggunakan ruang laktasi yang disediakan perusahaan. Seperti yang dipaparkan sebagai berikut:

Narasumber manajer HR menuturkan:

“kebijakan penyediaan ruang laktasi dilakukan pada tahun 2002 dengan tujuan untuk dapat membantu karyawan perempuan yang menyusui, tetapi pada kenyataannya karyawan masih belum terbiasa untuk menggunakan ruang laktasi”.

Demikian juga hasil triangulasi dengan karyawan bagian garmen diperoleh penjelasan berikut:

“perusahaan menyediakan ruang laktasi pada unit garmen sudah bagus tetapi saya merasa nyaman jika anak ditinggal di rumah dengan keluarga daripada harus dibawa ke kantor”. (karyawan garmen)

“saya tidak pernah mencoba ruang laktasi karena merasa risih dan saya merasa jika anak dibawa dalam kantor akan membuat mengganggu pekerjaan dan mengganggu konsentrasi karena harus membagi pikiran antara anak dengan kerjaan”. (karyawan garmen)

Namun pendapat yang berbeda disampaikan oleh karyawan perempuan bagian staf mengatakan:

“penggunaan ruang laktasi sering dia digunakan dan dapat membantu, yang penting dapat menyesuaikan waktu antara menyusui anak dengan melakukan pekerjaan..”. . Dia juga menilai ruang laktasi yang disediakan perusahaan sesuai standar. Meskipun demikian, untuk penggunaan ruang laktasi tidak setiap hari dia gunakan.

Hal lain yang disampaikan oleh manajer HR adalah hambatan terhadap penyesuaian karyawan dalam perkembangan teknologi. Penyesuaian karyawan terhadap perkembangan teknologi menjadi sangat sulit di mana karyawan lebih terbiasa untuk menggunakan cara-cara yang lama dalam bekerja daripada beradaptasi dengan kebiasaan baru menggunakan teknologi dan karyawan merasa dengan adanya teknologi baru dapat menjadi ancaman bagi pekerjaan karyawan terkhusus untuk karyawan bagian garmen.

Tabel 6 Rekapitulasi Hambatan Penerapan *Family-Friendly Policies*

No	Hambatan Penerapan FFP	Solusi	Narasumber
	Penerapan kebijakan baru	Perusahaan melakukan sosialisasi terlebih dahulu mengenai kebijakan yang akan diterapkan di perusahaan serta selalu menerima <i>feedback</i> dari karyawan.	Manajer HR
	Penggunaan teknologi yang baru	perlu adanya pelatihan dan pengembangan untuk karyawan dapat dan membutuhkan waktu yang lama dikarenakan karyawan yang sudah betah dan nyaman dengan cara-cara lama	Manager HR

No	Hambatan Penerapan FFP	Solusi	Narasumber
	Pengaturan jam fleksibel	Perusahaan belum dapat menerapkan peraturan mengenai pengaturan jam kerja yang fleksibel yang ditentukan oleh karyawan dikarenakan industri yang mengharuskan karyawan mencapai target dengan alat/mesin yang disediakan perusahaan dan orientasi pada target.	Manajer HR

Sumber: data analisis primer, 2020

Perusahaan menilai beberapa penerapan FFP yang tidak berjalan dengan baik dan menjadi evaluasi kepada pihak manajemen. Menurut manajer HR mengatakan hambatan yang terjadi saat ini tidak mengganggu produktifitas karyawan dikarenakan perusahaan memberikan beberapa penjelasan terlebih dahulu kepada karyawan mengenai aturan baru maupun hambatan yang terjadi diperusahaan sehingga ada upaya dari perusahaan untuk membuat karyawan dapat beradaptasi kepada perubahan.

Pembahasan Dan Diskusi Hasil Penelitian

Peran perusahaan dalam meningkatkan FFP menjadi sangat penting dikarenakan dapat menunjang pekerjaan dari karyawan itu sendiri. Penerapan FFP pada PT Apac Inti Corpora untuk mengingatkan kepada karyawan bahwa karyawan dianggap sebagai aset yang penting untuk dipertahankan dan bukan dianggap sebagai beban oleh perusahaan.

Program penerapan FFP yang dilakukan PT Apac Inti Corpora sudah sesuai seperti yang diatur dalam UU No.13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan di mana tujuan dari penerapan FFP adalah memfasilitasi hak-hak karyawan terutama karyawan perempuan. Beberapa bentuk program FFP yang sudah dilakukan oleh PT Apac Inti Corpora terkhusus untuk karyawan perempuan adalah adanya penyediaan ruang laktasi, ijin cuti sebelum dan sesudah melahirkan, ijin cuti haid hari pertama dan kedua, ijin suami menemani istri melahirkan dan mendapatkan program pengembangan karir.

Hasil penelitian menemukan bahwa tujuan perusahaan melakukan penerapan program FFP adalah sebagai wujud dari mematuhi peraturan pemerintah dan memenuhi hak-hak para karyawan. Selain itu, perusahaan ingin karyawan memiliki rasa memiliki terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan loyalitas karyawan kepada perusahaan. Dengan penerapan FFP memungkinkan karyawan untuk dapat menyeimbangkan antara kehidupan di keluarga dengan karir seperti penerapan kebijakan

cuti keluarga, hak pengasuhan anak ditempat kerja yang pada gilirannya akan mempengaruhi produktifitas kerja meeka menjadi lebih baik (Feeney *et al.*, 2014).

Berbagai program penerapan FFP yang sudah diterapkan perusahaan mendapat respon baik dari karyawan dan berdampak pada terbentuknya perilaku kerja yang positif pada karyawan, seperti terciptanya *work life balance*, *sense of belonging* atau rasa memiliki perusahaan, munculnya loyalitas, meningkatnya motivasi, kepuasan kerja, kedisiplinan dan semangat bekerja, serta menurunnya kecendrungan karyawan untuk berpindah kerja (*turnover*).

Hasil temuan diatas sesuai dengan hasil penelitian dari (Ronda *et al.*, 2016; Bae & Yang 2017) yang menemukan bahwa kebijakan FFP dapat membuat kinerja karyawan semakin tinggi dan mempunyai keseimbangan kerja antara pekerjaan dan waktu untuk keluarga sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chou *et al.*, (2013) yang menyatakan bahwa pemberian tunjangan keluarga tidak mendukung tingkat produktifitas karyawan. Meskipun begitu, penelitian tersebut mengatakan bahwa untuk penerapan waktu kerja yang fleksibel akan menurunkan tingkat *turnover* yang jauh lebih rendah.

Dampak positif yang muncul dari penerapan FFP menurut pihak perusahaan yang cukup signifikan adalah dapat menurunkan tingkat *turnover* karyawan. Perusahaan menilai dengan tingkat turnover yang tidak tinggi menandakan karyawan merasa nyaman dan bahagia bekerja dalam waktu yang lama sehingga akan berdampak kepada bertahannya karyawan di perusahaan (Zahra, 2014). Selain berdampak positif pada perilaku kerja karyawan, dampak lain yang dirasakan pihak perusahaan adalah citra perusahaan menjadi semakin baik sehingga membuat perusahaan tidak kesulitan mencari kandidat karyawan jika diperlukan.

Perusahaan dapat membuat aturan mengenai tambahan waktu cuti bagi suami yang ingin menemani istri melahirkan atau dapat memberikan cuti istri kepada suami untuk menemani dan mengurus istri dan anak. Kebijakan lain yang dapat diterapkan terkhusus untuk karyawan perempuan adalah dengan pemberian tunjangan baik berupa uang maupun sembako untuk kebutuhan anak bagi karyawan yang sedang menyusui namun tidak menggunakan ruang laktasi yang disediakan perusahaan.

Hambatan yang terjadi pada PT Apac Inti Corpora dalam penerapan FFP adalah ketika menerapkan aturan atau program FFP yang baru ditahap awal. Karyawan mengalami kesulitan dalam beradaptasi dan memahami. Sampai saat ini hambatan yang terjadi dari

beberapa penerapan FFP yang ada dikarenakan karyawan sudah nyaman bekerja dengan cara yang lama yang dianggap bakal sulit untuk beradaptasi terhadap perubahan yang ada. Namun demikian, walaupun ada hambatan, perusahaan tidak berhenti melaksanakan program program FFP yang melindungi hak-hak karyawan.

Perusahaan selalu melihat dan mengikuti pelaksanaan aturan pemerintah dengan apa yang karyawan butuhkan untuk dapat menunjang produktifitas karyawan. Untuk itu, perusahaan memberikan sosialisasi dan pelatihan kepada karyawan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan dan kebijakan yang baru.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT Apac Inti Corpora telah melaksanakan berbagai program FFP dan sebagian besar program yang dilaksanakan sesuai dengan arahan dalam UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan. Tujuan dari perusahaan dari penerapan FFP juga tercapai terbukti dengan karyawan dapat meningkatkan produktivitas dan loyalitas karyawan kepada perusahaan dan perusahaan dapat membuat kebijakan untuk menyeimbangkan antara pekerjaan di kantor maupun di keluarga.

Dari penerapan FFP juga memberikan dampak positif seperti terciptanya *work life balance*, *sense of belonging* atau rasa memiliki perusahaan, munculnya loyalitas, meningkatnya motivasi, kepuasan kerja, kedisiplinan dan semangat bekerja, serta menurunnya kecendrungan karyawan untuk berpindah kerja (*turnover*). Sedangkan dampak positif yang perusahaan rasakan adalah citra perusahaan menjadi semakin baik. Namun, hambatan yang terjadi di PT Apac Inti Corpora dalam penerapan FFP adalah karyawan mengalami kesulitan dalam beradaptasi dan memahami ketika perusahaan menerapkan kebijakan baru yang berkaitan dengan perubahan teknologi.

Implikasi teoritis penelitian ini untuk memberikan kontribusi dalam memperluas penelitian kebijakan perusahaan dalam penerapan FFP terhadap dampak perilaku kerja. Dalam penelitian ini kebijakan FFP yang di terapkan terbukti dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu (Bae & Goodman, 2014; Zahra, 2014; Bae & Yang, 2017). Dalam implikasi praktis diharapkan pihak perusahaan terus mempertahankan program FFP serta terus mengevaluasi atau menambah setiap kebijakan sesuai dengan kebutuhan karyawan seperti menerapkan *flexible working arrangement* yang berkembang belakangan ini. Perusahaan juga dapat mencari solusi dari hambatan yang terjadi seperti dengan melakukan sosialisasi terhadap perkembangan teknologi yang baru, pembaharuan fasilitas ruang laktasi, ruang penitipan anak dan

melakukan pelatihan secara berkelanjutan agar karyawan dapat beradaptasi dengan lingkungan dan kebijakan yang baru.

Saran untuk penelitian selanjutnya pertama, diharapkan wawancara dapat dilakukan lebih mendalam dan detail, selain itu dapat meneliti dengan membandingkan pada sektor industri yang sama maupun berbeda. Kedua, penelitian selanjutnya dapat di uji menggunakan panel kuantitatif untuk melihat pengaruh FFP terhadap perilaku kerja seperti motivasi dan kinerja atau perilaku kerja yang lain. Ketiga, penelitian ini difokuskan pada karyawan wanita yang mayoritas pada level operator garmen, untuk penelitian ke depan dapat dikembangkan pada subjek level staf dan dapat juga dilihat perbedaan subjek berdasarkan umur dan tingkat pendidikan sehingga dapat memperkaya penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bae, K. Bin, & Goodman, D. (2014). The Influence of Family-Friendly Policies on Turnover and Performance in South Korea. *Public Personnel Management*, 43(4), 520–542. <https://doi.org/10.1177/0091026014536055>
- Bae, K. Bin, & Yang, G. (2017). The Effects of Family-Friendly Policies on Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Panel Study Conducted on South Korea. *Public Personnel Management*, 46(1), 25–40. <https://doi.org/10.1177/0091026016689669>
- Chou, K. L., Chi, K., & Cheung, K. (2013). Family-Friendly Policies in the Workplace and their effect on work – life conflicts in Hong Kong. 24(20), 3872–3885.
- Earle, J. (2002). "Family-Friendly Workplace, a two tail sector." No. 61.
- Feeney, M. K., Bernal, M., & Bowman, L. (2014). Enabling work? Family-friendly policies and academic productivity for men and women scientists. 41(March), 750–764. <https://doi.org/10.1093/scipol/scu006>
- Gray, M., dan Tudball, J. (2002). (2002). "Family friendly work practices: differences within and between workplaces". Australian Institute of Family Studies. Research R.
- Heywood, J. S., & Miller, L. A. (2015). Schedule Flexibility, Family Friendly Policies and Absence*. *Manchester School*, 83(6), 652–675. <https://doi.org/10.1111/manc.12079>
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2014). *Perilaku organisasi* (9th ed). Jakarta: Salemba Empat
- Lewis, S. (1997). 'Family friendly' employment policies: A route to changing organizational culture or playing about at the margins? *Gender, Work & Organization*, 4(1), 13–23.
- Maftuhin, A. (2016). Mengikat Makna Diskriminasi : Penyandang cacat , difabel. 3(2), 139–162. <https://doi.org/10.14421/ijds.030201>
- Mulling, Emory. (1999). Family Friendly. *Kansas City Business Journal*, October 15
- Paramita, P. (2006). Analisis Pengaruh Work Family Balance dan Program Family Friendly terhadap Kepuasan Kerja Studi Kasus Pada Rumah Sakit Pantil Wilasa Citarum , Semarang. *Benefit*, 10(1), 1–10.
- Raabe, P. H. (1997). Work-family policies for faculty: How "career-and family-friendly" is academe. *Academic Couples: Problems and Promises*, 208–225
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku organisasi* (16th ed). Jakarta: Salemba Empat.

- Ronda, L., Ollo-López, A., & Goñi-Legaz, S. (2016). Family-friendly practices, high-performance work practices and work-family balance: How do job satisfaction and working hours affect this relationship? *Management Research*, 14(1), 2–23. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-02-2016-0633>
- Sanny Fortunata Susanto & Lieli Suharti, H. S. (2015). Keadilan kompensasi dalam persepsi pekerja perempuan hamil dan melahirkan fakultas ekonomika dan bisnis , Universitas Kristen Satya Wacana Email : Lieli.suharti@staff.uksw.edu. 978–979.
- Sarwoko, Endi. (2014). Karyawan Radio Swasta Nasional. Peranan faktor individu, budaya organisasi, dan perilaku kerja terhadap kinerja karyawan radio swasta nasional di Malang, 1(1), 12-27.
- Sullivan, S. E., & Mainiero, L. A. (2007). The changing nature of gender roles, alpha/beta careers and worklife issues: Theory-driven implications for human resource management. *Career Development International*, 12(3), 238–263.
- Sutopo, HB. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*
- Yuliviona, R. (2014). *Work Family Conflict dan Stress Kerja Perempuan Bekerja*.

PENGARUH BIAS INVESTASI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MODERASI GENDER

Maya Sari²⁸

Netti Siska N

Tia Yuliawati

Universitas Pendidikan Indonesia

Abstract

Limited information and bounded rationality cause investors to make investment mistakes. The bounded rationality is indicated by the presence of behavioral biases such as availability and overconfidence among investors. This study aims to analyze the effect of gender moderation on the relationship between investment bias and investor decisions in Indonesia. The study participants consisted of 100 individual stock investors who were selected purposively. Through moderation regression analysis, it is found that the effect of overconfidence on investment decisions is stronger for male investors. At the same level of overconfidence, male investors will make more aggressive transactions. The findings of this study cannot be separated from the character of male investors, whose risk acceptance rate is higher than female investors. On the other hand, gender does not have a significant moderating effect on the relationship between availability and investment decisions.

Keywords: *availability, gender, investment decision, overconfidence*

Abstrak

Keterbatasan informasi dan kondisi rasional terbatas menyebabkan investor sering membuat kesalahan yang fatal dan sistematis saat berinvestasi. Keterbatasan rasionalitas ditunjukkan dengan masih banyak ditemukannya bias perilaku seperti overconfidence dan availability di kalangan investor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efek moderasi gender terhadap hubungan bias investasi dan keputusan investasi pada investor saham individual di Indonesia. Partisipan penelitian terdiri dari 100 investor saham individual yang dipilih secara purposive. Melalui analisis Moderated Regression Analysis diperoleh hasil penelitian bahwa pengaruh overconfidence terhadap keputusan investasi menguat pada investor laki-laki. Pada tingkat overconfidence yang sama investor pria akan melakukan transaksi saham yang lebih agresif. Temuan penelitian tersebut tidak lepas dari karakter investor pria yang tingkat penerimaan risikonya lebih tinggi dibandingkan dengan investor perempuan. Sebaliknya gender tidak memberikan efek moderasi yang signifikan terhadap hubungan availability dengan keputusan investasi.

Kata kunci: *availability, gender, keputusan investasi, investor individual, overconfidence*

²⁸mayasari@upi.edu

PENDAHULUAN

Idealnya keputusan rasional yang dikombinasikan dengan proses pemikiran yang logis mampu menghasilkan keputusan keuangan yang efisien dan optimal. Akan tetapi adanya keterbatasan informasi dan kendala rasionalitas terbatas menyebabkan seorang investor akan mengandalkan prinsip *heuristic*, yang terkadang berguna akan tetapi lebih sering menyebabkan kesalahan fatal dalam pengambilan keputusan keuangan (Tversky & Kahneman, 2003).

Teori prospek yang dikembangkan oleh Kahneman & Tversky (1979) menjelaskan bahwa ketidakpastian menyebabkan adanya bias perilaku yang mempengaruhi keputusan investor dan seringkali keputusan tersebut menyimpang dari rasionalitas yang dimiliki. Banyak ditemukan investor yang menunjukkan bias perilaku dalam berinvestasi dan faktor tersebut menjadi penyebab hasil investasi yang tidak optimal. Nofsinger (2005) menemukan adanya bias *overconfidence* di kalangan investor. Investor *overestimate* terhadap pengetahuan yang dimilikinya, dan *underestimate* terhadap prediksi yang dilakukan karena investor melebih-lebihkan kemampuannya. Ketika investor menganggap memiliki keterampilan dalam berinvestasi, hal ini akan membuat investor menjadi *overconfidence* dan berakibat akan meningkatkan frekuensi perdagangan (Khan, et al 2016). Peneliti lain yaitu Luang & Ha (2011) menemukan adanya bias *availability* di kalangan investor. Bias investasi ini terjadi pada investor yang terlalu sering menggunakan informasi yang mudah diperoleh dan muncul sebagai dampak dari terbatasnya informasi yang dibutuhkan sedangkan keputusan investasi harus dilakukan dengan cepat.

Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa *gender* merupakan salah satu determinan penting dari perilaku investor. Perbedaan *gender* berdampak pada perbedaan cara mengelola uang dan resiko (Prince, 1993) dan (Barber & Odean, 2001) yang pada akhirnya perbedaan tersebut menyebabkan perbedaan dalam perilaku berinvestasi. Graham et al (2002) membuktikan bahwa investor wanita memiliki kepercayaan diri yang lebih rendah terhadap keputusan investasinya dibandingkan dengan pria, selain itu investor pria dan perempuan juga memiliki perbedaan dalam kemampuannya untuk memproses informasi .

Berdasarkan temuan-temuan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya efek moderasi faktor gender terhadap hubungan antara keputusan investasi dengan bias *overconfidence* dan *availability*. Temuan penelitian yang diperoleh diharapkan

memberikan kontribusi bagi pengembangan industri pasar modal dan kebijakan perlindungan investor di pasar modal Indonesia.

TELAAH PUSTAKA

Overconfidence

Overconfidence merupakan suatu kondisi dimana seorang investor menilai dirinya memiliki keahlian yang lebih baik dibandingkan investor lain. Investor dengan bias *overconfidence* yang tinggi meyakini bahwa informasi yang dimiliki lebih tepat dari keadaan yang sebenarnya. Investor terkena *overconfidence* bias karena keterbatasan informasi yang diterima sehingga membuat investor merasa memiliki kemampuan dan pengetahuan yang melebihi investor lain (Shefrin, 2002). Investor yang *overconfidence* akan mengharapkan hasil positif dari keputusan investasi yang diambil, keuntungan investasi akan dikaitkan dengan keterampilan yang dimiliki namun apabila mengalami hasil yang negatif akan mengaitkan dengan kondisi yang tidak beruntung (Sheikh & Riaz, 2012).

Availability

Bias Availability merupakan kecenderungan untuk lebih sering menggunakan informasi terbaru atau informasi yang lebih mudah diperoleh dibandingkan dengan memproses seluruh informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan. Adanya keterbatasan informasi menyebabkan investor cenderung mengambil keputusan dengan mengandalkan informasi yang berada dalam memorinya (Kahnmen dan Tversky, 1973). Bias ini sering terjadi pada pelaku pasar yang kekurangan informasi penting atau informasi yang dimiliki tidak relevan untuk mengambil keputusan. Adanya keterbatasan waktu untuk mencari informasi yang dibutuhkan seringkali informasi yang tersedia dianggap mencukupi dan dapat digunakan untuk membuat keputusan investasi.

Investor dengan bias *availability* yang tinggi lebih percaya pada informasi yang tersedia daripada memeriksa alternatif dan prosedur yang lain. Salah satu contoh bias *availability* diantaranya lebih memilih investasi pada perusahaan lokal yang lebih dikenal karena informasi yang tersedia dan dapat diakses dengan mudah. Investor membandingkan kinerja perusahaan tertentu dengan kinerja perusahaan sejenis. Investor juga bereaksi berdasarkan informasi kinerja sekuritas (Brauer & Wiersema, 2012).

Overconfidence dan Keputusan Investasi

Di pasar modal terdapat investor yang *overconfidence* yang salah dalam mengambil keputusan investasi sehingga menyebabkan kerugian. Investor yang *overconfidence* cenderung akan meningkatkan frekuensi perdagangan yang akan menyebabkan kinerja investasi yang buruk dan akan membahayakan keuangan investor (Barber & Odean, 2000). Efek bias *overconfidence* ditunjukkan investor dengan melakukan perdagangan secara berlebihan karena percaya memiliki keterampilan yang sebenarnya tidak dimiliki, investor menjadi *overestimate* dalam mengevaluasi investasi, sebaliknya investor menjadi *underestimate* terhadap risiko dan investor tidak melakukan diversifikasi pada portofolio investasinya (Pompian, 2006).

Faktor demografi investor seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lama investasi diperkirakan akan mempengaruhi *overconfidence* investor. Penelitian Jain & Mandot (2012) serta Barber dan Odean (2001) menyimpulkan bahwa pria lebih berani dalam mengambil produk investasi yang berisiko tinggi, karena pria cenderung *overconfidence* dari pada wanita. Begitu juga hasil penelitian Bhandari dan Deaves (2006) bahwa investor pria cenderung *overconfidence* dalam berinvestasi daripada investor wanita. Hasil penelitian Nelson (2015) juga menyimpulkan bahwa kaum wanita cenderung lebih menghindari resiko daripada kaum pria, karena kaum wanita cenderung kurang *confidence*.

H1: Terdapat *Terdapat efek moderasi gender terhadap pengaruh overconfidence terhadap keputusan investasi*

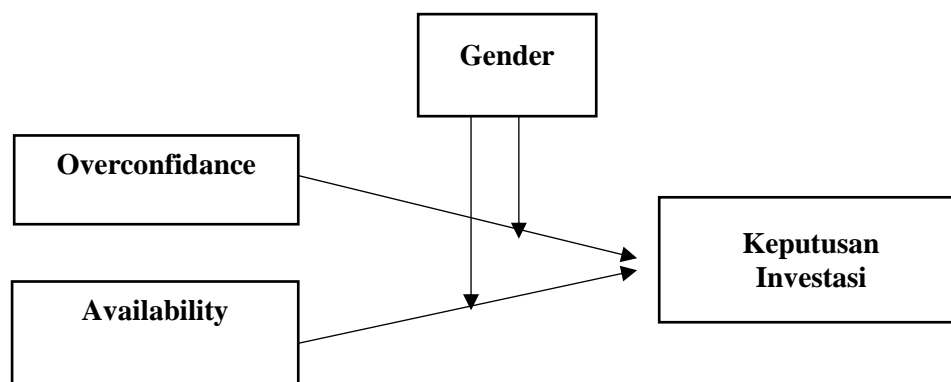
Bias Availability dan Keputusan Investasi

Berbagai penelitian menunjukkan bias *availability* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investor (Hujra et al. (2012). Investor akan lebih memilih berinvestasi pada perusahaan yang lebih dikenal berdasarkan informasi yang tersedia dengan mudah (Waweru et al., 2008). Sebaliknya Khan, (2017) menemukan korelasi yang lemah antara bias *availability* dengan keputusan investasi. Investor umumnya mencoba untuk mengantisipasi resiko yang akan terjadi sehingga berupaya untuk memperoleh informasi yang lebih banyak. Rendahnya peran *availability* juga disebabkan karena literasi keuangan yang rendah, sehingga informasi yang tersedia relative tidak terlalu dipergunakan oleh investor dalam membuat keputusan (Capuano & Ramsay, 2011). Rendahnya peran *availability* juga dijelaskan oleh Frieder (2004) yang menjelaskan bahwa investor cenderung membeli saham setelah terjadi kejutan laba positif, dan sebaliknya jika terjadi

laba negative yang tinggi maka investor cenderung untuk menjualnya sehingga kondisi ini menyebabkan terjadinya ketimpangan dalam aktivitas transaksi saham. Peneliti lain yaitu Pennington & Kelton (2016) juga menemukan bahwa, secara umum, investor memasukkan sangat sedikit informasi keuangan dalam pencarian mereka. Penelitian ini menyatakan bahwa dalam beberapa kondisi laporan keuangan mungkin tidak bermanfaat bagi investor.

Perbedaan bias *availability* di kalangan investor ditemukan pada penelitian Isidore dan Christie (2018), bahwa bias ini lebih dominan terjadi di kalangan investor perempuan. Salah satu penyebab terjadinya bias *availability* tersebut karena literasi keuangan pada kelompok investor wanita relative lebih rendah dibandingkan dengan investor pria.

H2 : Terdapat efek moderasi gender terhadap pengaruh *availability* terhadap keputusan investasi



Gambar 1 Model Penelitian

METODA

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan/ Pernyataan tertutup yang penyebarannya dilakukan melalui email, dan *google form*. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan dan pernyataan yang meliputi data bias perilaku yang terdiri dari *overconfidence* dan *availability* serta keputusan berinvestasi dengan menggunakan skala ordinal. Data yang terkumpul kemudian diberi skor 1 sampai 5 berdasarkan skala likert.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah investor saham individual yang bertransaksi saham di Pasar Modal Indonesia. Mengingat tidak terdapat kerangka sampling pada penelitian ini, maka teknik penarikan sampel yang dapat digunakan adalah *purposive sampling* (penarikan sampel dengan tujuan tertentu). Adapun Sample penelitian ini berjumlah 100 responden dengan karakteristik sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No	Faktor Demografi	Mayoritas	Minoritas
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki (54%)	Perempuan (46%)
2	Usia	21 – 30 Tahun (45%)	>50 Tahun (5%)
3	Pengalaman Investasi	≤ 1 Tahun – 2 Tahun (71%)	>2 tahun (29%)
4	Pengalaman investasi saham	< 1 Tahun (46%)	>5 Tahun (18%)
5	Dana yang Diinvestasikan	< Rp 5.000.000 (36%)	Rp 30.000.000 – Rp 50.000.000 (8%)

Sumber: Data Diolah (2020)

Teknik Analisis Data

Pengujian efek moderasi menggunakan analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Dalam metode analisis ini ada dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi serta pengujian tiga kriteria ketepatan atau *goodness of fit*, yaitu Uji F, koefisien determinasi dan uji-t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek moderasi gender terhadap pengaruh bias overconfidence dan availability terhadap keputusan investasi pada investor saham individual di Indoensia. Tabel 2 menjelaskan gambaran availability, overconfidence dan keputusan investasi pada responden penelitian.

Tabel 2. Gambaran Availability, Overconfidence dan Keputusan Investasi

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Overconfidence (X1)					
Keyakinan membuat keputusan yang benar		9%	14%	46%	31%
Keyakinan menguasai trend		9%	25%	34%	32%
Keyakinan bahwa trend pasar sesuai dengan persepektif yang dimiliki		13%	33%	30%	24%
Availability (X2)					
Mengikuti investasi yang dievaluasi oleh ahli	STS	TS	KS	S	SS
Mempertimbangkan informasi terbaru	2%	12%	21%	41%	24%
Membeli saham saat indeks harga naik	3%	18%	33%	28%	18%
	SR	R	CT	T	ST

Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Keputusan Investasi (Y)					
Frekuensi Bertransaksi		33%	32%	23%	12%
Turnover transaksi	9%	29%	33%	29%	

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil penelitian juga menunjukkan *overconfidence* responden penelitian juga cukup tinggi. Mayoritas responden memiliki keyakinan yang cukup tinggi terkait kemampuan untuk membuat keputusan investasi yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan bias *availability* yang cukup tinggi. Informasi yang tersedia dan mudah diakses digunakan oleh responden untuk pengambilan keputusan. Di antara berbagai informasi tersebut, informasi terbaru merupakan informasi yang lebih dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Investor akan lebih focus pada informasi tertentu seperti informasi terbaru dibandingkan dengan menggunakan semua informasi yang ada, karena informasi ini lebih mudah diingat oleh investor. (Nofsinger & Varma, 2013). Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keputusan investasi cukup tinggi baik dilihat dari frekuensi investasi maupun turnover transaksi yang dilakukan.

Tabel 3 menunjukkan hasil uji Kesesuaian model, uji koefisien determinasi, dan uji model secara parsial.

Tabel 2. Uji Statistik Model Penelitian

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
(Constant)	-5.160	2.428	.036
OVERCONFIDENCE	1.529	.212	.000
AVAILABILITY	-.363	.226	.112
GENDER	6.604	1.724	.000
OVERCONFIDENCE.GENDER	.997	.132	.000
AVAILABILITY.GENDER	.204	.143	.158
R	.641 ^a		
R Square	.410		
Adjusted R Square	.379		
F	13.082		
Sig (F)	.000 ^b		

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar .410 dengan nilai F sebesar 13.082 dengan sig 0,000, sehingga *overconfidence (OVR)* dan *availability (AVA)* sebagai variabel dependen, dan gender (*GEN*) sebagai variabel moderator mampu menjelaskan keputusan investasi sebesar 41,0% sedangkan sisanya sebesar 59,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Hasil penelitian juga

menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan sesuai dengan bukti empiris dan memenuhi kesesuaian model (*goodness of fit*) pada level signifikansi kurang dari 5% (sig 0,000).

Berdasarkan tabel 2, tersebut diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Keputusan} &= -5.160 + 1.529\text{OVR} - 0.363\text{AVA} + 6.604 \text{ GEN} + 0.997\text{OVR}*\text{GEN} \\ \text{Investasi} &+ 0.204\text{AVA}*\text{GEN} + e \end{aligned}$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa peningkatan *overconfidence* akan berdampak pada terjadinya peningkatan transaksi sebaliknya peningkatan *availability* akan diikuti oleh penurunan transaksi. Temuan lainnya menunjukkan gender berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, yang berarti investor pria lebih agresif dalam bertransaksi saham dibandingkan dengan investor perempuan, sedangkan bias *availability* menguat pada investor perempuan. Persamaan regresi juga menunjukkan bahwa gender memperkuat pengaruh *overconfidence* dan *availability* terhadap keputusan investasi regresi.

Pengujian secara parsial menunjukkan nilai koefisien variabel *overconfidence* sebesar (1.529) dengan sig sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 5%, sehingga hipotesis *overconfidence* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi terbukti. Nilai koefisien variabel *gender* sebesar (6.604) dengan sig sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 5%, sehingga hipotesis gender berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi terbukti. Sebaliknya nilai koefisien variabel *availability* sebesar (- 0.363), dengan nilai sig sebesar .112 atau lebih besar dari 5%, sehingga hipotesis yang menyatakan *availability* berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan investasi tidak terbukti.

Pengujian hipotesis efek moderasi gender terhadap pengaruh pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi diperoleh koefisien interaksi (.997) dengan signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya gender memoderasi pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi sehingga hipotesis diterima. Adapun hasil pengujian efek moderasi gender terhadap *availability* terhadap keputusan investasi diperoleh koefisien interaksi (.204) dengan signifikansi 0,158 atau lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yang artinya gender tidak memoderasi pengaruh *availability* terhadap keputusan investasi sehingga hipotesis ditolak.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan *overconfidence* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi demikian pula gender memberikan efek moderasi yang memperkuat

pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi secara signifikan. Investor yang *overconfidencenya* tinggi memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan yang dimiliki untuk bisa membaca trend dan lain-lain, sehingga bias ini akan mendorong investor untuk lakukan investasi dengan frekuensi yang lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa *overconfidence* membuat investor cenderung menjadi lebih agresif dalam bertransaksi pada saham dan perilaku ini berisiko pada keputusan yang tidak tepat pada saat investor bertransaksi pada saham yang berisiko tinggi akan tetapi memiliki retur yang rendah apalagi jika diikuti dengan inginan untuk segera merealisasikan keuntungan yang sebenarnya belum optimal. Pengaruh positif bias *overconfidence* terhadap keputusan investasi tersebut sejalan dengan penelitian dari Gervais, et al (2002), Dittrich, et al (2005) dan Glaser & Weber (2007).

Hasil uji efek moderasi menunjukkan bahwa pada tingkat *overconfidence* yang sama, investor pria, akan melakukan transaksi saham yang lebih agresif dibandingkan dengan investor wanita. Temuan penelitian tersebut tidak lepas dari karakter investor pria yang tingkat penerimaan risikonya lebih tinggi dibandingkan dengan investor wanita. Karakter pria yang lebih *confidence* berdampak pada tingkat penerimaan terhadap resiko yang relatif tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bulent & Yilmaz (2015) yang menemukan tingginya *overconfidence* di kalangan investor, laki-laki, investor muda dan investor dengan portfolio yang rendah dan kondisi yang sama juga ditemukan pada penelitian ini dimana mayoritas responden adalah investor dari kelompok laki-laki dan mayoritas investor adalah investor pemula dengan nilai investasi yang relative masih rendah.

Temuan penelitian lain menunjukkan *availability* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi dan gender tidak memberikan efek moderasi terhadap pengaruh *availability* terhadap keputusan investasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang tersedia yang dengan mudah dapat diakses oleh investor tidak selalu dipertimbangkan oleh investor dalam pengambilan keputusan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Lee (1992) yang menemukan bahwa investor kecil akan menggunakan informasi yang mudah diperoleh untuk membantu mereka dalam membuat keputusan pembelian saham. Sebaliknya keputusan penjualan saham umumnya didorong oleh kebutuhan likuiditas. Dalam situasi ketidakpastian, maka dasar pertimbangan utama yang dimiliki oleh investor adalah mereka ingin segera merealisasikan keuntungan (taking profit) atau untuk membatasi kerugian (cutloss).

Investor memiliki strategi untuk keluar (exit strategy) dari investasi yang pada akhirnya mereka tidak mau terjebak dalam investasi pada saat nilai investasi dari sebuah saham telah berubah dan tidak menarik lagi. Selain itu keputusan menjual juga disebabkan adanya bias disposition effect, dimana saat harga meningkat maka investor akan segera merealisasikan keuntungan. Adanya ketidakpastian menyebabkan investor akan sebera menjual sahamnya pada saat target price sudah terpenuhi.

Penyebab lain tidak ditemukannya efek availability dalam penelitian ini tidak lepas dari karakteristik responden penelitian yang mayoritas merupakan investor kecil, sebagaimana yang dijelaskan oleh Cready (1988) bahwa reaksi pasar terhadap informasi melemah dan lebih lambat pada investor kecil. Penelitian lain yang mendukung adalah Khan (2017) yang menjelaskan bahwa informasi terkait pergerakan harga saham berubah dengan cepat, sehingga sulit diikuti oleh kebanyakan investor tanpa terkecuali. Efek moderasi gender terhadap pengaruh availability terhadap keputusan investasi juga tidak ditemukan. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pengaruh bias *availability* terhadap keputusan investasi baik pada investor pria maupun perempuan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan *overconfidence* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi dan gender memberikan efek moderasi pada hubungan *overconfidence* dengan keputusan investasi. Pada tingkat *overconfidence* yang sama, investor pria, akan melakukan transaksi saham yang lebih agresif dibandingkan dengan investor perempuan. Hal tersebut tidak lepas dari karakter investor pria yang memiliki tingkat penerimaan risikonya yang lebih tinggi dibandingkan dengan investor wanita. Sebaliknya hasil penelitian menunjukkan *availability* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, demikian juga gender tidak memberikan efek moderasi pada hubungan kedua variable tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu investor untuk dapat memahami diri mereka dengan lebih baik dan mampu meningkatkan kemampuannya untuk membuat keputusan rasional dalam berinvestasi saham. Untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk menambah ukuran sampel dan memperluas cakupan wilayah, untuk menemukan seluruh fenomena pengambilan keputusan ipara investor di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *The quarterly journal of economics*, 116(1), 261-292.
- Bhandari, G., & Deaves, R. (2006). The demographics of overconfidence. *The Journal of Behavioral Finance*, 7(1), 5-11.
- Brauer, M. F., & Wiersema, M. F. (2012). Industry divestiture waves: How a firm's position influences investor returns. *Academy of Management Journal*, 55(6), 1472-1492.
- Capuano, A., & Ramsay, I. (2011). What causes suboptimal financial behaviour? An exploration of financial literacy, social influences and behavioural economics. An Exploration of Financial Literacy, Social Influences and Behavioural Economics (March 23, 2011). U of Melbourne Legal Studies Research Paper, (540).
- Cready, W. M. (1988). Information value and investor wealth: The case of earnings announcements. *Journal of Accounting research*, 1-27.
- Dittrich, D. A., Güth, W., & Maciejovsky, B. (2005). Overconfidence in investment decisions: An experimental approach. *The European Journal of Finance*, 11(6), 471-491.
- Frieder, L. (2004). Evidence on behavioral biases in trading activity.
- Gervais, S., Heaton, J. B., & Odean, T. (2002). The positive role of overconfidence and optimism in investment policy.
- Glaser, M., & Weber, M. (2007). Overconfidence and trading volume. *The Geneva Risk and Insurance Review*, 32(1), 1-36.
- Graham, J. F., Stendardi, E. J., Myers, J. K., & Graham, M. J. (2002). Gender differences in investment strategies: an information processing perspective. *International journal of bank marketing*.
- Hunjra, A. I., Rehman, K. U., & Ali Qureshi, S. (2012). Factors affecting investment decision making of equity fund managers. *Wulfenia Journal*, 19(10).
- Jain, D., & Mandot, N. (2012). Impact of demographic factors on investment decision of investors in Rajasthan. *Researchers World*, 3(2), 81.
- Isidore, R., & Christie, P. (2018). A Behavioral Finance Perspective of the Stock Market Anomalies. *International Journal of Research in Management, Economics and Commerce*, 8(4), 5-9.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). On the interpretation of intuitive probability: A reply to Jonathan Cohen.
- Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. *American economic review*, 93(5), 1449-1475.
- Khan, M. Z. U. (2017). Impact of availability bias and loss aversion bias on investment decision making, moderating role of risk perception. *Management & Administration (IMPACT: JMDGMA)*, 1(1), 17-28.
- Lee, C. M. (1992). Earnings news and small traders: An intraday analysis. *Journal of Accounting and Economics*, 15(2-3), 265-302.
- Le Luong, P., & Thi Thu Ha, D. (2011). Behavioral factors influencing individual investors' decision-making and performance.: A survey at the Ho Chi Minh Stock Exchange.
- Nelson, J. A. (2015). Are women really more risk-averse than men? A re-analysis of the literature using expanded methods. *Journal of economic surveys*, 29(3), 566-585.
- Nofsinger, J. R. (2005). Social mood and financial economics. *The Journal of Behavioral Finance*, 6(3), 144-160.
- Nofsinger, J., & Varma, A. (2014). Socially responsible funds and market crises. *Journal of Banking & Finance*, 48, 180-193.

- Pennington, R. R., & Kelton, A. S. (2016). How much is enough? An investigation of nonprofessional investors information search and stopping rule use. *International Journal of Accounting Information Systems*, 21, 47-62.
- Shefrin, H. (2002). *Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing*. Oxford University Press on Demand.
- Sheikh, M. F., & Riaz, K. (2012). Overconfidence Bias. *Trading Volume and Returns Volatility*.
- Tekçe, B., & Yılmaz, N. (2015). Are individual stock investors overconfident? Evidence from an emerging market. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 5, 35-45.
- Waweru, N. M., Munyoki, E., & Uliana, E. (2008). The effects of behavioural factors in investment decision-making: a survey of institutional investors operating at the Nairobi Stock Exchange. *International Journal of Business and Emerging Markets*, 1(1), 24-41.

PENGARUH BRAND IMAGE DAN FREE TRIAL PROMOTIONS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI ZOOM DI JAWA TENGAH)

Alvian Tanugraha Hadi Ismail

Eristia Lidia Paramita

Yusepaldo Pasharibu

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

Covid-19 pandemic causes many works and activity, especially communications got troubled. Therefore to continue activities and works, people tend to not physically meet each other including communications, the solutions is using online communication. There are several online application offered, one of kind that offered are Zoom. The purpose of this research is to know the effect of brand image and free trial promotions to Zoom purchasing decision on Jawa Tengah people. The data type is primary data that obtained from distributing questionnaires on 150 respondents in Jawa Tengah. The analytical techniques in this research was multiple regression analysis. This research concludes that brand image has no effect on purchasing decision. On the other side, free trial has an effect to purchasing decision.

Keywords: brand image, free trial, purchasing decision, Zoom

Abstrak

Pandemi Covid-19 mengakibatkan pekerjaan dan aktivitas, khususnya komunikasi terganggu. Oleh karena itu, untuk dapat melanjutkan pekerjaan atau aktivitas, masyarakat cenderung memilih alternatif yang tidak berupa temu fisik secara langsung, termasuk dalam hal berkomunikasi salah satu pilihannya adalah menggunakan aplikasi komunikasi daring. Terdapat beberapa aplikasi daring yang ditawarkan dan salah satunya adalah aplikasi Zoom. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Brand Image dan free trial promotions terhadap keputusan pembelian aplikasi Zoom pada masyarakat di Jawa Tengah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah variabel Brand Image pada aplikasi Zoom menurut responden yang berdomisi di Jawa Tengah dinilai masih belum cukup baik dan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian aplikasi Zoom. Di lain sisi, variabel free trial promotions dari aplikasi Zoom terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Zoom.

Kata kunci: Brand Image, Free trial, Keputusan Pembelian, Zoom

212017005@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Virus Covid-19 yang bermula di kota Wuhan, China pada bulan Desember tahun 2019 telah menyebar ke berbagai penjuru dunia dan mengakibatkan puluhan juta kasus kematian. Pada 11 Maret 2020, World Health Organization (WHO) telah menyatakan virus Covid-19 sebagai pandemi, yaitu virus yang dengan mudah dapat menular ke berbagai negara pada waktu yang bersamaan. Pandemi Covid-19 di Indonesia sendiri di mulai sejak bulan Maret 2020 di kota Depok, Jawa Barat (Ihsanuddin, 2020). Virus Covid-19 ini dapat ditularkan melalui kontak fisik hingga menghirup bersin dari penderita (Covid.go.id, 2020). Dengan adanya pandemi ini, maka komunikasi dan kegiatan lain yang berhubungan dengan fisik seperti bekerja, sekolah, dan lain sebagainya tentu terganggu, sehingga penggunaan alat komunikasi secara daring mulai marak digunakan, salah satunya adalah aplikasi Zoom (Claudya, 2020).

Zoom adalah aplikasi berbasis komunikasi yang dilakukan secara online dan dilengkapi berbagai fitur yang canggih (Dewi, 2020). Aplikasi ini mulai populer di Indonesia setelah adanya pandemik Covid-19 dimana masyarakat serta pemerintah harus melakukan social distancing dan work from home. Pengguna aplikasi Zoom pada 21 April 2020 kemarin, mencapai 300 juta orang yang sebelumnya hanya 200 juta pengguna (Pertiwi & Wahyudi, 2020). Penggunaan aplikasi Zoom di masa pandemi Covid-19 di dunia telah mengalami peningkatan sebanyak 169% (Annur, 2020). Namun, Zoom sempat mendapat image yang buruk akibat adanya isu Zoom bombing yaitu kegiatan peretasan selama meeting dengan tujuan mengganggu dan adanya peristiwa kebocoran data serta email pengguna (Arradian, 2020). Oleh karena itu, untuk mendapat pengamanan data yang terjamin selama meeting berlangsung, pengguna aplikasi Zoom harus membayar lebih untuk mendapatkan perlindungan privasi (Pertiwi & Nistanto, 2020).

Sebelum pengguna Zoom memutuskan untuk membayar lebih demi perlindungan privasi, tentunya ada berbagai hal lain yang menjadi bahan pertimbangan. Seorang konsumen tentunya akan cenderung mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk yang akan dibeli dan mempertimbangkan manfaat serta kenyamanan setelah membeli sebuah produk (Pamungkas & Zuhroh, 2016). Apabila konsumen telah memiliki pengalaman positif terhadap sebuah produk dan menilai bahwa produk tersebut memiliki citra yang baik, maka keputusan pembelian akan cenderung sangat kuat (Supriyadi et al., 2017). Proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian oleh konsumen tentunya memerlukan banyak pertimbangan, sehingga perusahaan perlu mendapat

masuk dalam mempertimbangkan strategi pemasaran yang akan diterapkan agar mencapai target (Achidah & Hasiolan, 2016).

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya adalah citra merek. Pembentukan Brand Image yang baik merupakan salah satu cara dalam memasarkan sebuah produk. Brand Image yang baik yang dimiliki oleh sebuah produk menjadikan produk tersebut mudah diingat oleh para konsumen (Gifani & Syahputra, 2017). Brand Image yang positif dari sebuah produk juga dapat menimbulkan kesan yang baik di benak konsumen. Yang selanjutnya kesan baik tersebut dapat memicu terjadinya keputusan pembelian (Supriyadi et al., 2017). Selain Brand Image, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu free trial promotions.

Free trial dapat digunakan sebagai sarana uji coba konsumen pada produk yang akan digunakan (Koch & Benlian, 2016). Contoh produk yang memberikan free trial kepada pengguna adalah aplikasi Zoom. Zoom memberi percobaan 40 menit dan maksimal 100 partisipan meeting. Pemberian free trial dapat memperkenalkan produk secara umum namun dalam lingkup terbatas dan akses yang minim. Pengguna yang puas dengan layanan free trial cenderung ingin meningkatkan level penggunaan ke premium dan efektif dalam menyebarkan merek tersebut (Foubert & Gijbrecchts, 2016). Penggunaan free trial dapat bermanfaat bagi perusahaan karena dapat mempercepat cakupan pasar (Reza et al., 2020). Free trial memiliki dampak terhadap keputusan beli atau penggunaan konsumen, karena konsumen lebih mudah memutuskan untuk membeli apabila free trial dari merek sudah dirasa bermanfaat (Cheng & Liu, 2012).

Penelitian sebelumnya tentang brand image ditemukan bahwa brand image memiliki pengaruh positif dan pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian (Pitamakoro & Wijaya 2018; Prasetya et al., 2018). Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2017), yang menyebutkan bahwa brand image tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. dalam pertimbangan untuk membeli. Masalah dalam penelitian ini adalah aplikasi Zoom merupakan salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat pada saat ini untuk melakukan komunikasi secara daring. Namun aplikasi Zoom sempat memiliki image yang buruk di masyarakat karena adanya isu Zoom bombing. Yang selanjutnya aplikasi Zoom menawarkan keamanan yang lebih terjamin melalui keputusan pembelian aplikasi Zoom versi premium.

Persoalan penelitian ini adalah apakah Brand Image mempengaruhi keputusan pembelian aplikasi Zoom? Apakah free trial mempengaruhi keputusan pembelian aplikasi Zoom? Tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh free trial terhadap keputusan pembelian aplikasi Zoom dan pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian aplikasi Zoom. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah literatur dari jurnal dengan topik terkait. Lalu manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai referensi bagi pengguna aplikasi Zoom dalam menimbang keputusan saat membeli layanan Zoom yang berbayar.

TELAAH PUSTAKA

Brand Image

Brand merupakan aset perusahaan untuk memperjualbelikan barang dan dapat menciptakan nilai serta kepuasan bagi konsumen (Gifani & Syahputra, 2017). Brand dalam kegiatan bisnis dipergunakan sebagai pembeda dari pesaing, produk, serta kelebihan dan kekurangan produk. Bentuk dari brand bisa bermacam-macam, yaitu tulisan, logo, istilah, tanda atau kombinasi dari ketiga hal tersebut (Yanti & Sukotjo, 2016). Definisi brand image adalah persepsi keyakinan masyarakat tentang merek tertentu yang digunakan (Gifani & Syahputra, 2017).

Brand Image juga dapat diartikan sebagai gambaran produk pertama yang muncul dalam benak konsumen ketika memilih sebuah produk, apakah baik atau buruk (Fatmawati & Soliha, 2017). Apabila konsumen memiliki citra yang positif, kemungkinan besar konsumen akan membeli produk tersebut (Purwanto & Ghozali, 2019). Pembentukan brand image dapat didukung dengan tiga komponen pendukung yaitu image perusahaan, image konsumen, image citra produk (Venessa & Arifin, 2017). Brand Image juga dapat digunakan perusahaan dalam melakukan perluasan pasar dan memperoleh pangsa pasar yang lebih luas (Nurhayati, 2017). Indikator pengukuran dalam brand image dapat dikategorikan menjadi persepsi konsumen terhadap Zoom, merek pertama kali yang muncul ketika menggunakan aplikasi komunikasi daring, kesan yang ditimbulkan, keyakinan memilih Zoom dan pelayanan yang memuaskan

Promosi

Promosi merupakan salah satu cara untuk mengkomunikasikan produk untuk tujuan membujuk, mengingatkan produk kepada konsumen. Hal yang dapat diinformasikan adalah menyediakan informasi, manfaat dari produk, pembeda dari pesaing (Nurhayati, 2017). Penerapan promosi dapat menggunakan konsep marketing mix yaitu 4P atau 7P untuk tujuan produk dikenal masyarakat (Setyarko, 2016). Salah satu kunci keberhasilan metode pemasaran adalah promosi, karena dapat memberikan informasi produk terkait (Pamungkas & Zuhroh, 2016). Kemudahan dalam promosi produk didukung oleh adanya teknologi dan media yang berkembang serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Penggunaan promosi juga bertujuan untuk meningkatkan upaya penjualan serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Imam Heryanto, 2015). Pemberlakuan promosi bisa mencegah informasi palsu yang beredar tentang produk maupun perusahaan (Nurhayati, 2017). Kegiatan promosi bersifat wajib, karena berguna sebagai prediksi pasar. Apabila produk tersebut laku maka penempatan pasar sudah benar (Khoiro et al., 2019).

Free trial

Salah satu cara promosi adalah menyediakan free trial untuk memberikan masa percobaan produk kepada konsumen. Free trial adalah metode promosi perusahaan untuk memberikan konsumen layanan, gambaran produk dan cara kegunaan produk dengan periode waktu terbatas (Foubert & Gijsbrechts, 2016). Pemberian pelayanan free trial memungkinkan konsumen mendapat pengalaman menggunakan versi percobaan produk. Konsumen dengan pengalaman free trial baik, akan nyaman dan beralih ke versi premium dari produk tersebut (Reza et al., 2020). Kunci keberhasilan dari free trial adalah tahap pembelian full service dari produk (Bednall, 2018).

Konsumen yang sudah puas dan mengerti kegunaan produk, lebih cenderung melakukan upgrade ke versi berbayar (Foubert & Gijsbrechts, 2016). Tentu ekspektasi konsumen akan tinggi ketika sudah berbayar, yaitu mendapat fitur yang lebih lengkap dan memuaskan. Apabila fitur di versi berbayar ternyata sama dengan versi free trial, maka konsumen akan cenderung menggunakan free trial saja daripada berbayar (Koch & Benlian, 2016). Pemberian free trial produk kepada konsumen secara online dapat meningkatkan keinginan untuk membeli atau berlangganan produk tersebut (Chen et al., 2017). Indikator dalam mengukur free trial adalah kelengkapan fitur free trial, kepuasan selama menggunakan free trial, kendala dalam free trial, perbedaan kualitas free trial dan versi berbayar, dan perbedaan free trial Zoom dengan merek lain.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pertimbangan konsumen terhadap keuntungan dan kerugian barang yang akan dikonsumsi serta merupakan tahap akhir dalam kegiatan jual beli (Khoiro et al., 2019). Tindakan pembelian harus dilakukan konsumen agar mendapat barang yang diinginkan (Sejati & Yahya, 2016). Pengertian lain dari keputusan pembelian adalah pemilihan merek dan preferensi terhadap satu pilihan (Setia et al., 2016). Komponen dalam keputusan pembelian dapat dibagi menjadi tujuh yaitu keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, jumlah produk, waktu pembelian dan cara pembayaran (Prasetya et al., 2018).

Tingkat keterlibatan konsumen dalam pembelian juga berpengaruh dalam keputusan pembelian. Keterlibatan konsumen adalah persepsi, kepentingan pribadi, minat yang menjadi dasar dalam keputusan pembelian (Amelia, 2014). Keterlibatan konsumen dalam keputusan pembelian harus dipahami oleh pemasar apabila ingin menjual produk (Setia et al., 2016). Keputusan untuk membeli dilakukan oleh konsumen secara bertahap dan dengan pertimbangan yang matang untuk memenuhi kebutuhannya (Purwanto & Ghozali, 2019). Indikator penilaian keputusan pembelian adalah keinginan untuk membeli versi premium, rekomendasi dari pihak lain, kebutuhan, brand yang pertama akan dibeli dan keinginan untuk upgrade versi berbayar yang terbaru

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian

Brand Image erat hubungannya dengan kesan dari penggunaan konsumen. Konsumen lebih tertarik menggunakan brand yang sudah populer karena asumsi mudah dicari, kualitas yang baik dan selalu tersedia (Yanti & Sukotjo, 2016). Brand Image produk yang baik menjadi citra positif tersendiri bagi konsumen. Citra baik yang ditimbulkan dari merek, akan memperkuat keputusan pembelian konsumen (Purwanto & Ghozali, 2019). Mempertahankan citra yang baik adalah hal yang tidak mudah, namun menguntungkan karena dapat menjadi keunggulan bagi pesaing dengan produk atau jasa sejenis. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Brand Image berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (Pratama et al., 2017). Pitamakoro & Wijaya, (2018), mengemukakan bahwa Brand Image memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan apabila Brand Image positif maka memungkinkan meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan argumen tersebut maka dapat disimpulkan:

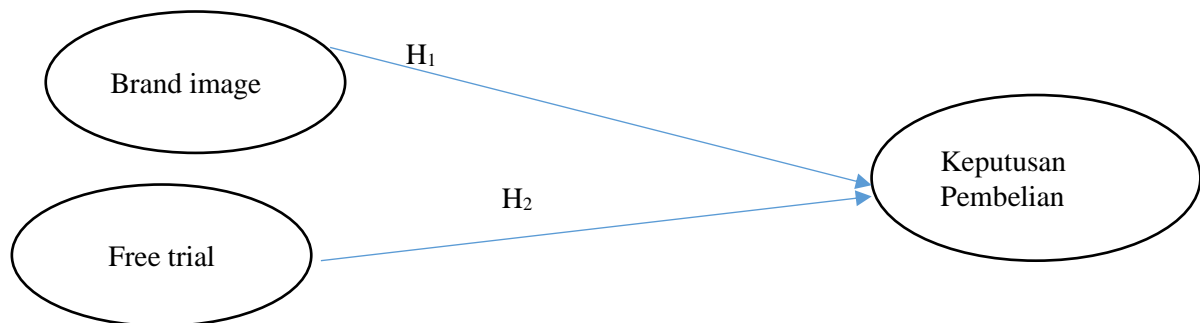
H₁: Brand Image berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Pengaruh Free trial terhadap Keputusan Pembelian

Pemberian pelayanan free trial memungkinkan konsumen mendapat pengalaman menggunakan versi percobaan produk. Free trial pada produk atau layanan dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk (Bednall, 2018). Pemberian free trial kepada pengguna akan menciptakan kenyamanan karena dapat mengakses serta mempelajari kegunaan produk, setelah mempelajari maka keputusan pembelian akan meningkat (Jiao et al, 2019). Penerapan free trial merupakan keuntungan bagi konsumen, karena dapat mengurangi kerugian sebelum membeli, serta dapat memperkuat keputusan pembelian setelah mengerti keuntungan dari produk yang akan dipakai (Bednall, 2018). Hasil penelitian membuktikan dampak free trial positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Foubert & Gijbrechts, 2016).

Berdasar penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

H₂: Free trial berpengaruh terhadap keputusan pembelian



Sumber: Gifani & Syahputra (2017)

Gambar 1 Kerangka Penelitian

METODA

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mengambil data primer. Perolehan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *join meeting* maupun *create meeting* pada aplikasi *Zoom* di Jawa Tengah dan sampel penelitian ini adalah 150 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria: 1) usia 15-50 tahun, 2) berdomisili di Jawa Tengah, dan 3) minimal telah menggunakan *free trial* aplikasi *Zoom* selama 2 bulan.

HASIL

Pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner telah dilakukan pengujian oleh peneliti untuk menentukan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Apabila R hitung lebih besar dari R tabel maka data dapat dinyatakan valid dan reliabel. Uji validitas diperoleh dari 31 responden pada tanggal 9 November 2020 dengan menggunakan 15 pernyataan. Adapun karakteristik responden yaitu berusia 15-50 tahun, berdomisili di Jawa Tengah, dan telah menggunakan *free trial* aplikasi *Zoom* minimal 2 bulan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Brand Image (X1)	X1.1	0,478	Valid	0,738	Reliabel
	X1.2	0,383	Valid		
	X1.3	0,387	Valid		
	X1.4	0,629	Valid		
	X1.5	0,436	Valid		
Free trial (X2)	X1.6	0,720	Valid	0,711	Reliabel
	X1.7	0,616	Valid		
	X1.8	0,529	Valid		
	X1.9	0,694	Valid		
	X1.10	0,799	Valid		
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,584	Valid	0,738	Reliabel
	Y1.2	0,711	Valid		
	Y1.3	0,756	Valid		
	Y1.4	0,500	Valid		
	Y1.5	0,544	Valid		

Sumber: Data Diolah(2020)

Berdasarkan Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa data valid dan reliabel. Data dapat dinyatakan valid karena nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel yaitu 0,355. Data juga dapat dikatakan reliabel, karena nilai *crobach alpha* dari data yang terdapat pada Tabel 3 melebihi 0,6.

Karakteristik responden yang didapat dari penelitian ini adalah 150 responden yang berusia 15-30 tahun. Selanjutnya responden dengan jenis kelamin wanita dengan persentase 59% dan pria dengan persentase 41%. Mayoritas responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase 85% dan sisanya berprofesi sebagai karyawan swasta dengan persentase 15% dan seluruh responden dalam penelitian ini berdomisili di Jawa Tengah.

Tabel 3. Tabel Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Usia	15-30	150	100%
2	Jenis Kelamin	Wanita	88	59%
		Pria	62	41%
3	Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	128	85%
		Karyawan Swasta	22	15%
4	Domisili	Jawa Tengah	150	100%

Sumber: Data Diolah (2020)

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Uji Normalitas Sig. (2- Tailed)	Uji Multikolinearitas (VIF>0,1)	Uji Heteroskedastisitas (Sig>0,05)	Uji Autokor elasi (dW>dU)
Brand Image	0,20	1,446	0,679	2.231
Free trial	0,20	1,446	0,388	

Sumber: Data Diolah (2020)

Dalam penelitian ini juga dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa data telah lolos uji normalitas karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya untuk uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa nilai VIF lebih dari 0,01 yang menjelaskan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Lalu untuk uji heteroskedastisitas, memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Yang terakhir adalah uji autokorelasi yang menghasilkan nilai dW sebesar 2.231 terletak diantara nilai dU dan 4-dU yang menandakan tidak ada gejala autokorelasi.

PEMBAHASAN**Tabel 5. Tabel Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	1282.603	2	641.301	60.396	.000 ^b
Residual	1560.897	147	10.618		
Total	2843.5	149			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2020)

Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 5. Hasil yang diperoleh menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 yang mengartikan bahwa kedua variabel independen yaitu Brand Image dan free trial berpengaruh secara simultan ataupun bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Tabel 6. Tabel Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficient		T	Sig
	B	Std Error		
(constant)	1.664	1.614	1.031	0.304
X1	-0.124	0.101	-1.228	.222
X2	0.867	0.089	9.765	.000

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil dari uji T dapat dilihat pada Tabel 6. Hasil yang diperoleh pada Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel X1 atau Brand Image memiliki nilai signifikansi sebesar 0,222. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Brand Image tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan variabel X2 atau free trial menunjukkan nilai signifikansi 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang mengartikan bahwa variabel free trial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.672 ^a	.451	0.444	3.25858	2.231

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 7. Berdasar hasil uji koefisien determinasi yang diperoleh, R Square menunjukkan nilai sebesar 0,451, atau 45,1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Brand Image dan free trial memberikan

pengaruh sebesar 45,1% terhadap variabel keputusan pembelian, yang kemudian sisanya dipengaruhi variabel lain.

Tabel 8. Tabel Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.664	1.614		1.031	0.304
X1	-0.124	0.101	-0.09	-1.228	0.222
X2	0.867	0.089	0.717	9.765	0

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasar hasil perhitungan yang diperoleh pada Tabel 8, maka dapat dirumuskan model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$y = \beta_0 + \beta_1.X1 + \beta_2.X2 + e$$

$$y = 1,664 + (-0,124) + 0,867 + e$$

Dari model tersebut dapat diperoleh informasi bahwa variabel Brand Image tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan jika variabel X1 atau Brand Image naik satu satuan, maka variabel Y atau keputusan pembelian akan turun sebesar -0,124. Sebaliknya, variabel free trial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga, jika variabel X2 atau free trial naik satu satuan, maka variabel Y atau keputusan pembelian akan naik sebesar 0,867.

SIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa Brand Image dan free trial dapat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, karena hasil penelitian sudah lolos uji F. Selain itu, peneliti dapat menunjukkan dari hasil uji T bahwa Brand Image tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial namun free trial dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara parsial. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah lingkup penelitian yang kurang spesifik dan mendalam, hanya mencakup wilayah Jawa Tengah secara umum. saran kepada peneliti selanjutnya agar dapat menambah karakteristik responden supaya mendapat hasil yang berbeda serta mengembangkan cakupan penelitian untuk hasil yang lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Achidah, N., & Hasiolan, L. B. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal) 1). 2(2).
- Amelia, F. (2014). Model Keterlibatan Konsumen dalam Keputusan Pembelian. Retrieved from Web Mahasiswa website: http://fanny-amelia-fib12.web.unair.ac.id/artikel_detail-98856-psikologi-pelayanan-Model-Keterlibatan-Konsumen-Dalam-Proses-Pengambilan-Keputusan.html
- Annur, C. M. (2020). Pengguna Video Melonjak Selama Pandemi, Pendapatan Zoom Naik 169%.
- Arradian, D. (2020). Ini Kata Pakar Security Soal Isu Keamanan di Aplikasi Zoom. Retrieved from Gensindo Sindonews website: <https://gensindo.sindonews.com/read/6316/700/ini-kata-pakar-security-soal-isu-keamanan-di-aplikasi-Zoom-1587600264>
- Bednall, D. H. B. (2018). A Trial Engagement? Innovative Free and Other Service Trials. *Journal of Services Marketing*, 32(1), 46–56. <https://doi.org/10.1108/JSM-12-2016-0420>
- Chen, H., Duan, W., & Zhou, W. (2017). The Interplay between Free Sampling and Word of Mouth in the Online Software Market. *Decision Support Systems*, 95, 82–90. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.01.001>
- Cheng, H. K., & Liu, Y. (2012). Optimal Software Free trial Strategy : The Impact of Network Externalities and Consumer Uncertainty. *Information System Research*, 23(2), 488–504.
- Claudya, B. (2020). Efektivitas Zoom di Tengah Pandemi Corona sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh. Retrieved from Kompasiana website: <https://www.kompasiana.com/bunga99525/5eb16b85d541df4a36658ee2/efektivitas-Zoom-di-tengah-pandemi-corona-sebagai-media-pembelajaran-jarak-jauh?page=all>
- Covid.go.id. (2020). No Title. Retrieved from Kementrian Penanganan Covid19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional website: <https://Covid19.go.id/p/hoax-buster/salah-who-sebut-penularan-corona-tak-lagi-hanya-lewat-droplet-tapi-juga-udara>
- Dewi, D. S. (n.d.). Mengenal Aplikasi Meeting Zoom: Fitur dan Cara Menggunakannya. Retrieved from Tirto.id website: <https://tirto.id/mengenal-aplikasi-meeting-Zoom-fitur-dan-cara-menggunakannya-eGF7>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1), 1–20.
- Foubert, B., & Gijbrecchts, E. (2016). Try It, You ’ll Like It — Or Will You ? The Perils of Early Free-Trial Promotions for High-Tech Service Adoption. *Marketing Science*, 35(5), 693–829.

- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 81–94.
- Ihsanuddin. (2020). Fakta Lengkap Kasus Pertama Virus Corona di Indonesia. Retrieved from [Kompas.com website: https://nasional.kompas.com/read/2020/03/03/06314981/fakta-lengkap-kasus-pertama-virus-corona-di-indonesia?page=all](https://nasional.kompas.com/read/2020/03/03/06314981/fakta-lengkap-kasus-pertama-virus-corona-di-indonesia?page=all)
- Imam Heryanto. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101.
- Jiao, W., Chen, H., & Yuan, Y. (2019). Understanding Users' Dynamic Behavior in a Free trial of IT Services: A Three-Stage Model Weiling. *Information & Management*, 57(6), 103238. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103238>
- Khoiro, F., Rachma, N., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(13), 140–153.
- Koch, O. F., & Benlian, A. (2016). The Effect of Free Sampling Strategies on Freemium Conversion Rates. *Electronic Markets*, 14(3), 396–402. <https://doi.org/10.1007/s12525-016-0236-z>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 4(2), 60–69.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, Si. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, X(2), 145–160.
- Pertiwi, W., & Nistanto, R. (2020). Biaya Berlangganan Zoom di Indonesia Naik Mulai 1 Oktober. Retrieved from [Kompas.com website: https://tekno.kompas.com/read/2020/09/17/10170077/biaya-berlangganan-zoom-di-indonesia-naik-mulai-1-oktober](https://tekno.kompas.com/read/2020/09/17/10170077/biaya-berlangganan-zoom-di-indonesia-naik-mulai-1-oktober)
- Pertiwi, W., & Wahyudi, R. (2020). Jumlah Pengguna Zoom Terus Naik meskipun Ada Isu Keamanan. Retrieved from [Kompas.com website: https://tekno.kompas.com/read/2020/04/25/17160067/jumlah-pengguna-zoom-terus-naik-meskipun-ada-isu-keamanan](https://tekno.kompas.com/read/2020/04/25/17160067/jumlah-pengguna-zoom-terus-naik-meskipun-ada-isu-keamanan)
- Pitamakoro, P., & Wijaya, T. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, (1), 84–92.
- Prasetya, E., Yulianto, E., & Sunarti. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Progam Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Air Mineral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2), 214–221.
- Pratama, B., Fathoni, A., & Hashiolan, L. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel (Studi Pada Pengunjung di Event-Event Kampus). *Journal of Management*, 3(3).

-
- Purwanto, A., & Ghozali, B. (2019). Green Product, Saluran Distribusi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 26(1), 49–57.
- Reza, S., Ho, H., Ling, R., & Shi, H. (2020). Experience Effect in the Impact of Free trial Promotions Experience Effect in the Impact of Free trial Promotions. (May).
- Sejati, B. S., & Yahya. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 2–19.
- Setia, D., Hasiolan, L., & Minarsih, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2), 1–19. Retrieved from <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/505/491>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Produk secara Online. 5(2), 128–147.
- Supriyadi, Wiyani, W., & Indra, G. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(1), 44–48.
- Yanti, M., & Sukotjo, H. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–13.

PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RESIKO DAN DIFFUSI INOVASI DIMEDIASI OLEH SIKAP TERHADAP ADOPSI/PENGGUNAAN INTERNET BANKING DI INDONESIA

Diana Triwardhani
Upn Veteran Jakarta

Abstract

This study aims to prove the effect of trust, perceived risk and diffusion of innovation on the adoption or use of internet banking in Indonesia with an attitude as an intermediary. With a sample of 500 people from Jakarta, Bandung, Semarang and Surabaya, and data collection using a questionnaire, the results obtained are that the hypothesis proposed is accepted, but with the intermediary attitude, trust does not significantly influence the use of internet banking.

Key word: internet banking usage

PENDAHULUAN

Menyediakan layanan TI berdasarkan IT (teknologi informasi) telah memiliki dampak mendalam pada semua aspek kehidupan manusia karena telah membuat perubahan signifikan dan memungkinkan pelanggan untuk menggunakan waktu mereka lebih efisien, Hanafizadeh P, Keating BW, Khedmatgozar HR (2014) dan dengan demikian pelanggan bersedia untuk mengadopsi layanan dan produk baru, Laukkanen T (2016) Internet banking menanggapi permintaan pelanggan yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah, tersedia 24 jam dan dapat diakses dari mana saja, baik melalui telepon seluler, komputer, atau laptop. Internet Banking adalah salah satu layanan bank yang memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi, berkomunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui Internet. Dengan demikian, lembaga keuangan menyediakan cara baru layanan keuangan di banyak negara maju dan berkembang.

diana.wardhani@upnvj.ac.id

Adopsi internet banking adalah sekitar 97% di negara-negara maju seperti AS, Jerman, dan Inggris, www.ciab.org.br/download/researches/research 2014. RFQ, Hwang Y (2016) Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan), di Indonesia pada tahun 2016, hanya 50,4 juta pengguna e-banking, sekitar 19,0 persen dari populasi Indonesia dan sekitar 38,0 persen dari total pengguna media sosial. Selain itu, penggunaan e-banking di Indonesia adalah salah satu pengadopsi awal teknologi dengan potensi pengembangan yang menjanjikan. Ini diperkuat oleh peningkatan penggunaan internet yang didukung oleh tingkat internet yang lebih rendah

Hampir semua negara telah melakukan banyak penelitian tentang e-banking, karena masalah e-banking masih merupakan isu yang menarik untuk dijelajahi termasuk di Indonesia. Menurut Chai Lee Goi (2005) bank cenderung kehilangan daya saing mereka jika mereka menunda tindakan mereka dalam menawarkan transaksi berbasis internet karena pelanggan sangat nyaman menggunakan komputer dan layanan perbankan.

Namun, belum ada studi komprehensif di Indonesia yang secara bersamaan meneliti hubungan faktor kepercayaan, persepsi risiko dan difusi inovasi yang mempengaruhi adopsi Internet Banking.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Internet Banking

Internet Banking adalah saluran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan banyak transaksi finansial dan non-finansial melalui situs web bank, Hoehle H, Scornavacca E, Huff S (2012), Asad MM, Mengelola NS, Noursersesh M (2016) Stanford Federal Credit Union sepanjang tahun 1994 adalah yang pertama menyediakan layanan online. Sejak itu, layanan ini dengan cepat disediakan di seluruh dunia Yoon C (2010). Singkatnya, perbankan internet adalah saluran untuk menyediakan layanan perbankan melalui Internet Rawashdeh A (2015) Dalam perbankan Internet, transaksi perbankan dan keuangan dilakukan melalui Internet, tetapi jenis jaringan mereka berbeda dari transaksi lainnya. Perbankan internet menggunakan Internet sebagai jaringan di seluruh dunia. Internet Bank adalah cara mengurangi biaya pengiriman layanan dan meningkatkan penjualan layanan, dan sekarang merupakan salah satu faktor terpenting dalam ekonomi bisnis Ahmad AMK, Al-Zu'bi HA (2011) Trust; Menurut Luarn & Lin (2005) bahwa "kepercayaan adalah keyakinan khusus dalam integritas - kejujuran pihak dan kemampuan untuk menepati janji"

Dimensi trustworthiness Menurut McKnight, Kacmar & Choudry (2002) kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang tidak akrab satu sama lain dalam interaksi atau proses transkripsi. Dengan kepercayaan yang dibangun dari kebajikan, integritas, kompetensi.

Persepsi Risiko; Persepsi risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi dari keputusan pembelian mereka. Definisi menyoroti dua dimensi yang relevan dari risiko yang dirasakan, ketidakpastian dan konsekuensi (Schiffman & Kanuk, 2013). Dan ada kesamaan antara beberapa definisi di atas, yaitu risiko disalahpahami oleh konsumen pada saat pembelian. Ada banyak risiko yang dipertimbangkan konsumen:

1. Risiko Fungsional atau risiko kinerja
2. Risiko Fisik
3. Risiko Keuangan
4. Risiko Sosial Risiko Psikologis Risiko Waktu

Difusi Inovasi; Rogers mendefinisikan difusi inovasi sebagai proses sosial yang mengkomunikasikan informasi tentang materi pelajaran baru yang dilihat secara subyektif. Makna inovasi dengan demikian secara bertahap dikembangkan melalui proses konstruksi sosial yang memiliki empat karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi tingkat adhesi individu dan kelompok sosial.

Keuntungan relatif

Keuntungan relatifnya adalah bagaimana sebuah inovasi baru dapat dikatakan lebih baik dari yang sebelumnya atau bahkan lebih baik dari yang sebelumnya. Ukuran penurunan adalah bagaimana sebuah iklan seorang pengadopsi merasakan secara langsung dampak dari inovasi-inovasi yang membuat mereka bahagia atau tidak puas dengan suatu inovasi. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan oleh adpoter, semakin mudah bagi suatu kelompok untuk mengadopsi.

Kesesuaian

Relevansi bagaimana inovasi dapat ditafsirkan sesuai dengan kondisi masyarakat, budaya dan nilai-nilai dalam masyarakat itu, dan tentu saja, sesuai dengan kebutuhan yang ada. Jika sesuai dengan apa yang dikatakan memakan inovasi, maka akan mudah untuk diadopsi, jika tidak maka akan sulit untuk diadopsi.

Kompleksitas

Kompleksitas bagaimana rumitnya suatu inovasi dapat dipahami dan diadopsi oleh pengadopsi. Semakin rumit tentu saja akan semakin sulit untuk diadopsi dan semakin mudah untuk dipahami maka semakin mudah untuk diadopsi.

Triabilitas

Suatu inovasi akan lebih mudah untuk diadopsi sementara inovasi dapat diuji dalam kehidupan nyata. Bahwa inovasi semacam itu mungkin atau mungkin tidak langsung dikenali sementara itu dapat dilihat melalui uji coba. Dengan uji coba, pengadopsi dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari inovasi ini sebelum sepenuhnya diadopsi.

Menurut Mayer et al. (1995) Ada tiga faktor yang membentuk kepercayaan seseorang pada orang lain, yaitu, kemampuan, kebajikan, dan integritas. Azam et al (2012) menyatakan bahwa untuk adopsi internet banking, para bankir perlu memahami sensitivitas pelanggan terhadap perdagangan internet banking, dan menurut Kim, Xu dan Koh (2004) menyatakan bahwa anteseden kepercayaan dapat mempengaruhi adopsi internet banking.

Mukherjee & Nath (2007) menyatakan bahwa komitmen untuk mempercayai online dan temuan mereka mengungkapkan bahwa nilai-nilai bersama dalam komunikasi pelanggan, privasi, dan keamanan dapat memengaruhi niat mereka untuk menggunakan internet banking. Demikian pula, menurut Anita Lifan Zhao & Nicole Koenig-Lewis, Stuart Hanmer-Lloyd & Philippa Ward (2010), John Hudson (2013), Komeil Raisian, Amin Minouei, Arash Khosravi, Ahmad Hashemi, Mehrbakhsh Nilashi, Othman Ibrahim, Rozana Zakaria, Mojtaba Nazari (2014), Azam Khurshid, Muhammad Rizwan, Erum Tasneem (2014), Shumaliia Yousafzai, John Pallister & Gordon Foxall (2009). Menurut Mashood Mukhtar (2017), jika keamanan internet banking aman, tingkat kepercayaan pada perusahaan dan penggunaan internet banking akan meningkat. Ini berarti bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan pada perusahaan internet banking, semakin banyak pelanggan akan menggunakan internet banking. Perbankan internet Sebagian besar pelanggan di Zambia berpandangan bahwa kepercayaan terhadap layanan perbankan internet telah mendorong mereka untuk mengadopsi internet banking (Bruce Mwiya, 2017). Pandangan ini diperkuat oleh Jason Lim Chiu, Nelson C. Bool dan Candy Lim Chiu (2017) di Filipina mengenai masalah seperti konektivitas dan kecepatan internet, keamanan online seperti kepatuhan keamanan dalam memperoleh data dan informasi pelanggan, segel pihak ketiga, sertifikasi, jaminan dan peraturan yang memengaruhi kepercayaan awal tentang niat menggunakan internet banking di Filipina.

Menurut Natarajan et al., (2010), Perceived Risk (PR) pada dasarnya adalah ketakutan konsumen terhadap segala jenis kerugian. Risiko yang dirasakan adalah ketidakpastian yang dirasakan pengguna dapat memengaruhi mereka. Harus ditekankan bahwa konsumen dipengaruhi oleh risiko yang mereka yakini atau mungkin tidak.

Sebagai hasil dari semakin rendah persepsi risiko yang terlibat dalam menggunakan internet banking, semakin besar kemungkinan seseorang akan siap untuk menggunakannya. Menurut penelitian dari Huei-Huang Chen, et al, (2010), Azam Khurshid, Muhammad Rizwan. (2014), Anita Lifen Zhao, (2010) menemukan hubungan negatif antara persepsi risiko dan penggunaan adopsi internet banking.

Menurut Schiffman & Kanuk (2010), ada lima karakteristik produk yang dapat digunakan sebagai indikator dalam mengukur difusi inovasi: Keuntungan relatif, Kompabilitas, Kompleksitas, Probabilitas, Observabilitas, Penelitian yang menunjukkan manfaat relatif, Kompatibilitas, Kompleksitas dan kompleksitas (triabilitas) yang secara signifikan terkait dengan sikap dan penggunaan internet banking adalah penelitian yang dilakukan oleh Shih & Fang (2004), Nor & Pearson (2007), Lichtenstein & Williamson (2006). Narges Delafrooz, (2013), Diane H. Sonnenwald Kelly, Maglaughlin Mary C. Whitton,(2013)

H1: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Internet Banking.

H2: Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan Internet Banking.

H3: Difusi inovasi memiliki dampak signifikan terhadap penggunaan internet banking.

H4: Sikap untuk memediasi kepercayaan, persepsi risiko, dan difusi inovasi dalam penggunaan internet banking

METODA

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dipersiapkan setelah menyelidiki makalah terkait. Kuesioner terdiri dari dua bagian: bagian pertama bertanya tentang informasi demografis responden, bagian kedua dari pertanyaan penelitian menggunakan skala Likert 5 poin mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Populasi penelitian terdiri dari semua pelanggan Internet Banking di bank pemerintah dan swasta.

Kuesioner penelitian didistribusikan melalui cabang-cabang di Indonesia baik di bank swasta dan pemerintah. Oleh karena itu, pelanggan diminta untuk menjawab kuesioner penelitian jika mereka menggunakan layanan perbankan Internet. 500 kuesioner akhirnya dianalisis menggunakan Roscoe JT (1975) untuk melaporkan jumlah anggota

sampel yang cocok untuk analisis data dari 300 hingga 500. Dalam penelitian ini, perangkat lunak SPSS22 dan Smart PLS digunakan untuk analisis data dan hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berikut ini adalah data demografi dari responden penelitian yang digambarkan pada table berikut :

Tabel 1. Demografi Responden Secara Keseluruhan

	Jumlah	Peratusan
Jantina		
Wanita	319	63.8%
Pria	181	36.2%
Jumlah	500	100%
Umur		
>21 Tahun	42	8.4%
21-29 Tahun	292	58.4%
30-39 Tahun	98	19.6%
40-49 Tahun	50	10.0%
>50 Tahun	18	3.6%
Jumlah	500	100%
Pendapatan per bulan		
< dari Rp. 2000.000.-	121	24.2%
Rp.2000.000 - Rp. 3.999.000.-	169	33.8%
Rp.4000.000 - Rp. 5.999.000.-	124	24.8%
Rp. 6000.000 - 7.999.000.-	25	5%
Rp. 8000.000 - 9.999.000.-	23	4.6%
>10.000.000.-	38	7.6%
Jumlah	500	100%
Kelayakan Pendidikan		
Sekolah Menengah	91	18.2%
Diploma	72	14.4%
Degree	314	62.8%
Master	17	3.4%
Doktor	5	1.0%
Lainnya	1	0.2%
Jumlah	500	100%
Pekerjaan		
Pekerja Swasta	240	48.0%
Penjawat awam	30	6.0%
Usahawan	68	13.6%
Lainnya	162	32.4%
Jumlah	500	100 %
Status Perkawinan		
Belum Berkahwin	306	61.2%
Berkahwin	190	38.0%
Janda/duda	4	0.8%
Jumlah	500	100%

Tabel 2. Ringkasan Uji model Validitas Konvergen

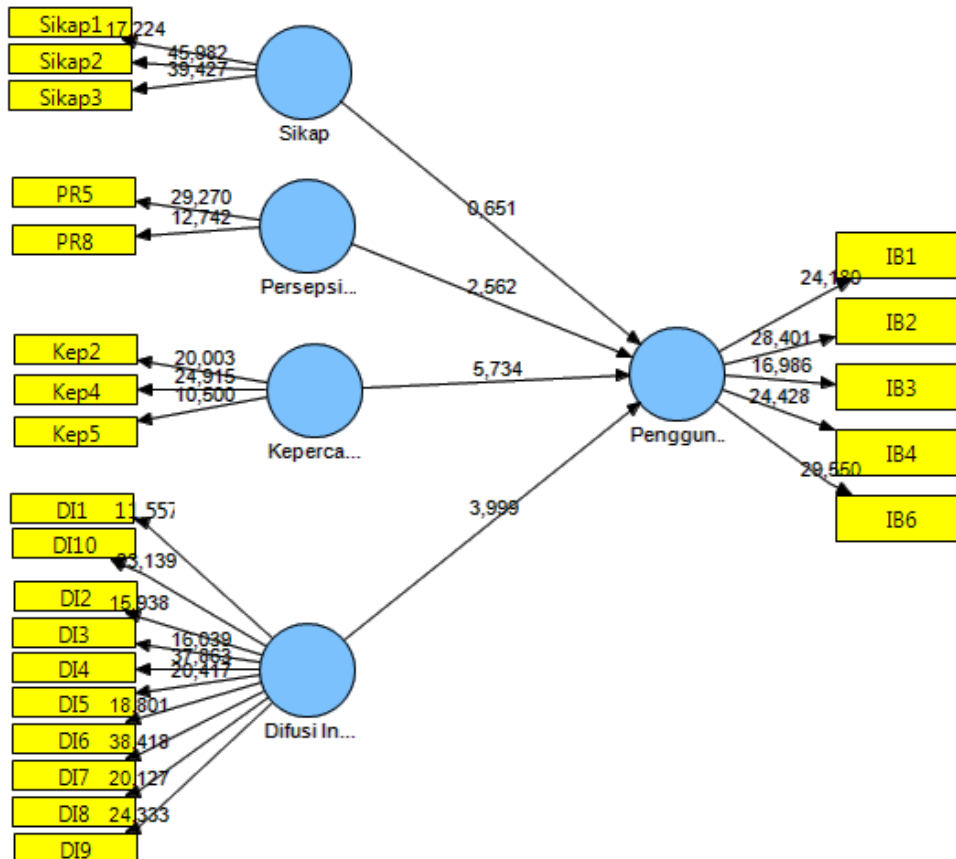
Variabel	Indikator	Loading Faktor	T Statistics	Kesimpulan	AVE	CR	Kesimpulan
Difusi Inovasi	DI1	0.579	11.557	Valid	0.484	0.903	Reliabel
	DI10	0.682	23.139	Valid			
	DI2	0.617	15.938	Valid			
	DI3	0.655	16.039	Valid			
	DI4	0.774	37.863	Valid			
	DI5	0.675	20.417	Valid			
	DI6	0.722	18.801	Valid			
	DI7	0.780	38.418	Valid			
	DI8	0.741	20.127	Valid			
Penggunaann IB	IB1	0.760	24.180	Valid	0.576	0.872	Reliabel
	IB2	0.795	28.401	Valid			
	IB3	0.694	16.986	Valid			
	IB4	0.762	24.428	Valid			
	IB6	0.781	29.550	Valid			
Kepercayaan	Kep2	0.762	20.003	Valid	0.576	0.802	Reliabel
	Kep4	0.808	24.915	Valid			
	Kep5	0.702	10.500	Valid			
Persepsi Resiko	PR5	0.869	29.270	Valid	0.650	0.787	Reliabel
	PR8	0.739	12.742	Valid			
Sikap	Sikap1	0.746	17.224	Valid	0.694	0.871	Reliabel
	Sikap2	0.878	45.982	Valid			
	Sikap3	0.868	39.427	Valid			

Hasil pengujian pada tabel di atas menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki faktor muatan lebih besar dari 0,50. Ini berarti bahwa indikator ini valid sebagai tolok ukur untuk setiap variabel laten. Kemudian berdasarkan nilai rata-rata varian diekstraksi AVE, hampir semua variabel memiliki $AVE > 0,5$ dan berdasarkan nilai CR semua variabel memiliki nilai komposit CR lebih besar dari 0,70 kemudian dapat diandalkan, menunjukkan bahwa indikator memiliki konsistensi dalam mengukur masing-masing variabel ini.

Uji Struktur (Model Internal; Kerangka Studi 1)

Model struktural adalah model yang menghubungkan variabel laten eksogen dengan variabel laten endogen dan juga menghubungkan variabel endogen dengan variabel endogen lainnya. Dalam penelitian ini, model struktural dikaitkan dengan 4 hipotesis penelitian yang menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel laten. Model

struktural dalam penelitian ini melibatkan empat variabel laten eksogen (Risiko Persepsi, Kepercayaan, Difusi Inovasi dan Sikap), dan satu variabel laten (Penggunaan IB). Tes untuk model struktural Pengaruh Persepsi Risiko, Keyakinan, Inovasi dan Inovasi pada IB disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1 . Full Model Struktural 1 (T values)

Hasil koefisien-koefisien jalur *standardized* dan nilai t statistik dari hasil ujian model di atas dapat di lihat dalam jadual berikut.

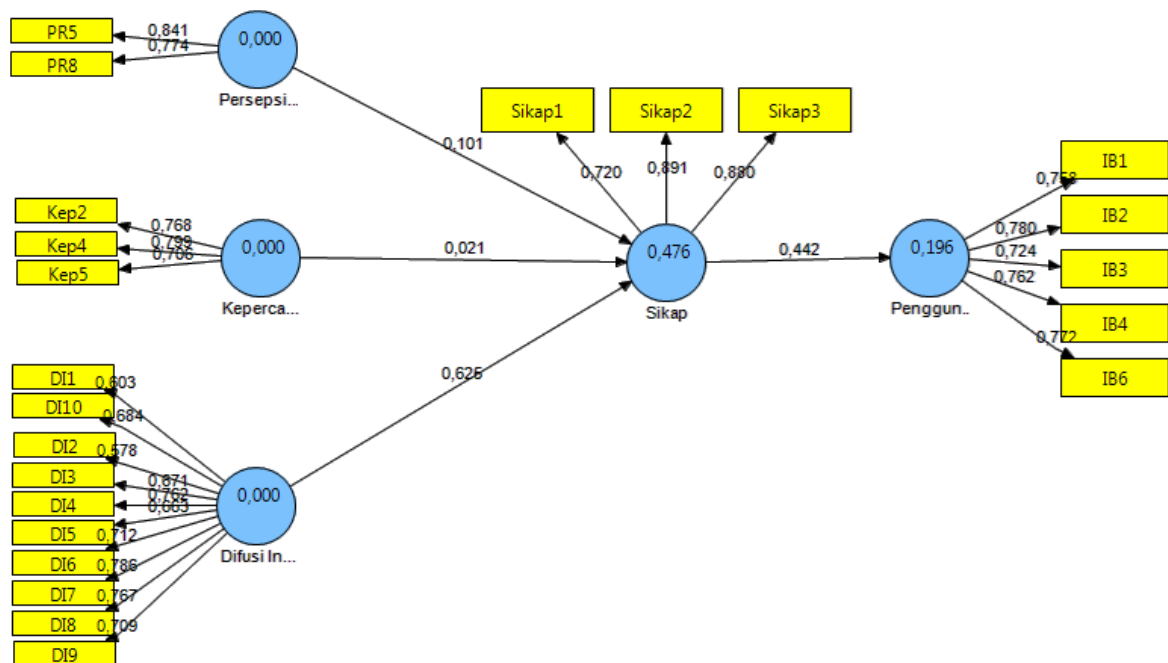
Tabel 3. Hasil Perhitungan Koefisien-Koefisien Jalur *Standardized* Untuk Model Kerangka Penyelidikan 1

Hubungan	Path	T Statistics	Kesimpulan	R-square
Difusi Inovasi -> Peggunaann IB	0.306	3.999	Diterima	0.482
Kepercayaan -> Peggunaann IB	0.351	5.734	Diterima	
Persepsi Resiko -> Peggunaann IB	0.158	2.562	Diterima	
Sikap -> Peggunaann IB	0.039	0.651	Ditolak	

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa penggunaan IB mempunyai nilai R^2 0.482. Ini menunjukkan bahwa 48.2% varian dalam IB dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Risiko, Amanah, Diffusi Inovasi.

Ujian Struktural (Model Full; Rangka Kajian 2)

Model struktural dalam penelitian ini melibatkan tiga variabel laten (Risiko Persepsi, Distribusi dan Distribusi Inovasi) variabel intervensi, variabel laten endogen (penggunaan IB) dan dua variabel moderat (jenis kelamin dan usia). Tes untuk model struktural yang mempengaruhi Persepsi Risiko, Keyakinan, Perbedaan Inovasi dalam Sikap dan Dampaknya terhadap Penggunaan IB ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar2. Full Model Struktural 1 (Standardized)

Hasil perhitungan koefisien-koefisien jalur *standardized* dan nilai t statistik dari hasil gambar diatas dipaparkan dalam Jadual berikut.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Koefisien-Koefisien Jalur *Standardized* Untuk Model Kerangka Penyelidikan 2

Hubungan	Path	T Statistics	Kesimpulan	R-square
<i>Direct Effect</i>				
Difusi Inovasi -> Sikap	0.625	13.771	Diterima	0.476
Kepercayaan -> Sikap	0.021	0.450	Ditolak	

Persepsi Resiko -> Sikap	0.101	2.381	Diterima	
Sikap -> Penggunaan IB	0.442	8.122	Diterima	0.196
<i>Indirect effect</i>				
Difusi Inovasi -> Penggunaan IB	0.276	6.729	Diterima	-
Kepercayaan -> Penggunaan IB	0.009	0.442	Ditolak	-
Persepsi Resiko -> Penggunaan IB	0.045	2.138	Diterima	-

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel sikap memiliki nilai R sebesar 0,476. Ini menunjukkan bahwa 47,6% variabel sikap dapat dijelaskan oleh variabel Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Penyerapan Inovasi.

Meskipun penggunaan variabel IB memiliki nilai R² sama dengan 0,196. Ini menunjukkan bahwa 19,6% variabel penggunaan internet banking dapat dijelaskan oleh variabel sikap.

PEMBAHASAN

Kepercayaan pada konteks ini adalah persepsi pelanggan bahwa teknologi e-banking ini aman digunakan. Kepercayaan lebih penting di dunia online daripada di perbankan offline karena transaksi di perbankan online mengandung informasi sensitif dan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan memiliki kekhawatiran tentang akses ke file penting dan informasi yang dikirimkan melalui internet. Kepercayaan atau kepercayaan adalah faktor penting dalam mengatasi krisis dan kesulitan di antara mitra bisnis juga merupakan aset penting dalam membangun hubungan jangka panjang antar organisasi. Organisasi harus dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membangun kepercayaan itu untuk menciptakan, mengelola, memelihara, dan meningkatkan hubungan pelanggan. Dalam konteks Hubungan Pemasaran, tindakannya adalah menentukan sejauh mana para pihak merasakan kesetiaan dan janji yang ditawarkan oleh orang lain.

Hasil penelitian ini menekankan bahwa pentingnya suatu produk harus memiliki keunggulan produk yang sama agar terlihat berbeda dan memiliki keunggulan kompetitif yang dapat dipasarkan kepada pelanggan karena kepercayaan pelanggan terhadap produk akan meningkat jika produk tersebut memiliki keunggulan. Aspek kepercayaan ini merupakan bagian penting dari hubungan antara perusahaan dan pelanggannya (Kim et al., 2007) karena kepercayaan adalah fondasi bisnis. Transaksi bisnis yang melibatkan dua pihak atau lebih terjadi ketika masing-masing pihak saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak hanya diakui oleh mitra bisnis / konsumen, tetapi harus dibangun dari awal dan terbukti. Ketika seorang pengguna ingin melakukan transaksi online, maka yang ada di benak konsumen adalah uang yang dikirim tidak hanya hilang, tetapi mendapat respons

berupa produk yang diinginkan sesuai dengan apa yang ditampilkan dan dijelaskan pada produk internet banking.

Kepercayaan adalah aspek penting dari banyak transaksi antara penjual dan pembeli sehingga kepuasan pelanggan dapat terwujud seperti yang diharapkan.

Studi ini menemukan bahwa kepercayaan berdampak pada penggunaan internet banking. Sri Maharsi dan Fenny (2006) dalam penelitian mereka menyimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dalam internet banking mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap internet banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kepercayaan internet banking maka konsumen akan menggunakan internet banking.

Merujuk pada variabel sikap, untuk menciptakan sikap positif bagi pengguna internet banking dibutuhkan beragam produk. Variasi produk ini diharapkan mewakili dan beradaptasi dengan kebutuhan saat ini. Jadi konsumen tidak perlu merasakan kebutuhan untuk membeli apa yang tidak mereka butuhkan.

Selain itu, hasil penelitian ini menemukan bahwa penyebaran inovasi juga mempengaruhi pengguna internet banking, karena dengan inovasi produk, pelanggan akan melihat manfaat dari produk tersebut sehingga mereka tidak akan ragu untuk menggunakannya.

Oleh karena itu, dalam pengembangan dan inovasi produk-produk teknologi informasi, internet banking dapat lebih ditekankan pada kenyamanan dan kegunaan produk-produk internet banking, sehingga konsumen merasa tidak diperlukan upaya untuk mengendalikan produk dan ketika konsumen merasa bahwa dengan produk produk perbankan internet kerja menjadi lebih efisien bahwa produk bisa lebih ramah pengguna. Setelah pengguna merasa sistemnya mudah digunakan maka itu berguna bagi mereka. Ini harus didukung oleh layanan internet banking yang sesuai syariah sehingga layanan yang lebih baik akan dilihat oleh pelanggan serta manfaat dari layanan internet banking sehingga meningkatkan keinginan untuk menggunakan internet banking.

Oleh karena itu, bank perlu fokus pada pemahaman perilaku pelanggan dan merancang sistem perbankan internet yang andal dan memenuhi kebutuhan mereka sambil memberikan manfaat layanan yang berkualitas. Selain itu, bank harus fokus pada penyampaian informasi yang menekankan keuntungan relatif menggunakan internet banking dibandingkan dengan saluran perbankan lainnya seperti kehadiran fisik ke bank atau menggunakan mesin ATM. Bank harus mencoba memitigasi risiko yang dihadapi pelanggan mereka dengan menawarkan jaminan tertentu untuk melindungi mereka dan

menanggapi keluhan mereka dengan serius dan segera, dan yang paling penting dalam proses pengembangan inovasi adalah keputusan untuk mulai menyebarkan inovasi kepada calon penerima. Bagaimana inovasi-inovasi ini telah dievaluasi, dalam hal faktor keselamatan, kemudahan penggunaan, biaya layanan yang lebih rendah, dan faktor-faktor lain, adalah apa yang membuat inovasi tersebut berhasil, sehingga pengembangan inovasi berkelanjutan.

Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan masukan kepada perusahaan perbankan terkait tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan mereka untuk menggunakan internet banking, sehingga semakin menangkap lebih banyak pelanggan dan memanfaatkan internet banking di Indonesia.

Implikasi

Penggunaan teknologi informasi dalam banyak aspek bisnis telah mempengaruhi perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir. Industri perbankan adalah salah satu yang menganut teknologi informasi dalam bentuk internet banking. Tujuannya adalah untuk memudahkan pelanggan mengakses layanan perbankan di mana saja dan kapan saja. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alwan dan Abdelhalim (2016) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan dengan penerimaan internet banking. Kepercayaan adalah kondisi psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam transaksi perbankan melalui Internet, menjaga pentingnya transaksi pelanggan, mempertahankan komitmen untuk melayani pelanggan dan memberi manfaat bagi penggunaannya (Mahardika, 2011 dalam Setyo et al). Menurut Shumaila Yousafzai (2009: 594) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelanggan harus percaya bahwa bank memiliki kemampuan dan motivasi untuk menyediakan layanan perbankan online. Oleh karena itu, dengan keyakinan pelanggan bahwa perusahaan mampu memberikan layanan yang baik, aman untuk percaya bahwa transaksi akan berjalan lancar tanpa risiko kehilangan uang, sehingga pelanggan akan terus menggunakan internet banking.

Kepercayaan pada konteks ini adalah persepsi pelanggan bahwa teknologi e-banking ini aman digunakan. Kepercayaan lebih penting di dunia online daripada di perbankan offline karena transaksi di perbankan online mengandung informasi sensitif dan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan memiliki kekhawatiran tentang akses ke file penting dan informasi yang dikirimkan melalui internet.

Keyakinan atau kepercayaan yang merupakan faktor penting dalam mengatasi krisis dan kesulitan antar mitra juga merupakan aset penting dalam membangun hubungan jangka panjang antar organisasi. Organisasi harus dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membangun kepercayaan itu untuk menciptakan, mengelola, memelihara, dan meningkatkan hubungan pelanggan. Dalam konteks Hubungan Pemasaran, tindakannya adalah menentukan sejauh mana pihak merasakan kesetiaan dan janji orang lain.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini juga mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chrong dan Yi-Luen yang menunjukkan bahwa risiko memiliki dampak negatif pada penerimaan internet banking. Dalam penelitian sebelumnya, penelitian Chrong dan Yi (2015) menggambarkan risiko sebagai ketidakpastian dari perspektif individu atau kontrol individu yang dapat menyebabkan bahaya. Ini karena transaksi menggunakan internet banking terbuka membuat individu rentan terhadap ancaman.

Demikian juga, usia tidak lagi berfungsi sebagai variabel moderat dalam keyakinan, persepsi risiko, dan penyebaran inovasi yang memengaruhi penggunaan internet banking. Saat ini, terutama di Indonesia, usia tidak lagi menjadi penyebab penggunaan internet banking, internet banking adalah fitur yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, dan dapat dilihat dari data deskriptif semua pelanggan yang menggunakan internet banking untuk sehari-hari, mingguan atau setiap bulan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat, bahwa kepercayaan, persepsi resiko dan diffuse inovasi berpengaruh terhadap penggunaan internet banking, namun sikap tidak berpengaruh terhadap interbet banking. Selain itu investigasi ini juga berkontribusi pada teori pemangku kepentingan (teori pemangku kepentingan). Kehadiran kepedulian Syariah terhadap lingkungan memengaruhi kemampuan perusahaan. Studi ini menunjukkan bahwa lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga kepentingan para pihak yang tertarik untuk menempatkannya dalam kerangka prinsip dan membuat keputusan. Sehingga dapat didukung dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu stabilitas perusahaan dan memastikan kelangsungan dan kepercayaan bisnis.

Penelitian ini juga mendukung teori sikap yang diungkapkan oleh Baruzzi (1992). Sikap pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka di perusahaan. Pengalaman

menunggu dan rasa hormat yang diberikan oleh organisasi akan membentuk sikap pelanggan sehingga dampak tindakan mereka di masa depan akan tetap loyal kepada perusahaan atau mereka akan meninggalkan perusahaan.

Selain teori di atas, teori inovasi juga berkontribusi pada pencapaian penggunaan internet banking karena inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru bagi individu atau unit lain sehingga penggunaan internet banking khususnya di Indonesia karena relatif baru dalam layanannya dapat dikatakan bahwa keberadaan inovasi ini telah memungkinkan penggunaan internet banking untuk menjadi bagian dari layanan perbankan bagi para pelanggannya. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi sains, terutama di bidang administrasi dan pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad AMK, Al-Zu'bi HA (2011) E-banking functionality and outcomes of customer satisfaction: an empirical investigation. *International Journal of Marketing Studies* 3: 50.
- Alwan, H.A., & Abdelhalim Issa Al-Zu'bi, A.I. (2016). Determinants of internet banking adoption among customers of commercial banks: an empirical study in the Jordanian banking sector. *International Journal of Business and Management*, 11,(3).
- Asad MM, Mohajerani NS, Nourseresh M (2016) Prioritizing factors affecting customer satisfaction in the internet banking system based on cause and effect relationships. *Procedia Economics and Finance* 36: 210-219.
- Azam Khurshid. (2014) Factors contributing towards adoption of E-banking in Pakistan, *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, ISSN 2162-3082, 2014, Vol. 4, No. 2.
- Azam Khurshid. (2014) Factors contributing towards adoption of E-banking in Pakistan, *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, ISSN 2162-3082, 2014, Vol. 4, No. 2.
- Delafrooz, N., Taleghani, M., Karami, R. & Moradi, A. (2013). Factors affecting the adoption of internet banking. *International Journal of Business and Behavioral Sciences*. Vol. 3, No.2, February 2013.
- Diane H. Sonnenwald Kelly, Maglaughlin m Mary C. Whitton, (2013), Using Innovation Diffusion Theory to Guide Collaboration Technology Evaluation: Work in Progress, IEEE 10th International Workshop on Enabling Technologies: Infrastructure for Collaborative Enterprises.
- Hanafizadeh P, Keating BW, Khedmatgozar HR (2014) A systematic review of Internet banking adoption. *Telematics and informatics* 31: 492-510.
- Hoehle H, Scornavacca E, Huff S (2012) Three decades of research on consumer adoption and utilization of electronic banking channels: A literature analysis. *Decision Support Systems* 54: 122-132.

<http://www.ciab.org.br/download/researches/research-2014.pdf>

- Hudson, J. (2012). Internet Banking and the Marginal Internet User. Bath economics research papers No. 7/12, Department of Economics.
- Huei-Huang Chen, Shih-Chih Chen, and Wei-Kuo Lin, (2010). Assessing the Effects of Perceived Service Quality and Perceived Risk on Satisfaction and Behavioral Intention in e-Banking. Proceedings of ISTAM 2010, International Security Technology and Management Conference, Sept. 8-10, 2010, Taipei, Taiwan.
- Jason Lim Chiu, Nelson C. Bool and Candy Lim Chiu 2017, Challenges and factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking services in the Philippines, Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship Vol. 11 No. 2, 2017 pp. 246-278
- Kim, E., & Tadisina, S. (2007). A model of customers' trust in e-business: Micro-level inter-party trust formation. The Journal of Computer Information Systems, Vol. 48, No.1, pp. 88-104.
- Kim, H.W., Yunjie Xu, Y., & Koh, J. (2004). A Comparison of Online Trust Building Factors between Potential Customers and Repeat Customers*, Journal of the Association for Information Systems Vol. 5 No. 10, pp.392-420/October 2004.
- Laukkanen T (2016) Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. Journal of Business Research 69: 2432-2439.
- Lichtenstein, S., & Kirsty Williamson, K. (2006). Understanding consumer adoption of internet banking: an interpretive study in the Australian banking context. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 7, No.2, 2006.
- Luarn, P. & Lin, H.H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computer in Human Behaviour*, (21) (6), pp.873-91.
- Maharsi, S. & Fenny (2006). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna internet banking di Surabaya
- Malaquias RF, Hwang Y (2016) An empirical study on trust in mobile banking: A developing country perspective. *Computers in Human Behavior* 54: 453-461.
- Massilamany, M & Nadarajan, D (2017) Factors That Influencing Adoption of Internet Banking in Malaysia *International Journal of Business and Management*; Vol. 12, No. 3.
- McKnight, D.H., Choudhury, V & Charles Kacmar, (2002), The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model, *Journal of Strategic Information Systems* 11 (2002) pp.297-323
- Mukherjee, A. & Nath, P. (2007). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21 No. 1, pp. 5-15.
- Mukhtar, M (2017). Perceptions of UK based customers toward internet banking in the United Kingdom. *Journal of Internet Banking and Commerce*, April 2015, vol. 20, no. 1.
- Mwiya, B. Chikumbi, F Shikaputo, C. Kabala, Kaulung'ombe, E.B., Siachinji, B (2017) Examining Factors Influencing E-Banking Adoption: Evidence from Bank Customers in Zambia *American Journal of Industrial and Business Management*, 2017.
- Natarajan, T., Balasubramanian, S., & Manickavasagam, S. (2010). Customers choice amongst self service technology (sst). Channels in retail banking: a study using analytical hierarchy process (ahp). *Journal of Internet Banking and Commerce*, (15) (2).
- Nor, M., & Pearson, J. (2007). The influence of trust on Internet banking acceptance. *Journal of Internet Banking and Commerce*, (12) (2), pp.1-10.
- Raisian, K., Minouei, A., Khosravi, A., Hashemi, A., Nilashi, M., Ibrahim, O., Zakaria, R., & Nazari, M (2014), Multi-Criteria Approach for Customer Trust Model in Internet Banking: A Case of UTM CIBM Bank. *Life Science Journal* 2014;11(6)
- <http://www.lifesciencesite.com>.

-
- Rawashdeh A (2015) Factors affecting adoption of internet banking in Jordan: Chartered accountant's perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 33: 510-529.
- Roscoe JT (1975) *Fundamental research statistics for the behavioral sciences*
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2013). *Consumer Behaviour*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Shih, Y.Y., & K. Fang. (2004). The use of decomposed theory of planned behaviour to study internet banking in Taiwan. *Internet Research*, 14(3), pp.213-23.
- SO Chong, Yi, 2015, Security, Risk, And Trust In Individuals' Internet Banking Adoption: An Integrated Model, *International Journal of Electronic Commerce Studies* Vol.6, No.2, pp.343-356, 2015 doi: 10.7903/ijecs.1428
- Yoon C (2010) Antecedents of customer satisfaction with online banking in China: The effects of experience. *Computers in Human Behavior* 26: 1296-1304.
- Yousafzai, S., John Pallister, J., & Foxall, G.(2009). Multi-dimensional role of trust in internet banking adoption. *The Service Industries Journal* Vol. 29, No. 5, May 2009, pp.591 -605- ISSN 0264-2069 print/ISSN 1743-9507, online #2009 Taylor & Francis, DOI: 10.1080/02642060902719958, <http://www.informaworld.com>.
- Zhao, A.L., Lewis, N.K., Lloyd, S.H., & Ward, P., (2010), Adoption of internet banking services in China: is it all about trust?. *International Journal of BankMarketing*, Vol. 28 No. 1, 2010, pp. 7-26, Emerald Group Publishing Limited, 0265-2323, DOI 10.1108/02652321011013562.

PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIER TERHADAP JOB HOPPING DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI PEMEDIASI

Septiana Kusuma Dewi

Lieli Suharti*

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

Seeing the importance of managing human resources in companies, especially millennials in order to minimize the phenomenon of job hopping and increase job satisfaction, it is necessary to know factors that influence job hopping. This research objective is to examine job satisfaction as a mediating variable in the relationship between compensation, physical work environment, non-physical work environment and career development with job hopping. This research uses quantitative methods by distributing questionnaires to 105 respondents using SPSS 25 in data processing. The findings reveal that: millennial generation will do job hopping if they have a low level of job satisfaction. Job satisfaction can also be influenced by compensation, physical work environment, non-physical work environment and career development but this factor does not necessarily influence someone to decide to do a job hopping.

Keywords: job-hopping, job satisfaction, compensation, physical work environment, non-physical work environment, career development

Abstrak

Melihat pentingnya pengelolaan sumber daya manusia dalam perusahaan terutama generasi milenial dalam rangka meminimalisir fenomena job hopping dan meningkatkan kepuasan kerja perlu diketahui hal-hal yang mempengaruhi Job Hopping. Tujuan penelitian adalah untuk menguji kepuasan kerja sebagai pemediiasi hubungan antara kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja non fisik dan pengembangan karier dengan job hopping. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner kepada 105 responden dengan menggunakan SPSS 25 dalam pengolahan data. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial akan melakukan job hopping jika memiliki tingkat kepuasan kerja yang rendah. Kepuasan kerja juga dapat dipengaruhi oleh kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja non fisik dan pengembangan karier. Namun demikian faktor ini tidak serta merta mempengaruhi seseorang untuk memutuskan melakukan job hopping.

Kata kunci: job-hopping, kepuasan kerja, kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja non fisik, pengembangan karier.

*lieli.suharti@uksw.edu

PENDAHULUAN

Berkaitan dengan pentingnya perusahaan mempertahankan karyawannya, ada fenomena yang marak terjadi pada saat ini yaitu seringnya terjadi perpindahan karyawan dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Bahkan sekarang banyak karyawan yang melakukan perpindahan dalam waktu yang relatif singkat. Fenomena ini disebut *job hopping*. Pranaya (2014) mendefinisikan *job hopping*, sebagai seseorang yang mengubah pekerjaannya satu atau beberapa kali dalam satu hingga dua tahun atas keputusan sendiri dan bukan karena kebijakan perusahaan yang bersangkutan. Sebuah survei sebagaimana dikutip oleh PT. Unilever Indonesia, Tbk menyebutkan bahwa 60 persen dari generasi dewasa muda Indonesia yang baru meniti karier sudah pindah tempat kerja dalam waktu tiga tahun (Ngantung, 2013). Menurut Laporan Michael Page Indonesia (2015) hampir tiga perempat (72%) dari total responden yang mereka teliti menyatakan bahwa mereka mungkin akan mengubah pekerjaan mereka dalam 12 bulan ke depan. JakPat (2016) juga menyebutkan bahwa dari total 875 responden, 30,86% mengganti pekerjaannya kurang dari satu tahun, dan 61,83% diantara 875 responden menyatakan memiliki rencana untuk melakukan pergantian pekerjaan kemudian hari.

Job hopping marak dilakukan oleh banyak pekerja. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa para pekerja dari generasi milenial memiliki tingkat *job hopping* yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Stephanie & Armour, 2005). Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1982-2003 (Clark, 2017; Schullery, 2013; Strauss & Howe, 1991; Wiedmer, 2015). Milenial adalah generasi yang sering dibicarakan gairah kerjanya. Generasi ini umumnya dicirikan dengan keinginan untuk bebas beraktivitas, menyukai fleksibilitas, menyukai keterbukaan, dan mampu melihat permasalahan dalam perspektif yang berbeda (Hanus, 2016). Selain itu Ruiz & Davis (2017) berpendapat bahwa generasi milenial adalah generasi yang lebih suka kepada teknologi dan menjalin hubungan, menginginkan struktur yang datar, kebebasan di tempat kerja, dan peran kerja yang tidak terspesifikasi. Milenial diduga akan melakukan penghentian pekerjaan apabila pekerjaan itu tidak menyenangkan atau menarik, atau kurang mendukung.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai alasan melakukan *job hopping* dapat diketahui bahwa kompensasi merupakan faktor yang paling sering menjadi alasan seseorang melakukan *job hopping* (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Buzza, 2017; Fatima & Saxena, 2016; Gao, Luo, & Tang, 2015; Bansal, 2014; Dharmawansa & Thennakoon,

2014). Kompensasi tidak hanya berupa gaji namun juga benefit atau keuntungan lainnya seperti tunjangan dan asuransi. Selain itu lingkungan kerja juga menjadi alasan seseorang melakukan *job hopping* (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Dharmawansha & Thennakoon, 2014). Dalam penelitian terdahulu kesempatan pengembangan karier juga menjadi salah satu alasan karyawan berpindah pekerjaan (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Guery, 2016; Bansal, 2014; Dharmawansha & Thennakoon, 2014).

Selain berbagai faktor yang mendasari orang melakukan *job hopping*, ada dugaan bahwa kepuasan kerja menjadi faktor yang memediasi perilaku *job hopping*. Kepuasan kerja yang rendah akan membuat karyawan mencari pekerjaan lain yang sesuai dengan tingkat kepuasan mereka (Jules, Ghazali, & Othman, 2017). Kepuasan kerja merupakan sikap puas terhadap pekerjaan mereka secara keseluruhan. Kepuasan kerja dapat mencakup sikap terhadap jenis pekerjaan yang mereka lakukan, rekan kerja mereka, penyelia atau bawahan dan upah mereka (George & Jones, 2008). Rivers (2018) menyebutkan walaupun dari faktor-faktor eksternal, kaum millennial menunjukkan tidak ada ketidakpuasan, tapi dari faktor-faktor internal menunjukkan adanya kepuasan, maka kemungkinan mereka akan memutuskan untuk tidak melompat-lompat pekerjaan. Feng dan Angeline (2010) juga mengklaim bahwa orang yang memiliki tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki niat yang lebih rendah terhadap *job hopping*. Temuan empiris menunjukkan bahwa karyawan yang puas lebih cenderung berkomitmen secara efektif untuk organisasi mereka daripada mereka yang tidak puas (Mathieu dan Hamel, 1989; Williams dan Hazer, 1986).

Fenomena *job hopping* memiliki dampak bagi perusahaan. Berbagai perusahaan di Jerman, Jepang, dan Amerika Serikat mencemaskan karyawan yang memiliki kemungkinan tinggi untuk melakukan *job hopping* karena besarnya investasi yang dikeluarkan perusahaan untuk pelatihannya, terlebih jika karyawan yang melakukan *job hopping* tersebut berpindah tempat kerja ke perusahaan saingannya (Lim & Chew, 1998; Lim, 2013; dalam Yuen, 2016). Keluarnya karyawan dari suatu perusahaan tidak hanya menambah biaya pengeluaran untuk rekrutmen karyawan baru pada perusahaan tersebut, tetapi juga mengurangi modal pengetahuan dan menurunkan reputasi perusahaan (Liu, et al., 2010).

Penelitian tentang *job hopping* belum banyak dilakukan di Indonesia (Suryaratri & Abadi, 2018). Hal ini menyebabkan gambaran mengenai fenomena *job hopping* di Indonesia secara empiris masih terbatas. Berdasarkan latar belakang di atas, maka muncul alasan

untuk melakukan penelitian tentang faktor yang memengaruhi kaum milenial melakukan *job hopping* di Indonesia.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Job hopping

Job hopping dianggap sebagai bagian dari perilaku voluntary turnover yaitu keluar dari pekerjaan atas keinginan sendiri (Pranaya, 2014). Yuen (2016) mengemukakan perbedaan *job hopping* dengan voluntary turnover biasa terletak pada lamanya seorang karyawan bertahan di tempat kerjanya serta frekuensi seringnya karyawan tersebut berpindah kerja. Berdasarkan hasil wawancaranya terhadap para pekerja di Hong Kong, ia mengemukakan bahwa mayoritas respondennya menjawab bahwa 1 tahun adalah durasi waktu yang singkat untuk *job hopping* (Yuen, 2016). (Suryaratri & Abadi, 2018) mempertegas bahwa *job hopping* didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan individu untuk berhenti dari pekerjaannya secara sukarela atau pindah dari suatu organisasi ke organisasi lainnya menurut pilihannya sendiri, baik bagi karyawan yang belum diangkat tetap maupun karyawan yang sudah tetap.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah kunci utama yang mengarah pada pengakuan, pendapatan, promosi, dan pencapaian tujuan lain yang mengarah pada perasaan pemenuhan hasrat pribadi (Kaliski, 2007). Selain memiliki sikap tentang pekerjaan mereka secara keseluruhan, orang juga dapat memiliki sikap tentang berbagai aspek pekerjaan mereka seperti jenis pekerjaan yang mereka lakukan, rekan kerja mereka, penyelia atau bawahan dan upah mereka (George & Jones, 2008).

Kompensasi

Dalam penelitian ini konsep kompensasi akan diukur dari gaji, insentif upah, komisi dan bonus serta *indirect payment* seperti asuransi (Dessler, 2009). Dessler (2009) menjelaskan bahwa jenis kompensasi meliputi: pertama *direct payment* dalam bentuk gaji, insentif upah, komisi dan bonus; kedua, *indirect payment* dalam bentuk tunjangan seperti asuransi, hiburan pada biaya perusahaan; ketiga, *non financial reward* yang tidak mudah dikuantifikasi seperti lingkungan kerja yang menantang, jam kerja yang fleksibel dan kantor bergengsi.

Lingkungan Kerja Fisik dan Non Fisik

Mangkunegara (2005:105), menyatakan bahwa lingkungan kerja dibagi atas lingkungan kerja fisik dan non fisik. Agbozo, Owusu, Hoedoafia, & Atakorah, (2017)

berpendapat bahwa lingkungan kerja fisik meliputi perlengkapan, tata ruang kantor, suhu, ventilasi dan pencahayaan, termasuk juga tingkat kebisingan dan ruang atau jarak.

Lingkungan kerja *non* fisik adalah kondisi lain dari lingkungan kerja fisik yang berkaitan dengan hubungan kerja karyawan yang dapat mempengaruhi kinerjanya. Menurut Sumartono dan Sugito (2004) unsur-unsur lingkungan kerja *non* fisik yaitu: 1) Hubungan atasan dengan bawahan (Pimpinan dengan karyawan) 2) Hubungan antara karyawan dengan pemimpin 3) Hubungan antar karyawan.

Pengembangan Karier

Byars & Rue (2004) mengidentifikasi tujuan utama pengembangan karier, pertama untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia segera dan masa depan organisasi secara tepat waktu, kedua untuk memberi informasi yang lebih baik kepada organisasi dan individu tentang jalur karier potensial dalam organisasi dan ketiga untuk memanfaatkan program sumber daya manusia yang ada secara maksimal dengan mengintegrasikan kegiatan yang memilih, menetapkan, mengembangkan, dan mengelola karier individu dengan rencana organisasi. Kasmir (2015) menyatakan bahwa keberhasilan karier dipengaruhi oleh kinerja, motivasi kerja, komitmen, kepuasan kerja, kedisiplinan, kompensasi, loyalitas, pendidikan dan pelatihan, kepemimpinan, upaya kerja dan semangat kerja. Menurut Hasibuan (2014) pengembangan karier meliputi pendidikan, pelatihan, mutasi, promosi jabatan dan masa kerja.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS (KERANGKA KONSEPTUAL)

Pengaruh kompensasi terhadap kepuasan kerja

Kompensasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi para pencari kerja untuk bekerja di sebuah organisasi (Mathis dan Jackson, 2006). Menurut Rahman dan Syahrizal (2019) menyebutkan bahwa kompensasi memiliki dampak positif pada kepuasan kerja pekerja. Sejalan dengan penelitian Mabaso (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kompensasi dan kepuasan kerja, dimana semakin tinggi kompensasi yang diterima karyawan semakin tinggi pula kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan. Dengan demikian maka hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H1: Kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan kerja

Pengaturan lingkungan kerja fisik dapat berdampak pada tingkat dan sifat interaksi sosial antara rekan kerja. Desain kantor dan aspek lain dari tata ruang fisik dapat menentukan jenis interaksi yang dapat terjadi (Sundstrom & Sundstrom, 1986). Sebuah studi oleh Barry (2008) menemukan bahwa setiap kali ada peningkatan dalam desain fisik gedung kantor, produktivitas melalui kinerja karyawan meningkat sekitar 5-10 persen. Lingkungan kerja juga berdampak pada kepuasan kerja seperti yang dipelajari oleh Bakotic dan Babic (2013) bahwa karyawan lebih suka bekerja di lingkungan kerja yang kurang berisiko. McGuire dan McLaren (2007) menemukan bahwa lingkungan kerja memiliki dampak kuat pada kesejahteraan karyawan dan mengembangkan interaksi, kolaborasi dan inovasi serta meningkatkan kepuasan kerja.

H2: Lingkungan kerja fisik berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Pengaruh lingkungan kerja non fisik terhadap kepuasan kerja

Lingkungan kerja yang mendorong dan menarik dapat meningkatkan produktivitas dan motivasi karyawan sambil mengurangi stress (Rivers, 2015). Menurut Leshabari et.al (2008), lingkungan kerja *non* fisik yang mendukung membantu pekerja untuk melakukan tugas normal secara lebih efektif, memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi mereka sebaik mungkin serta sumber daya yang tersedia untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi. Telah diamati oleh para peneliti bahwa lingkungan tempat kerja berkontribusi 24% dalam kepuasan kerja. Ini meningkatkan tingkat produktivitas individu sebesar 5% dan kinerja dapat ditingkatkan menjadi 11% melalui pengembangan lingkungan kerja yang baik (Awan & Tahir, 2015). Arokiasamy (2013) menemukan bahwa faktor-faktor seperti penghargaan, keamanan kerja dan hubungan kerja meningkatkan rasa memiliki dan kepuasan kerja karyawan di dalam organisasi. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H3: Lingkungan kerja *non* fisik berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Pengaruh pengembangan karier terhadap kepuasan kerja

Dengan adanya program pengembangan karier, dapat lebih meningkatkan dorongan atau motivasi kepada karyawan untuk lebih berprestasi dan memberikan kontribusi yang maksimal kepada perusahaan (Lisdiani & Ngatno, 2017). Generasi milenial memiliki keinginan untuk mempelajari keterampilan baru dan memiliki kesempatan untuk pertumbuhan (Rivers, 2015). Perencanaan pengembangan karier sangatlah penting bagi karyawan dan merupakan salah satu langkah untuk menimbulkan kepuasan kerja, karena

dengan itu karyawan diberi kesempatan untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi yang ada pada mereka (Parimita, Wahda, & Handaru, 2015). Dari uraian di atas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H4: Pengembangan karier berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Pengaruh kepuasan kerja terhadap job hopping

Kepuasan kerja merupakan sikap puas terhadap pekerjaan mereka secara keseluruhan. Kepuasan kerja yang rendah akan membuat karyawan mencari pekerjaan lain yang sesuai dengan tingkat kepuasan mereka (Jules, Ghazali, & Othman, 2017). Feng dan Angeline (2010) juga mengklaim bahwa orang yang memiliki tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki niat yang lebih rendah terhadap *job hopping*. Sejalan dengan temuan empiris yang menunjukkan bahwa karyawan yang puas lebih cenderung berkomitmen secara efektif untuk organisasi mereka daripada mereka yang tidak puas (Mathieu dan Hamel, 1989; Williams dan Hazer, 1986). Ini didukung oleh Supeli & Creed (2016) dalam penelitian mereka di antara pekerja Indonesia dengan orientasi karier protean. Mereka mengklaim bahwa karyawan dengan komitmen organisasi yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi daripada mereka yang memiliki komitmen yang lebih rendah karena perasaan diabaikan oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan indikasi bahwa tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki intensi *job hopping* yang lebih rendah. Maka dari uraian di atas dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H5: Kepuasan kerja berpengaruh terhadap *job hopping*

Pengaruh kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja non fisik dan pengembangan karier terhadap job hopping dengan kepuasan kerja sebagai pemediasi

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai alasan melakukan *job hopping* dapat diketahui faktor-faktor yang paling sering disebutkan dan mempengaruhi perilaku *job hopping* yaitu kompensasi (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Buzza, 2017; Fatima & Saxena, 2016; Gao, Luo, & Tang, 2015; Bansal, 2014; Dharmawansha & Thennakoon, 2014), lingkungan kerja baik fisik maupun non fisik (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Dharmawansha & Thennakoon, 2014) serta kesempatan pengembangan karier (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Guery, 2016; Bansal, 2014; Dharmawansha & Thennakoon, 2014).

Selain faktor yang mendasari orang melakukan *job hopping*, ada dugaan bahwa kepuasan kerja menjadi faktor yang memediasi perilaku *job hopping*. Kepuasan kerja yang rendah akan membuat karyawan mencari pekerjaan lain yang sesuai dengan tingkat kepuasan mereka (Jules, Ghazali, & Othman, 2017). Kepuasan kerja merupakan sikap puas terhadap pekerjaan mereka secara keseluruhan. Kepuasan kerja dapat mencakup sikap terhadap jenis pekerjaan yang mereka lakukan, rekan kerja mereka, penyelia atau bawahan dan upah mereka (George & Jones, 2008). Rivers (2018) menyebutkan walaupun dari faktor-faktor eksternal, kaum millennial menunjukkan tidak ada ketidakpuasan, tapi dari faktor-faktor internal menunjukkan adanya kepuasan, maka kemungkinan mereka akan memutuskan untuk tidak melompat-lompat pekerjaan. Feng dan Angeline (2010) juga mengklaim bahwa orang yang memiliki tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki niat yang lebih rendah terhadap *job hopping*. Temuan empiris menunjukkan bahwa karyawan yang puas lebih cenderung berkomitmen secara efektif untuk organisasi mereka daripada mereka yang tidak puas (Mathieu dan Hamel, 1989; Williams dan Hazer, 1986).

Rivers (2018) menyebutkan ketika faktor-faktor eksternal Milenial sebanding dengan tidak ada ketidakpuasan, dan faktor-faktor internal sebanding dengan kepuasan maka proses pengambilan keputusan mengarah pada keputusan untuk tidak melompat-lompat pekerjaan (*job hopping*). Feng dan Angeline (2010) juga mengklaim bahwa karyawan yang memiliki tingkat kepuasan kerja yang tinggi memiliki niat yang lebih rendah terhadap *job hopping*. Dari uraian di atas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H6: Kepuasan kerja sebagai pemediasi antara kompensasi dengan *job hopping*

H7: Kepuasan kerja sebagai pemediasi antara lingkungan kerja fisik dengan *job hopping*

H8: Kepuasan kerja sebagai pemediasi antara lingkungan kerja *non* fisik dengan *job hopping*

H9: Kepuasan kerja sebagai pemediasi antara pengembangan karier dengan *job hopping*

METODA

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori karena menguji hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik, dan pengembangan karier terhadap *job hopping* dengan

kepuasan kerja menjadi variable mediasi. Bagian ini menjelaskan secara eksplisit bagaimana penelitian dilakukan. Metode penelitian merupakan prosedur dan teknik penelitian. Bagian ini harus diatur secara efektif agar pembaca dapat memperoleh gambaran yang lengkap mengenai materi, alat analisis, dan tahapan yang diterapkan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dimana data berupa angka-angka yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang ada dalam kuisisioner berupa nilai. Kuisisioner disebarkn dengan menggunakan google form.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu karyawan generasi milenial yang lahir pada tahun 1982-2003 (Clark, 2017; Schullery, 2013; Strauss & Howe, 1991; Wiedmer, 2015), yang berusia antara 17-38 tahun yang telah bekerja.

Dalam penentuan jumlah sample menggunakan rumus Lameshow karena jumlah populasi tidak diketahui, sebagai berikut (Rahmadina, 2015):

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z α = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai α = 5% = 1.96

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1 - P

L = Tingkat ketelitian 10%

$$\begin{aligned} \text{Berdasarkan rumus, maka } n &= \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} \\ &= 96.04 \end{aligned}$$

Dengan demikian diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini yaitu purposive sampling dimana teknik penentuan sample berdasarkan kriteria atau pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini membatasi kriteria sample yaitu (1) karyawan generasi milenial berusia 21-38 tahun (2) sudah bekerja (3) bukan wiraswasta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya yaitu *Job hopping* (Y) dengan dimediasi oleh variabel *intervening* (M) yaitu kepuasan kerja. Berikut adalah hasil persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini:

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Independen	Dependen	R2	B	T Hitung	Sig.	Keterangan
Kepuasan	<i>Job hopping</i>	0.060	-0.356	-2.238	0.027	Hipotesis diterima
Kompensasi	Kepuasan Kerja	0.621	0.278	2.889	0.005	Hipotesis diterima
Lingkungan Kerja Fisik			0.028	0.419	0.676	Hipotesis ditolak
Lingkungan Kerja Non Fisik			0.354	.3.828	0.000	Hipotesis diterima
Pengembangan karier			0.351	4.398	0.000	Hipotesis diterima

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Hasil uji parsial menunjukkan hasil (1) terdapat pengaruh negatif antara kepuasan kerja terhadap *job hopping*, (2) terdapat pengaruh positif antara kompensasi, lingkungan kerja non fisik dan pengembangan karier terhadap kepuasan kerja, (3) tidak terdapat pengaruh lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan kerja.

Hasil uji persamaan regresi linier berganda menunjukkan hal-hal sebagai berikut; (1) nilai koefisien regresi kepuasan terhadap *Job hopping* menunjukkan arah negatif sebesar -0.356, artinya semakin tinggi kepuasan kerja maka semakin rendah *job hopping*, (2) nilai koefisien regresi kompensasi terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.278 artinya semakin tinggi kompensasi maka semakin tinggi kepuasan kerja, (3) nilai koefisien regresi lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.028 artinya semakin tinggi lingkungan kerja fisik maka semakin tinggi kepuasan kerja, (4) nilai koefisien regresi lingkungan kerja non fisik terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.354 artinya semakin tinggi lingkungan kerja non fisik maka semakin tinggi kepuasan kerja, (5) nilai koefisien regresi pengembangan karier terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.351 artinya semakin tinggi pengembangan karier maka semakin tinggi kepuasan kerja.

Hasil output di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0.060 yang berarti bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh terhadap variabel *job hopping* sebesar 6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan berdasarkan tabel 13 besar *R square* untuk variable kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik dan pengembangan karier secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan kerja sebesar 62.1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil Uji Intervening dengan Sobel Test

Pengujian variabel *intervening* menggunakan analisis *sobel* yang merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediator yaitu kepuasan. Pengujian hipotesis mediasi dilakukan dengan Uji *Sobel* (*Sobel Test*) yang direkomendasikan oleh *Sobel* (1982), *Baron dan Kenny* (1986), *Goodman* (1960). Uji *Sobel* menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independent (X) kepada variabel dependent (Y). Hasil uji *sobel* dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji Intervening dengan Sobel Test

Independen	T-Test	Std. Error	p.value
Kompensasi > Kepuasan > <i>Job hopping</i>			
<i>Sobel Test</i>	-1.771	0.055	0.076
<i>Aroian Test</i>	-1.708	0.057	0.087
<i>Goodman Test</i>	-1.841	0.053	0.065
Lingkungan Kerja Fisik > Kepuasan > <i>Job hopping</i>			
<i>Sobel Test</i>	0.023	0.007	0.810
<i>Aroian Test</i>	0.109	0.017	0.912
<i>Goodman Test</i>			
Lingkungan Kerja Non > Kepuasan > <i>Job hopping</i>			
<i>Sobel Test</i>	0.571	0.056	0.567
<i>Aroian Test</i>	0.552	0.058	0.580
<i>Goodman Test</i>	0.593	0.054	0.552
Pengembangan Karier > Kepuasan > <i>Job hopping</i>			
<i>Sobel Test</i>	0.498	0.056	0.618
<i>Aroian Test</i>	0.481	0.058	0.630
<i>Goodman Test</i>	0.517	0.054	0.604

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil uji *intervening* menunjukkan pengaruh kepuasan kerja sebagai mediator hubungan kompensasi dan *job hopping* menunjukkan hasil sebagai berikut; (1) kepuasan kerja tidak memediasi pengaruh kompensasi terhadap *job hopping* dengan melihat hasil dari *sobel test*, *arorian test*, dan *goodman test* yang dibuktikan dengan nilai pada kolom *p-value* yaitu semua pengujian baik *sobel* (0.076), *arorian* (0.087), maupun *goodman test* (0.065) yang menunjukkan angka $p > 0.05$, (2) kepuasan kerja tidak memediasi pengaruh

lingkungan kerja fisik terhadap *job hopping* dengan melihat hasil dari *sobel test*, *aroiان test*, dan *goodman test* yang dibuktikan dengan nilai pada kolom *p-value* yaitu semua pengujian baik *sobel* (0.023), *aroiان* (0.109), maupun *goodman test* yang menunjukkan angka $p > 0.05$, (3) kepuasan kerja tidak memediasi pengaruh lingkungan kerja *non* fisik terhadap *job hopping* dengan melihat hasil dari *sobel test*, *aroiان test*, dan *goodman test* yang dibuktikan dengan nilai pada kolom *p-value* yaitu semua pengujian baik *sobel* (0.571), *aroiان* (0.552), maupun *goodman test* (0.593) yang menunjukkan angka $p > 0.05$, (4) kepuasan kerja tidak memediasi pengaruh pengembangan karier terhadap *job hopping* dengan melihat hasil dari *sobel test*, *aroiان test*, dan *goodman test* yang dibuktikan dengan nilai pada kolom *p-value* yaitu semua pengujian baik *sobel* (0.498), *aroiان* (0.481), maupun *goodman test* (0.517) yang menunjukkan angka $p > 0.05$.

Tabel 3. Uji Pengaruh Langsung

Independen	Dependen	B	T Hitung	Sig.	R ²
Kompensasi		-0.187	-1.176	0.242	
Lingkungan Kerja Fisik		0.034	0.322	0.746	
Lingkungan Kerja <i>Non</i> Fisik	<i>Job hopping</i>	0.165	1.051	0.296	0.060
Pengembangan karier		0.091	0.658	0.512	
Kepuasan		-0.356	-2.238	0.027	

Sumber : Data Diolah (2020)

Hasil uji pengaruh langsung menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik dan pengembangan karier terhadap *job hopping*. Terdapat pengaruh negatif signifikan kepuasan terhadap *job hopping*,

Hasil uji pengaruh langsung menunjukkan hal-hal sebagai berikut; (1) Nilai koefisien regresi Kompensasi terhadap *Job hopping* menunjukkan arah negatif sebesar -0.187, artinya semakin tinggi kompensasi maka semakin rendah *Job hopping*, (2) Nilai koefisien regresi lingkungan kerja fisik terhadap *Job hopping* menunjukkan arah positif sebesar 0.034, artinya semakin tinggi lingkungan kerja fisik maka semakin tinggi *job hopping*, (3) nilai koefisien regresi lingkungan kerja *non* fisik terhadap *Job hopping* menunjukkan arah positif sebesar 0.165, artinya semakin tinggi lingkungan kerja *non* fisik maka semakin tinggi *job hopping*, (4) Nilai koefisien regresi pengembangan karier terhadap *Job hopping* menunjukkan arah positif sebesar 0.658 artinya makin tinggi pengembangan karier maka semakin tinggi *job hopping*, (5) nilai koefisien regresi kepuasan terhadap *Job hopping* menunjukkan arah negatif sebesar -0.356, artinya semakin tinggi kepuasan maka semakin rendah *job hopping*.

PEMBAHASAN

Hipotesis 1: Kompensasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan kompensasi terhadap kepuasan kerja. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1, nilai koefisien regresi kompensasi terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.278 artinya semakin tinggi kompensasi maka semakin tinggi kepuasan kerja. Hal ini berarti juga bahwa perusahaan sudah menerapkan sistem kompensasi yang baik dibuktikan dengan data deskriptif bahwa karyawan sudah mendapatkan Tunjangan Hari Raya, jaminan kesehatan yang memadai serta responden menerima gaji yang setimpal dengan hasil pekerjaan yang diberikan kepada perusahaan tempat responden bekerja. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana kompensasi karyawan yang baik memastikan bahwa ada hubungan langsung antara upaya dan penghargaan (Bana, 2019). Dengan demikian, kompensasi berbasis kinerja dipandang efektif ketika proses pemberian imbalan yang terukur dikaitkan dengan tepat dengan kinerja individu atau kelompok (Armstrong, 2004). Dengan demikian secara garis besar hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahman & Syahrizal (2019) dan Mabaso (2018) yang menyebutkan kompensasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan kerja.

Hipotesis 2: Lingkungan kerja fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

Nilai koefisien regresi lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan kerja yang terdapat pada tabel 1 menunjukkan arah positif sebesar 0.028 artinya semakin baik lingkungan kerja fisik maka semakin tinggi kepuasan kerja namun tidak terdapat pengaruh signifikan lingkungan kerja fisik terhadap kepuasan kerja. Generasi milenial yang menjadi responden pada penelitian ini menilai lingkungan kerja fisik dalam perusahaan tempat mereka bekerja sudah baik diantaranya seperti penerangan, suhu ruang dan sirkulasi udara yang disediakan di lingkungan kerja mereka. Namun dalam penelitian ini lingkungan kerja fisik tidak terbukti mendukung kepuasan kerja. Pada kenyataannya, kebanyakan perusahaan sudah menyediakan lingkungan kerja fisik yang memadai dan standart sehingga tidak ada perbedaan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Bakotic & Babić (2013) yang menyatakan karyawan yang bekerja di lingkungan fisik yang tidak beresiko akan meningkatkan kepuasan kerja mereka.

Hipotesis 3: Lingkungan kerja non fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

Terdapat pengaruh positif signifikan lingkungan kerja *non* fisik terhadap kepuasan kerja. Nilai koefisien regresi lingkungan kerja *non* fisik terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.354 artinya semakin tinggi nilai lingkungan kerja *non* fisik maka semakin tinggi tingkat kepuasan kerja. Generasi milenial yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki hubungan yang baik dengan sesama rekan kerja baik dalam urusan pekerjaan maupun diluar pekerjaan. Selain itu responden mendapat apresiasi berupa pujian dari atasan ketika mampu menjalankan tugas dan mencapai target. Hal ini sejalan dengan pemikiran Arokiasamy (2013) dan Awan & Tahir (2015) dimana lingkungan kerja *non* fisik berupa hubungan dengan rekan kerja, atasan maupun bawahan dapat mempengaruhi kepuasan kerja seorang karyawan. Temuan lain dalam analisis deskriptif penelitian ini dimana responden merasa pimpinan masih membedakan status kepegawaian yang ditunjukkan dengan nilai skor paling rendah. Hal ini perlu menjadi perhatian seperti Agbozo, Owusu, Hoedoafia, & Atakorah (2017) menyebutkan bahwa lingkungan *non* fisik dapat berupa lingkungan kerja secara psikologi yang mempengaruhi perasaan pekerja dan sosial meliputi hubungan antar pekerja yang dapat berpengaruh pada kinerja.

Hipotesis 4: Pengembangan karier berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja

Terdapat pengaruh positif signifikan pengembangan karier terhadap kepuasan kerja yang dapat dilihat pada tabel 1. Nilai koefisien regresi pengembangan karier terhadap kepuasan menunjukkan arah positif sebesar 0.351 artinya semakin tinggi pengembangan karier maka semakin tinggi kepuasan kerja. Pengembangan karier bagi responden sudah berjalan dengan adanya kesempatan setiap karyawan untuk mengikuti program pelatihan. Responden berfikir loyalitas dalam bekerja yang ditunjukkan dengan lamanya masa kerja mempengaruhi jalur karier mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan Parimita, Wahda, & Handaru, (2015) yang menyatakan pengembangan karier berpengaruh terhadap kepuasan kerja dimana dengan pengembangan karier karyawan merasa diberi kesempatan untuk tumbuh dan berkembang sesuai potensi yang ada pada diri mereka. Byars & Rue (2004) mengidentifikasi salah satu tujuan pengembangan karier yaitu untuk memberi informasi yang lebih baik kepada organisasi dan individu tentang jalur karier potensial dalam organisasi. Dalam hasil analisis pengembangan karier menunjukkan bahwa perusahaan belum memiliki divisi khusus bimbingan karier bagi semua karyawan hal ini perlu diperhatikan mengingat tujuan dari pengembangan karier itu sendiri tidak hanya sebatas

pelatihan dan jenjang karier namun perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi tentang jalur karier yang potensial bagi setiap karyawan.

Hipotesis 5: Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap job hopping

Tabel 1 menunjukkan nilai koefisien regresi kepuasan terhadap *Job hopping* menunjukkan arah negatif sebesar -0.356, artinya semakin tinggi kepuasan kerja maka semakin rendah *job hopping*. Responden merasa puas dengan hasil kerja yang dimiliki karena sesuai dengan bakat dan minat selain itu kepuasan kerja ditunjang dengan adanya kepercayaan dan kerjasama yang terjalin di dalam perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rivers, (2018), Supeli & Creed (2016) serta Feng & Angeline (2010) menyebutkan kepuasan kerja menjadi salah satu faktor yang mendorong untuk melakukan *job hopping*. Responden merasa dari seluruh faktor yang diukur dalam kepuasan kerja, kompensasi menjadi faktor kepuasan paling rendah diantara yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi masih dianggap penting untuk mengukur kepuasan kerja responden dengan harapan ketika ada kepuasan maka responden tidak akan berfikir untuk berpindah pekerjaan. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana kompensasi merupakan faktor yang paling sering menjadi alasan seseorang melakukan *job hopping* (Rivers, 2018; Johari & Rasli, 2018; Buzza, 2017; Fatima & Saxena, 2016; Gao, Luo, & Tang, 2015; Bansal, 2014; Dharmawansha & Thennakoon, 2014).

Hipotesis 6-9: Kepuasan kerja sebagai pemediasi antara kompensasi , lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja non fisik, dan pengembangan karier dengan job hopping

Kepuasan kerja tidak memediasi pengaruh kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik dan pengembangan karier terhadap *job hopping* dengan melihat hasil dari *sobel test*, *arorian test*, dan *goodman test* yang dapat dilihat pada tabel 2. Hal ini berarti H6, H7, H8 dan H9 tidak diterima. Berbeda dengan penelitian Rivers (2019) yang menyatakan bahwa ketika tidak ada ketidakpuasan faktor eksternal dan adanya kepuasan untuk faktor internal maka generasi milenial cenderung tidak mengambil keputusan untuk melakukan *job hopping*.

Hasil uji coba pengujian pengaruh faktor kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik dan pengembangan karier terhadap *job hopping* juga tidak menunjukkan adanya pengaruh secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena *job hopping* di Indonesia belum begitu kentara pada karyawan yang diteliti. Indikasi lain dari penelitian ini yaitu karena sebagian besar responden (58,1%) baru bekerja selama 0-2 tahun sehingga belum memiliki hasrat ingin berpindah. Selain itu indikasi lainnya yaitu

karna jenis pekerjaan responden tidak stressfull sehingga tidak memiliki hasrat untuk berpindah pekerjaan sebagaimana penelitian oleh Zahra, Khan, Imran, Aman, & Ali (2018) yang menyebutkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara stress dalam bekerja dan niat berganti pekerjaan.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa faktor kepuasan kerja merupakan faktor yang berpengaruh langsung kepada *job hopping*. Jadi ini bermakna jika karyawan merasa tidak puas dengan pekerjaannya, maka lebih besar kemungkinan akan melakukan *job hopping*. Temuan lain yaitu tidak terdapat pengaruh secara langsung kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik, pengembangan karier terhadap *job hopping* serta pengaruh tidak langsung antara kompensasi, lingkungan kerja fisik, lingkungan kerja *non* fisik dan pengembangan karier tidak berpengaruh terhadap *job hopping* dengan kepuasan kerja sebagai pemediasi, hal ini dapat terjadi dengan beberapa indikasi diantaranya terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang memutuskan melakukan *job hopping* dan tidak dilihat dalam penelitian ini. Seperti halnya Rivers (2018) melihat juga faktor *worklife balance* dan juga *flexible time*, Bansal (2014) juga menyoroti alasan lain melakukan *job hopping* seperti tantangan dalam pekerjaan, lokasi perusahaan dan image perusahaan. Jenis pekerjaan responden pada penelitian ini juga dapat mempengaruhi hasil penelitian. Pada penelitian sebelumnya mengenai *job hopping* banyak yang melihat dari jenis pekerjaan yang mengarah pada skill seperti guru sekolah musik (Feng & Angeline, 2010) dan karyawan perusahaan IT (Bansal, 2014). Indikasi faktor lain inilah yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya. Selain itu penelitian mendatang juga dapat melihat fenomena *job hopping* dengan lebih dalam menggunakan metode penelitian kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agbozo, G. K., Owusu, I. S., Hoedoafia, M., & Atakorah, Y. B. (2017). The Effect of Work Environment on Job Satisfaction: Evidence from the Banking Sector in Ghana. *Journal of Human Resource Management*, 5(1): 12-18.
- Al-Omari, K., & Okasheh, H. (2017). The Influence of Work Environment on Job Performance: A Case Study of Engineering Company in Jordan. *International Journal of Applied Engineering Research* ISSN 0973-4562 Volume 12.
- Armstrong, A. M. (2004). *Instructional design in the real world: A view from the trenches*. IGI Global.
- Arokiasamy, A. R. (2013). A study on employee satisfaction perspectives in the hotel industry in Malaysia. *International Journal of Management and Strategy*, 4(6).

- Awan, A. G., & Tahir, M. T. (2015). Impact of working environment on employee's productivity: A case study of Banks and Insurance Companies in Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 7(1).
- Bakotic, D., & Babić, T. (2013). Relationship between Working Conditions and Job Satisfaction: The Case of Croatian Shipbuilding Company. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2).
- Bana, W. M. (2019). Employee Compensation and Workplace Diversity. *International Journal of Education and Research*, Vol 7 No 1.
- Bansal, G. (2014). Job hopping-Issues and Challenges in a Dynamic Environment: An Empirical Study. *Gian Jyoti E-Journal* Volume 4 Issue 2.
- Buzza, J. S. (2017). Are You Living to Work or Working to Live? What Millennials Want in the. *Journal of Human Resources Management and Labor Studies*, 15-20.
- Byars, & Rue. (2004). *Human Resource Management*. Irwin: McGraw-Hill.
- Chandrasekar, K. (2011). Workplace environment and its impact on Organizational performance in Public Sector Organizations. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, Vol 1 Issues 1.
- Clark, K. R. (2017). Managing multiple generations in the workplace. *Radiologic Technology*, 88(4), 379-398.
- Dessler. (2009). *Human Resources Management*. Jakarta: Index.
- Dharmawansa, P., & Thennakoon, D. (2014). An Exploratory Study on Job hopping in Sri Lanka: A Study on Generation "Y" Employee. *ResearchGate*.
- Eagly, A. H. (1987). Sex differences in social behavior: A social role interpretation. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109, 573-598.
- Fatima, N., & Saxena, A. (2016). Job hopping Trend in Academics with Reference to Bareilly City. *AKGEC International Journal of Technology* Vol 7 No 2, 56-59.
- Feng, W. C., & Angeline, T. (2010). Turnover intention and job hopping behaviour of music teachers in Malaysia. *African Journal of Business Management* Vol 4(4), 425-434.
- Gao, H., Luo, J., & Tang, T. (2015). Effects of managerial labor market on executive compensation: Evidence from job-hopping. *Journal of Accounting and Economic* 59, 203-220.
- George, J. M., & Jones, G. R. (2008). *Understanding and Managing Organizational behavior*. Pearson/Prentice Hall, New Jersey, 78.
- Ghiselli, E. (1974). Some perspectives for industrial psychology. *American Psychologist*, 80-87.
- Hanus, S. (2016). "Traits of the millennial generation: Motivation and leadership."
- Hasibuan, M. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Cetakan ke Delapan Belas*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- JakPat. (2016). It's Time to Roll! – Survey Report on Indonesian's Switching Job Habit. *JakPat App - Leading mobile market research in Indonesia*.
- Johari, N. A., & Rasli, M. A. (2018). Intrinsic and Extrinsic Factors of Job hopping: A Perspective from Business Student. *World Applied Sciences Journal* 35, 2308-2314.
- Jules, N. J., Ghazali, H., & Othman, M. (2017). Job satisfaction and job-hopping behaviour among employees of casual dining restaurant. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts* vil 9 (2), 571-582.
- Kaliski, B. S. (2007). *Encyclopedia of Business and Finance*. Detroit: 446.
- Kasmir. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Raja Trakindo Persada.
- Leach, J., & Chakiris, B. (1998). Future of jobs, work and careers. *Training and Development Journal*, 48-54.

- Lisdiani, V., & Ngatno. (2017). Pengaruh Pengembangan Karier terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Hotel Grasia Semarang). *Diponegoro Journal of Social and Politic Science*, 1-8.
- Mabaso, C. (2018). Impact of Compensation and Benefits on Job Satisfaction. *Reaserch Journal of Bussines Management*, 80-90.
- Mathieu, J. E., & Hamel, K. (1989). A causal model of the antecedents of organisational commitment among professionals and nonprofessionals. *Journal Voc. Behavior*, 299-317.
- McGuire, D., & McLaren, L. (2007). "The Impact of Physical Environment on Employee Commitment in Call Centres: The Mediating Role of Employee Well-Being. *Team Performance Management*, Vol 14 No 5/6.
- Michael Page. (2015). *Employee Intentions Report*. Indonesia: Michael Page.
- Ngantung, D. (2013, September 27). Survei Membuktikan: 60 Persen Anak Muda Indonesia Suka Berpindah Tempat Kerja . Retrieved Juni 24, 2018, from *Tribun Lifestyle*: <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/09/27/survei-membuktikan-60-persen-anak-muda-indonesia-suka-berpindah-tempat-kerja>.
- Nitisemito, A. S. (1986). *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Parimita, W., Wahda, L. A., & Handaru, A. W. (2015). Pengaruh Pengembangan karier dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Pos Indonesia (PERSERO) Bekasi. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol 6 No 1.
- Pathak, D. (2014). Job hopping and Turnover Intention: An Empirical Study. *International Journal of Resarch in IT & Management Volume 4, Issue 7*.
- Patilima, H. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Peng, J., Li, D., Zhang, Z., Tian, Y., Miao, D., Xiao, W., et al. (2016). How can core selfevaluations influence job burnout? The key roles of organizational commitment and job satisfaction. *Journal of Health Psychology*, 50-59.
- Pranaya, D. (2014). Job-Hopping- An Analytical Review. *IMPACT: International Journal of Research in Business Management Vol 2, Issue 4*, 67-72.
- Rahmadina, H. (2015). Perbedaan Perilaku Agresi Remaja Berdasarkan Gender yang Tinggal dengan Orangtua Tunggal di Sukabumi. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 32.
- Rahman, A., & Syahrizal. (2019). Effect of Compensation and Career Development on Turnover Intention: Job Satisfaction as a Mediation Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research Atlantis Press*, vol 64.
- Rivers, D. L. (2018). *A Grounded Theory of Millennials Job-Hopping*. Walden Disertation and Doctoral Studies Collection.
- Ruiz, C. A., & Davis, A. (2017). Strategies to Retain Millennial Employees at Full-Service. *International Journal of Applied Management and Technology*, 166-185.
- Schullery, N. M. (2013). Workplace engagement and generational differences in values. *Business Communication Quarterly*, 76(2), 252-265.
- Sedarmayanti. (2001). *Dasar-Dasar Pengetahuan Tentang Manajemen Perkantoran*. Bandung: Mandar Maju.
- Stephanie, & Armour. (2005). *Generation Y: They've arrived at work with a new attitude*.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future*. New York: NY: William Morrow.
- Sumartono, & Sugito, P. (2004). *Manajemen Operasional*. Malang: Banyumedia.
- Sundstrom, E., & Sundstrom, M. G. (1986). *Work Places: The Psychology of the Physical Environment in Offices and Factors*. Cambridge University Press.

- Supeli, A., & Creed, P. A. (2016). The longitudinal relationship between protean career orientation and job satisfaction, organizational commitment, and intention-to-quit. *Journal of Career Development*, 66-80.
- Suryaratri, R. D., & Abadi, M. A. (2018). Modal Psikologis dan Intensi Job hopping pada Pekerja Generasi Millenial. *Ikarait-Humaniora* Vol 2, No 2.
- Wiedmer, T. (2015). Generations do differ: Best Practices in leading Traditionalists, Boomers, and Generations x, y, and z. *Delta Kappa Gamma Bulletin*.
- Williams, L., & Hazer, J. T. (1986). Antecedents and consequences of satisfaction and commitment in turnover models: a reanalysis using latent variable structural equations methods. *Journal Application Psychology*, 219-231.
- Yuen, S. H. (2016). Examining the generation effects on job-hopping intention by applying the Theory of Planned Behavior (TPB). *Lingnan University Digital Commons*.
- Zahra, S. S., Khan, M. I., Imran, M., Aman, Q., & Ali, R. (2018). The relationship between job stress and turnover intentions in the pesticide sector of Pakistan: An employee behavior perspective. *Management Issues in Healthcare System AIMI Journal*, vol 4 (1-12).

PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, TESTIMONI DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MARKETPLACE SHOPEE)

Yedida Kurniawati¹

Harries Arizona Ismail

Anton

Universitas AKI

ABSTRACT

Technological developments and digital transformation have made human behavior change, one of which is characterized by the growing marketplace. This indicates that people are starting to move from shopping offline to shopping online. The growing marketplace will make consumers more careful and thorough in determining purchasing decisions. These purchase decisions are usually determined by reviews, ratings, testimonials and viral marketing in a marketplace. This study tested the influence of online customer review, online customer rating, testimonials and viral marketing on purchasing decisions on shopee marketplace. The population in this study is students of AKI University, Management Study Program who have made purchases on the Shopee marketplace. The number of samples used was 99 people using purposive sampling. Data collection techniques using questionnaires and data analysis using regression analysis with SPSS. The results of this study showed that online customer reviews, online customer ratings and testimonials have a positive and significant effect on purchasing decisions, while viral marketing has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. Online customer review, online customer rating, testimonials, and viral marketing contributions in explaining purchasing decisions in this study amounted to 45.2%.

Keywords: online customer review, online customer rating, testimonials, viral marketing, purchasing decisions.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah membuat perilaku manusia berubah, salah satunya ditandai dengan pertumbuhan marketplace yang semakin meningkat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat mulai berpindah dari berbelanja secara offline menjadi berbelanja secara online. Marketplace yang semakin berkembang akan membuat konsumen lebih cermat dan teliti dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian ini biasanya ditentukan oleh review, rating, testimoni dan viral marketing dalam suatu marketplace. Penelitian ini menguji pengaruh online customer review, online customer rating, testimoni dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas AKI, Progran Studi Manajemen yang pernah melakukan pembelian di marketplace Shopee. Jumlah sampel yang digunakan adalah 99 orang dengan menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis regresi dengan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa online customer review, online customer rating dan testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan viral marketing berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontribusi online customer review, online customer rating, testimoni, dan viral marketing dalam menjelaskan keputusan pembelian dalam penelitian ini sebesar 45.2%.

Kata Kunci: online customer review, online customer rating, testimoni, viral marketing, keputusan pembelian.

¹yeye20699@gmail.com

PENDAHULUAN

Zaman berkembang dengan cepat, dan saat ini dunia sudah memasuki era yang serba canggih dan praktis. Dengan adanya transformasi digital yang sudah merambah ke segala macam aspek kehidupan, maka menyebabkan adanya pergeseran perilaku manusia, dalam hal ini yang dibahas adalah pergeseran perilaku manusia dalam hal berbelanja. Jika dahulu ketika ingin berbelanja harus datang ke toko atau *offline store*, kini tak perlu lagi keluar rumah, cukup dengan *smartphone* dan koneksi *internet* seseorang sudah dapat memesan barang yang dibutuhkan. Ditambah lagi dengan adanya pandemic yang sedang melanda dunia saat ini, membuat sebagian besar orang beralih ke pembelian *online*. Masyarakat mulai menghindari adanya kontak langsung, baik dengan penjual maupun dengan konsumen lainnya. Selain itu pemasaran online ini juga dinilai praktis dan efisien. Masyarakat juga lebih mudah dalam mencari kebutuhan yang dibutuhkan, dan lebih mudah menyesuaikan harga serta lebih mudah menentukan toko *online* sesuai selera konsumen. Dalam penelitian ini marketplace yang diambil oleh peneliti adalah *marketplace* Shopee, karena dilihat dari media masa dan observasi populasi menunjukkan bahwa *marketplace* yang masih diminati saat ini oleh konsumen adalah *marketplace* Shopee. Bahkan selama tiga kuartal berturut-turut, Shopee selalu menduduki peringkat pertama. Semakin banyak dan berkembangnya lapak penjual dalam *marketplace* maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini membuat konsumen akan semakin cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang ditawarkan penjual dalam *marketplace*. Untuk meminimalisir adanya dampak negatif dalam mengambil keputusan pembelian, ada beberapa hal yang mempengaruhinya, yaitu *review*, *rating*, testimoni dan *viral marketing*. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini tentang Pengaruh *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Testimoni dan *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada *Marketplace* Shopee).

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Keputusan pembelian menurut Agus & Aris (2019) adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. Suatu proses membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peran dalam pembelian dan

keputusan untuk membeli. Menurut Soewito (dalam Harahap, 2015) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan yang dirasakan
2. Kegiatan sebelum membeli
3. Perilaku waktu memakai
4. Perilaku pasca pembelian

Online customer reviews menurut Mo et al., 2015 (dalam Aulita et al., 2017) adalah ulasan yang diberikan oleh konsumen terkait dengan informasi dari evaluasi suatu produk tentang berbagai macam aspek, dengan adanya informasi ini konsumen bisa mendapatkan kualitas dari produk yang dicari dari ulasan dan pengalaman yang ditulis oleh konsumen yang telah membeli produk dari penjual online. Menurut Babin, Barry (dalam Joesyiana, 2018) indikator *online customer review* adalah sebagai berikut:

1. Membicarakan
2. Merekomendasikan
3. Mendorong

Online Customer Rating adalah umpan balik yang dilakukan oleh pembeli kepada penjual (Dellarocas, 2003). Penilaian ini diberikan sebagai cara untuk memberikan feedback kepada penjual online yang dimulai dengan bintang satu sampai bintang lima. Jumlah bintang yang semakin banyak mengindikasikan tentang kemampuan penjual online dalam kualitas layanan kepada konsumennya (Auliya, et.al., 2017). Menurut Hima (2018) indikator *online customer rating* adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran
2. Frekuensi
3. Perbandingan
4. Pengaruh (*effect*)

Testimoni adalah sebuah pengakuan dan dukungan yang merekomendasikan seseorang untuk membangun kredibilitas atas produk atau jasa. Testimonial bisa dijadikan sebuah iklan berjalan yang dapat membantu orang lain mengetahui bahwa bertransaksi dengan toko online tersebut merupakan sesuatu yang aman Lesmana (2018). Menurut Brakus (dalam Kuswani dan Fuadi, 2018) indikator testimony adalah sebagai berikut:

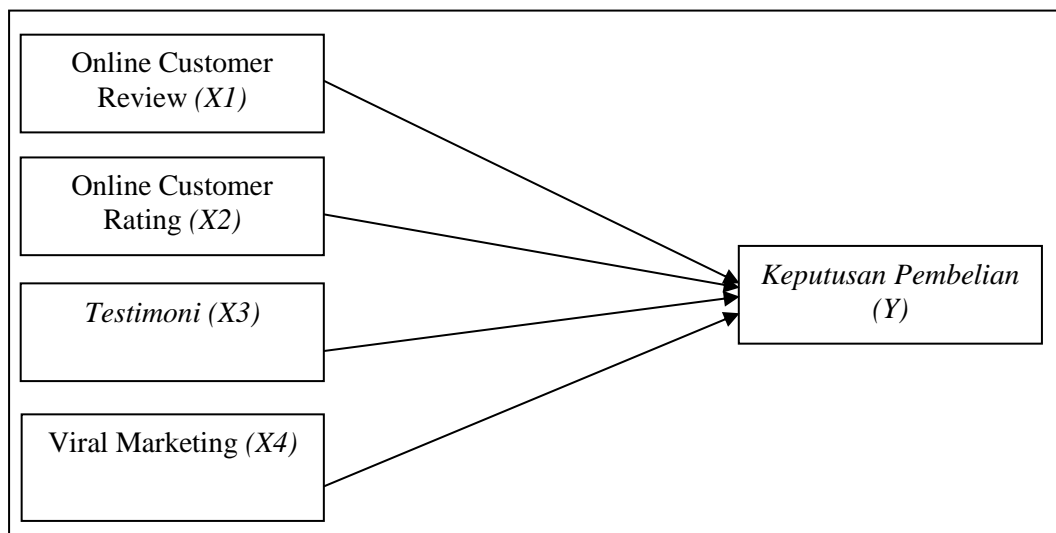
1. *Sensory*

2. *Affective*
3. *Behavioral*
4. *Intellectual*

Viral marketing adalah strategi pemasaran yang berfokus pada penyebaran informasi dan pendapat tentang suatu produk atau layanan dari orang ke orang, terutama dengan menggunakan cara yang tidak konvensional seperti internet atau email. Menurut Irawan (2019) indikator *viral marketing* adalah sebagai berikut:

1. Keterlibatan dengan produk
2. Pengetahuan produk
3. Membicarakan produk

Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)



Gambar 1. Model Penelitian

HIPOTESIS

Pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee
Online Customer Review merupakan ulasan dari konsumen terkait informasi berupa evaluasi konsumen tentang produk yang telah konsumen beli. Ulasan ini merupakan pengalaman yang ditulis oleh konsumen yang telah membeli produk dari penjual *online*. Ulasan ini dapat berisi ulasan negatif maupun positif, konsumen akan memberikan ulasan positif apabila konsumen tersebut puas dengan produk atau jasa yang telah konsumen beli. Namun, konsumen juga akan memberikan ulasan negatif apabila konsumen merasa tidak

puas dengan produk atau jasa yang konsumen beli. *Review* adalah pendapat langsung dari konsumen dan bukan sebuah iklan, *review* adalah salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang Lee dan Shin (2014).

H1: *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee *Rating* atau peringkat ini merupakan penilaian dari konsumen berupa bintang (dalam *marketplace* Shopee). Konsumen yang sudah membeli barang atau jasa akan memberikan bintang pada toko yang konsumen kunjungi tersebut, biasanya konsumen diberikan skala bintang dari 1-5 bintang. Semakin baik suatu produk atau pelayanan toko tersebut, maka semakin tinggi pula rating yang diberikan konsumen kepada toko tersebut. Moe dan Schweidel (2012), menyatakan bahwa pengaruh penilaian pelanggan terhadap rating sebelum memutuskan membeli sesuatu tergantung pada seberapa sering penilaian dilakukan oleh pelanggan ini pada suatu produk.

H2: *Online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee

Testimoni merupakan dukungan dari konsumen kepada toko terkait yang menurut konsumen, toko terkait layak untuk dibagikan kepada konsumen lain, yang belum tentu konsumen lain tahu tentang toko ini. Biasanya testimoni ini berisi pengalaman baik dari seorang konsumen. Testimoni merupakan sumber bahan iklan yang dapat dipercaya dan mendukung produk Kotler dan Armstrong (2012). Dengan begitu konsumen lain yang melihat testimoni ini akan mencari lebih lanjut tentang toko terkait dan akan melakukan keputusan pembelian.

H3: Testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *viral marketing* terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee

Viral Marketing merupakan penyebaran informasi secara cepat seperti virus, informasi yang disebarkan merupakan informasi tentang sebuah produk atau jasa dalam sebuah toko. Menurut Ravichandran dan Karthika (2020) *Viral Marketing* merupakan teknik pemasaran yang mempengaruhi konsumen untuk menyebar informasi tentang produk atau jasa perusahaan melalui internet. Semakin viral sebuah produk atau jasa, maka

akan semakin banyak konsumen yang mencari informasi mengenai produk tersebut. Dan kebanyakan dari konsumen akan melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut setelah produk tersebut *viral*.

H4: Viral Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODA

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode penyebaran kuesioner. Untuk menganalisis data digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 23. Data primer yang peneliti peroleh berasal dari proses membagikan kuesioner (angket).

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di kampus Universitas AKI Semarang, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis dengan Program Studi Manajemen yang berjumlah 142 orang (PDDIKTI, 2020).

Sampel

Adapun mengenai penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, penulis mendasarkan pada pendapat Sugiyono (2011), yaitu menggunakan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang, atau jika peneliti ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil (Sugiono, 2011). Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 142 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian diketahui setiap variable instrument yang digunakan nilai hitungnya lebih besar dari r table, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrument dari penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas nilai *cronbach's alpha* lebih besar daripada 0.60 maka dapat dikatakan bahwa data *reliable*.

Uji Normalitas

Table 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40104610
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.043
	Negative	-.033
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asymp. Sig. sebesar 0.200 yang dapat dikatakan nilai Asymp. Sig. lebih besar daripada 0.05, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 2. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.775	.744		1.042	.300
	Total_X1	-.066	.059	-.153	-1.131	.261
	Total_X2	.048	.041	.134	1.179	.241
	Total_X3	.050	.037	.161	1.335	.185
	Total_X4	-.046	.052	-.115	-.890	.376

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengujian ini menggunakan metode uji Glejser yang nilainya dilihat dari sig. Pada variabel *online customer review* (X1), *online customer rating* (X2), *testimoni* (X3) dan *viral marketing* (X4) memiliki nilai sig. lebih besar dari pada 0.05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	5.252	1.290		4.071	.000		
	Total_X1	.228	.102	.223	2.237	.028	.562	1.779
	Total_X2	.345	.070	.412	4.904	.000	.794	1.259
	Total_X3	.222	.065	.306	3.429	.001	.703	1.423
	Total_X4	-.043	.090	-.046	-.480	.633	.617	1.621

a. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa baik *online customer review* (X1), *online customer rating* (X2), *testimoni* (X3) dan *viral marketing* (X4) memiliki nilai tolerance kurang dari 1 dan VIF memiliki nilai kurang dari 10 maka dapat dikatakan data tidak mengalami multikolenieritas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	5.252	1.290	Beta	4.071	.000
	Total_X1	.228	.102	.223	2.237	.028
	Total_X2	.345	.070	.412	4.904	.000
	Total_X3	.222	.065	.306	3.429	.001
	Total_X4	-.043	.090	-.046	-.480	.633

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = 5.252 + 0.228 + 0.345 + 0.222 - 0.043$$

Dari persamaan diatas maka dapat dijadikan acuan untuk diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta bernilai positif artinya bahwa ketika marketplace Shopee dalam membangun sebuah usaha tidak mempertimbangkan *online customer review*, *online customer rating*, *testimoni* dan *viral marketing* yang ditimbulkan maka keputusan pembelian tetap meningkat.
2. Koefisien *online customer review* sebesar 0.228 menunjukkan bahwa variabel *online customer review* mempunyai pengaruh yang positif artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.228, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Koefisien *online customer rating* sebesar 0.345 menunjukkan bahwa variabel *online customer rating* mempunyai pengaruh yang positif artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.345, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Koefisien testimoni sebesar 0.222 menunjukkan bahwa variabel testimoni mempunyai pengaruh yang positif artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0.222, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Koefisien *viral marketing* sebesar -0.043 menunjukkan bahwa variabel *viral marketing* mempunyai pengaruh yang negatif artinya setiap peningkatan variabel *viral marketing* sebesar 1 kali maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0.043, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 5. ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	173.592	4	43.398	21.206	.000 ^b
	Residual	192.367	94	2.046		
	Total	365.960	98			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X2, Total_X3, Total_X1

Berdasarkan tabel diatas didapat nilai F hitung sebesar 21.206 dengan F sig. 0.000 dimana F sig. 0.000 lebih kecil dari 0.05 maka H₀ ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan *online customer review* (X1), *online customer rating* (X2), testimoni (X3), dan *viral marketing* (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji t

Tabel 6. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	5.252	1.290	Beta	4.071	.000
	Total_X1	.228	.102	.223	2.237	.028
	Total_X2	.345	.070	.412	4.904	.000
	Total_X3	.222	.065	.306	3.429	.001
	Total_X4	-.043	.090	-.046	-4.80	.633

a. Dependent Variable: Total_Y

1. Nilai t hitung pada variabel *online customer review* (X1) adalah 2.237 dengan sig. 0.028. Hasil analisis sig. 0.028 lebih kecil daripada 0.05 artinya secara individu variabel *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai t hitung pada variabel *online customer rating* (X2) adalah 4.904 dengan sig. 0.000. Hasil analisis sig. 0.000 lebih kecil daripada 0.05 artinya secara individu

variabel *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Nilai t hitung pada variabel testimoni (X3) adalah 3.429 dengan sig. 0.001. Hasil analisis sig. 0.001 lebih kecil dari pada 0.05 artinya secara individu variabel testimoni berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai t hitung pada variabel *viral marketing* (X4) adalah -480 dengan sig. 0.633. Hasil analisis sig. 0.633 lebih besar dari pada 0.05 artinya secara individu variabel *viral marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.474	.452	1.431

a. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X2, Total_X3, Total_X1
b. Dependent Variable: Total_Y

Koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai Adjusted R square sebesar 0.452 (45.2%) dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model *online customer review* (X1), *online customer rating* (X2), testimoni (X3), dan *viral marketing* (X4) menerangkan variasi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 45.2% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 54.8%.

PEMBAHASAN

Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi t (uji t) untuk variabel *online customer review* sebesar 0.028 yang nilainya < 0.05 dengan koefisien regresi sebesar 0.228. Artinya *online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis signifikansi pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai 0.028 lebih kecil dari alpha 0.05, berarti bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa analisis pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan *online customer review* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Pengaruh Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi t (uji t) untuk variabel *online customer rating* sebesar 0.000 yang nilainya < 0.05 dengan koefisien regresi sebesar 0.435. Artinya *online customer rating* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis signifikansi pengaruh *online customer rating* terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai 0.000 lebih kecil dari alpha 0.05, berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa analisis pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan *online customer rating* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Pengaruh Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi t (uji t) untuk variabel testimoni sebesar 0.001 yang nilainya < 0.05 dengan koefisien regresi sebesar 0.222. Artinya testimoni berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis signifikansi pengaruh testimoni terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai 0.001 lebih kecil dari alpha 0.05, berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa analisis pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan testimoni (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi t (uji t) untuk variabel viral marketing sebesar 0.633 yang nilainya > 0.05 dengan koefisien regresi sebesar -0.043. Artinya *viral marketing* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis signifikansi pengaruh viral marketing terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai 0.633 lebih besar dari alpha 0.05, berarti bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa analisis pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *viral marketing* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. *Online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. *Viral marketing* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya mengambil sampel konsumen di Program Studi Manajemen Universitas AKI, akan lebih baik jika sampel yang diambil tidak hanya di Universitas AKI saja, sehingga hasil penelitian dapat dilingkup yang lebih luas.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitiannya secara lebih luas dengan menambah variabel penelitian yang belum diteliti dalam penelitian ini, misalnya variabel *trust*, *endorse selebgram* dan *moment of truth*. Peneliti selanjutnya juga dapat mengganti objek penelitian pada sektor tertentu.
2. Bagi perusahaan
Pada variabel online customer review, online customer rating dan testimoni apabila *marketplace* Shopee mendapat *review*, *rating* dan testimoni yang baik maka pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkat. Namun, dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *viral marketing* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *marketplace* Shopee, maka sebaiknya pihak *marketplace* Shopee meninjau kembali apakah produk yang *viral* sesuai dengan ekspektasi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Alam, Siti Nur. Akbar, Mohammad Aldrin. 2020. E-Commerce Dasar Teori dalam Bisnis Digital. Yayasan Kita Menulis

- Asri Nugrahani Ardianti, Dr. Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11. <http://teknonisme.com>
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia. 89–98.
- Chakti, Andi Gunawan. 2019. *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa
- Dellarocas, C., 2003. *The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms*. Management Science
- Firmansyah M. Anang, 2018, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Sleman, CV Budi Utama.
- Harahap, Dedy Ansary, (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*.
- Hima Tussafinah. (2013). Pengaruh Rating Dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian Dan Layanan Cod Atau Bayar Di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ismagilova, Elvira. Et al. 2017. *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context A State of the Art Analysis and Future Directions*. Switzerland: Springer Nature
- Iswati, Sri, Muslich Anshori, , 2017, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*: Surabaya, Airlangga Iniversity Press.
- Jusuf, Dewi Indriani, 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*, Yogyakarta, Andi Anggota IKAPI
- Kuswani, A., & Fuady, M. E. (n.d.). Hubungan antara Testimoni Pelanggan di Media Sosial dengan Keputusan Pembelian Produk Purchase Decisions. X, 477–484.
- Nofriansyah, Dicky. Dkk. 2020. *Bisnis Online:Strategi dan Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis
- Purnomo, Albert Kurniawan. 2019. *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Ravichandran, M., & Karthika, K. R. (2020). A study on impact of viral marketing on consumer ' s purchasing decisions with reference to college students , tiruchirappalli district. 5(8), 64– 69.
- Riyanto, Slamet., Hatmawan, Aglis Andhita. 2020. *Metode Riset Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Sahap, Ali. 2018. *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS*. Surabaya. Airlangga University Press
- Santoso, Singgih. 2019. *Mahir Statistik Parametrik Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo.
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya. Airlangga University Press.
- Setadi, Nugroho, 2019, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta, Prenada Media Group
- Susilowati, Yeni. 2019. *Online Business*. Mutiara Publisher
- Trigunawan, Ajis. Et al., 2020. *Regresi Linier untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan*. Bandung
- VanHoose, David D. 2011. *E-Commerce Economics*. New York. Routledge
- Yudiatmaja, Fridayana. 2013. *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Statistik SPSS*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

PENGARUH TECHNOSTRESS TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

Rosaline

Yustina Erti Pravistamara Dewi

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

One of the company's efforts to stop the spread of COVID-19 is by implementing a Work From Home (WFH) system and also a shift change system. With the implementation of these systems, internet and technology usage has increased. The impacts of excessive use of technology is technostress, which is the result of digital fatigue experienced by its users due to excessive use and following technological developments (Koh, Lee, & Lou, 2016). Technostress has an impact on many factors, one of which is employee's job satisfaction. Many studies have shown that technostress has a significant negative impact on employee's job satisfaction, but not many show a result which dimensions of technostress has a significant impact on employee's job satisfaction. Therefore, this study aims to find out which dimensions have a significant impact on employee's job satisfaction during this pandemic era. The method used is by distributing questionnaires to employees who are included in generation Y, and using Pearson Product Moment correlation coefficient analysis to get the result. The result of the analysis conducted show that of the five dimensions of technostress, only the technos-overload dimensions has a significant positive impact on employee's job satisfaction during this pandemic.

Keywords: Technostress, Job Satisfaction, Pandemic Covid-19

Abstrak

Salah satu upaya perusahaan untuk menghentikan penyebaran COVID-19, adalah dengan menerapkan sistem Work From Home (WFH) dan juga ada beberapa perusahaan yang menerapkan sistem ganti shift. Dengan diberlakukannya sistem-sistem tersebut menyebabkan penggunaan teknologi dan internet semakin meningkat. Salah satu dampak dari penggunaan teknologi yang berlebihan adalah technostress yang merupakan hasil dari kelelahan digital yang dialami oleh penggunanya yang disebabkan karena berlebihan dalam menggunakan dan mengikuti perkembangan teknologi (Koh et al., 2016). Technostress berdampak di banyak faktor salah satunya pada kepuasan kerja karyawan. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa technostress memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, akan tetapi tidak banyak yang menunjukkan dimensi dari technostress mana yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi apa yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja di masa pandemi ini. Metode yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan yang masuk dalam generasi Y, dan dengan menggunakan analisis koefisien korelasi Pearson Product Moment. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa dari kelima dimensi technostress, hanya dimensi techno-overload yang secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan selama masa pandemi ini.

Kata kunci: Technostress, Kepuasan Kerja, Pandemi COVID-19

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini bukanlah sesuatu yang asing bagi masyarakat di dunia. Hampir semua orang mengenal dan menggunakan teknologi sebagai alat bantu dalam kehidupan mereka. Menurut Laspinas (2015) sekarang ini masyarakat hidup di zaman yang penuh dengan tuntutan mulai dari pekerjaan hingga ke kehidupan pribadi, yang menyebabkan masyarakat merasa kewalahan dalam menghadapinya, namun dengan munculnya teknologi, masyarakat jauh lebih tidak kewalahan karena teknologi saat ini diperkenalkan sebagai penghemat waktu, dan juga teknologi dapat memudahkan berbagai hal dalam kehidupan masyarakat itu sendiri. Teknologi memiliki beragam bentuk mulai dari *handphone*, komputer, laptop hingga *smartwatch*, selain itu hasil dari teknologi lainnya adalah internet yang dapat memudahkan masyarakat dalam mencari informasi, membeli sesuatu, hingga berkomunikasi dengan masyarakat lainnya. Akan tetapi, penggunaan teknologi secara berlebihan dapat menyebabkan banyak hal salah satunya adalah *technostress*.

Dunia saat ini sedang mengalami pandemi *COVID-19* yang menyebabkan banyak negara salah satunya Indonesia menerapkan sistem bekerja dari rumah atau yang lebih dikenal dengan istilah *work from home* yang biasa disingkat menjadi WFH (DJKN, 2020), yang merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mencegah penyebaran dari virus *COVID-19*. WFH sendiri sesuai dengan namanya berlaku untuk para karyawan sehingga karyawan bekerja dari rumah dengan menggunakan teknologi serta internet dalam bekerja. Dilansir dari CNN (2020), pengguna internet sejak WFH di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 40 persen dari jumlah biasanya, dan hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang sedang melakukan WFH harus menggunakan teknologi agar dapat melakukan pekerjaannya dengan baik, dan hal ini dapat menyebabkan karyawan terkena dampak dari penggunaan teknologi yang berlebihan yaitu, *technostress*. *Technostress* adalah hasil dari kelelahan digital yang dialami oleh penggunanya yang disebabkan karena berlebihan dalam menggunakan dan mengikuti perkembangan teknologi (Koh *et al.*, 2016). *Technostress* merupakan penyakit modern yang bisa dialami oleh semua orang tanpa memandang gender, usia, dan pekerjaan dan dipengaruhi dari lima dimensi yaitu *techno-overload*, *techno-invasion*, *techno-insecurity*, *techno-uncertainty*, dan *techno-complexity*. Dampak dari adanya *technostress* pada karyawan adalah menurunnya tingkat kepuasan kerja karyawan itu sendiri (Jena, 2015). Kepuasan kerja sendiri adalah satu atribut positif di mana karyawan merasa menjadi salah satu bagian dari perusahaan atau organisasi yang menjadi

tempat kerjanya, selain itu kepuasan yang dimaksud adalah rasa puas dan senang dalam bekerja di perusahaan/organisasi tersebut (P. Kumar, Singh, & Bhuchar, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh R. Kumar *et al.*, (2013) menunjukkan hasil bahwa *technostress* memiliki korelasi negatif dengan kepuasan kerja karyawan dan juga pada komitmen organisasi. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh P. Kumar *et al.*, (2017) juga menunjukkan hasil yang sama yaitu *technostress* berkorelasi negatif terhadap kepuasan kerja karyawan. Kedua penelitian diatas dilakukan tanpa berfokus pada lima dimensi dari *technostress*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Jena (2015) yang dilakukan dengan berfokus pada lima dimensi *technostress* menunjukkan bahwa *technostress* mempengaruhi kepuasan kerja, namun dari kelima dimensi *technostress* yang paling mempengaruhi hanya dua yaitu *techno-overload* dan *techno-complexity*, sehingga ini dapat menjadi jarak penelitian, karena penelitian-penelitian sebelumnya tidak berfokus pada lima dimensi dari *technostress* selain itu penelitian-penelitian sebelumnya dilakukan tidak pada masa pandemi seperti saat ini.

Persoalan penelitian di dalam penelitian ini adalah apakah lima dimensi *technostress* yaitu *techno-overload*, *techno-invasion*, *techno-insecurity*, *techno-complexity*, dan *techno-uncertainty* memiliki pengaruh pada kepuasan kerja karyawan selama pandemi *COVID-19*? tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh lima dimensi dari *technostress* terhadap kepuasan kerja karyawan selama masa pandemi *COVID-19*. Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk lebih peduli pada karyawannya yang mungkin mengalami *technostress* baik selama masa pandemi ini ataupun nantinya jika masa pandemi sudah berakhir.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Technostress

Technostress menurut Chiappetta (2017) adalah sebuah fenomena yang disebut sebagai kelebihan informasi, yang disebabkan karena banyaknya informasi yang diterima, yang akhirnya membuat pengguna *stress* dan depresi, informasi yang dimaksud merupakan hasil dari adanya perkembangan teknologi. Selain itu *technostress* menurut Koh *et al.*, (2016) merupakan sebuah kelelahan yang diakibatkan karena terlalu sering menggunakan teknologi atau sering disebut dengan kelelahan digital. *Technostress* disebabkan oleh beberapa hal yaitu terlalu sering menggunakan *smartphone* atau teknologi lainnya, pengguna tidak pernah mematikan *smartphone* atau alat digital lainnya, dan juga pengguna

selalu bangun dari tidurnya hanya untuk dapat terhubung dengan *platform* sosial seperti sosial media (Chiappetta, 2017). Selain itu, menurut Norulkamar *et al.*, (2012) *technostress* juga dapat disebabkan oleh lima faktor atau lebih sering disebut sebagai lima dimensi dari *technostress*, dimensi-dimensi tersebut adalah yang pertama *techno-overload* yang merupakan kondisi di mana pengguna merasa dipaksa untuk selalu bekerja secara cepat dengan menggunakan teknologi. Yang kedua adalah *techno-invasion* adalah kondisi di mana pengguna merasa tidak bisa membedakan waktu untuk bekerja dengan waktu untuk keluarga, karena pengguna merasa bahwa mereka akan selalu dihubungi dan dicari. Yang ketiga adalah *techno-complexity* yang merupakan kondisi di mana pengguna akan menghabiskan waktu dan tenaganya untuk dapat mempelajari dan mengikuti perkembangan teknologi. Yang keempat adalah *techno-insecurity* yang merupakan kondisi di mana pengguna takut kehilangan pekerjaannya karena ia tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi dengan baik. Terakhir, *techno-uncertainty* merupakan kondisi di mana pengguna merasa sangat terganggu dengan berkembangnya teknologi yang terjadi secara terus menerus.

Gejala dari *technostress* dibagi menjadi dua yaitu gejala fisik dan gejala mental. Gejala fisik dari adanya *technostress* diantaranya adalah mengalami insomnia, detak jantung yang tidak beraturan, pusing, mudah berkeringat hingga mengalami kelelahan kronis, sedangkan gejala mental dari *technostress* diantaranya adalah mudah marah, depresi, mudah menangis, dan muncul sikap apatis, bahkan pada beberapa kasus *technostress* dapat memberikan dampak yang luar biasa jika terlalu dibiarkan, dampak yang diberikan pada kesehatan individu yaitu dapat terkena serangan jantung yang bisa menyebabkan kematian (Chiappetta, 2017). Menurut Tagurum *et al.*, (2017) *technostress* dapat dihilangkan atau diturunkan tingkat *stress* nya dengan menggunakan beberapa cara yaitu seperti berolahraga, istirahat yang cukup, belajar untuk membagi waktu antara bekerja dengan teknologi dan waktu privasi, mengurangi penggunaan teknologi, dan memiliki waktu tertentu dimana pengidap *technostress* berhenti untuk menggunakan teknologi. Selain itu menurut Tagurum *et al.*, (2017) untuk mengatasi *technostress* dapat dilakukan beberapa strategi yaitu mendorong karyawan untuk berdiskusi atau berkomunikasi tentang pengetahuan menggunakan teknologi dengan karyawan lain, selain itu pengguna teknologi juga bisa menggunakan perangkat lunak teknologi yang mudah digunakan dan dinilai tidak menyulitkan pengguna dalam beradaptasi dengan teknologi.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah sebuah atribut positif dimana karyawan merasa bahwa mereka termasuk dalam bagian organisasi tempat mereka bekerja, dan juga merasa puas dan senang tergabung dalam bagian dari organisasi tersebut (P. Kumar *et al.*, 2017). Selain itu menurut Jena (2015), kepuasan kerja adalah perasaan emosional karyawan tentang pekerjaan yang ia jalani, dan emosi tersebut bisa positif dan bisa juga negatif. Kepuasan kerja juga menjadi faktor utama dalam hal efektif dan efisiennya sebuah organisasi bisnis, sehingga menjadikan kepuasan kerja sebagai satu faktor yang berperan penting dalam organisasi bisnis (Aziri, 2011). Menurut Aziri (2011) salah satu indikator yang menentukan kepuasan kerja yang baik dalam sebuah organisasi adalah dengan memperlakukan karyawan sebagai manusia sesungguhnya yang memiliki kebutuhan dan keinginannya sendiri, dan bukan paksaan dari orang lain, karena kepuasan kerja selalu berbicara mengenai karyawan yang senang dan karyawan yang sukses. Dampak dari kepuasan kerja yang tinggi adalah berkurangnya ketidakpuasan kerja karyawan yang dapat mengurangi banyaknya karyawan yang absen, meningkatkan sikap loyalitas karyawan, dan mengurangi jumlah kecelakaan kerja (Aziri, 2011).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah jenis pekerjaan, gaji, peluang untuk maju, manajemen, kelompok kerja dan kondisi dari pekerjaan (Aziri, 2011). Akan tetapi menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Saeed *et al.*, (2013) menunjukkan bahwa gaji, kondisi kerja, keadilan, dan promosi adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan kerja dan posisi pertama adalah gaji, yang di mana memang itu merupakan tujuan dari seseorang bekerja. Sedangkan menurut menurut Luthans (2006) ada enam dimensi dari kepuasan kerja yaitu pekerjaan itu sendiri, gaji, promosi, pengawasan, rekan kerja dan kondisi kerja.

Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)

Technostress pada zaman sekarang lebih dikenal sebagai suatu kondisi di mana pengguna teknologi merasa tidak nyaman dengan banyaknya informasi yang didapat dari teknologi (Chiappetta, 2017) dan juga akibat dari adanya kelelahan digital karena terlalu sering menggunakan teknologi (Koh *et al.*, 2016). Dalam penelitian yang dilakukan oleh R. Kumar *et al.*, (2013) menunjukkan bahwa *technostress* memiliki dampak yang negatif terhadap kepuasan kerja seseorang, selain itu penelitian yang dilakukan oleh P. Kumar *et al.*, (2017) juga menunjukkan hasil yang sama yaitu *technostress* berdampak negatif atau memiliki korelasi yang negatif dengan kepuasan kerja seseorang. Penelitian lain yang dilakukan oleh Jena (2015) juga menunjukkan hasil yang sama seperti kedua penelitian

sebelumnya yaitu *technostress* memiliki korelasi negatif dengan kepuasan kerja, dan di penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa jika *technostress* memiliki korelasi yang negatif dengan kepuasan kerja, maka itu berarti dimensi yang ada di dalam *technostress* juga memiliki korelasi yang negatif dengan kepuasan kerja, serta dari penelitian sebelumnya dilakukan tidak pada masa pandemi seperti sekarang. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti merumuskan beberapa hipotesis di mana kelima dimensi dari *technostress* sebagai *independent variable* dan kepuasan kerja di masa pandemi sebagai *dependent variable*, sehingga hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₁: *Techno-overload* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan

H₂: *Techno-invasion* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan

H₃: *Techno-complexity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan

H₄: *Techno-insecurity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan

H₅: *Techno-uncertainty* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan

METODA

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif korelasi yang menguji hubungan/pengaruh dari variabel X yaitu *Technostress* dengan variabel Y yaitu kepuasan kerja karyawan.

Populasi dan Sampel

Objek penelitian ini merupakan karyawan yang termasuk di dalam generasi Y (21-39 tahun) dan berfokus pada karyawan yang didalam melakukan pekerjaannya menggunakan alat bantu teknologi berupa komputer & HP atau laptop & HP. Jumlah populasi pada penelitian ini diasumsikan tidak diketahui jumlahnya, oleh karena itu dalam menentukan jumlah sampelnya, penelitian ini menggunakan teknik Hair *et al.*, (2010) di mana jumlah sampel menyesuaikan dengan banyaknya indikator. Dengan asumsi banyaknya indikator dikali dengan 5, maka jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 170 responden yang didapat dari perhitungan jumlah indikator yaitu sebanyak 34 pertanyaan dikali dengan 5, sehingga mendapatkan hasil 170 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner sehingga jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator
Technostress merupakan sebuah kelelahan yang diakibatkan karena terlalu sering menggunakan teknologi (Koh et al., 2016)	Techno-overload	1.1 Paksaan untuk bekerja secara cepat dengan teknologi 1.2 Paksaan untuk menyelesaikan pekerjaan dalam waktu yang terbatas
	Techno-invasi	2.1 Waktu privasi terganggu 2.2 Muncul rasa takut
	Techno-insecurity	3.1 Khawatir kehilangan pekerjaan 3.2 Takut jika posisinya digantikan dengan orang lain yang lebih pandai dalam menggunakan teknologi
	Techno-complexity	4.1 Terganggu dengan adanya perkembangan teknologi 4.2 Khawatir keterampilan menggunakan teknologi tidak memadai
Kepuasan kerja adalah perasaan emosional karyawan tentang pekerjaan yang ia jalani, dan emosi tersebut bisa positif dan bisa juga negatif. (Jena, 2015)	Techno-uncertainty	5.1 Ragu dalam mengikuti perkembangan teknologi 5.2 Terganggu dengan perkembangan teknologi
	(Norulkamar et al., 2012)	
	Pekerjaan	1.1 Tugas kerja yang menarik 1.2 Ada tidaknya kesempatan untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan baru 1.3 Tanggung jawab dalam melakukan pekerjaan
	Gaji	2.1 Sistem penggajian 2.2 Kesesuaian antara gaji dengan pekerjaan 2.3 Keadilan penggajian
Promosi	Promosi	3.1 Peluang promosi 3.2 Pengembangan karir
	Pengawasan	4.1 Hubungan antara karyawan dengan atasan 4.2 Pengawasan kerja 4.3 Kualitas kerja
Rekan kerja	Rekan kerja	5.1 Hubungan sesama karyawan

Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator
	Kondisi kerja (Luthans, 2006)	5.2 Sikap dengan sesama karyawan 6.1 Suasana tempat bekerja 6.2 Peraturan kerja 6.3 Kebijakan organisasi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis pearson product moment, karena penelitian ini ingin melihat bagaimana korelasi antara dari lima variabel terikat (5 dimensi *technostress*) dengan satu variabel bebas (kepuasan kerja). Sebelum melakukan analisis, akan dilakukan uji *pre-test* terlebih dahulu yang didalamnya berisi data pribadi responden dan juga untuk mengetahui jenis alat bantu teknologi yang digunakan responden dalam melakukan pekerjaannya. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji linearitas, normalitas, dan heterokedasitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dari lima dimensi *technostress* dengan kepuasan kerja karyawan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner ke karyawan yang bekerja dengan menggunakan teknologi seperti komputer, laptop, dan juga HP. Sebelum kuesioner dibagikan, kuesioner melalui tahap uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Hasil uji validitas dan reliabilitas sudah tercantum di tabel 2 dan tabel 3.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Techno-overload</i> (TO)	1	0,429	0,33	Valid
	2	0,602	0,33	Valid
	3	0,383	0,33	Valid
	4	0,716	0,33	Valid
<i>Techno-invasion</i> (TI)	5	0,388	0,33	Valid
	6	0,711	0,33	Valid
	7	0,39	0,33	Valid
<i>Techno-complexity</i> (TC)	8	0,73	0,33	Valid
	9	0,601	0,33	Valid
	10	0,726	0,33	Valid

Variabel	Butir Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Techno-insecurity</i> (TIN)	11	0,781	0,33	Valid
	12	0,712	0,33	Valid
	13	0,575	0,33	Valid
	14	0,624	0,33	Valid
<i>Techno-uncertainty</i> (TU)	15	0,703	0,33	Valid
	16	0,694	0,33	Valid
	17	0,641	0,33	Valid
Kepuasan kerja (KK)	1	0,431	0,33	Valid
	2	0,644	0,33	Valid
	3	0,698	0,33	Valid
	4	0,781	0,33	Valid
	5	0,756	0,33	Valid
	6	0,436	0,33	Valid
	7	0,779	0,33	Valid
	8	0,808	0,33	Valid
	9	0,761	0,33	Valid
	10	0,867	0,33	Valid
	11	0,813	0,33	Valid
	12	0,841	0,33	Valid
	13	0,819	0,33	Valid
	14	0,755	0,33	Valid
	15	0,76	0,33	Valid
	16	0,696	0,33	Valid
	17	0,727	0,33	Valid
	18	0,802	0,33	Valid
	19	0,718	0,33	Valid

$N = 35$

Signifikansi = 5% = 0,05, Two tailed

Sumber: Data diolah (2020)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Technostress</i>	17 pernyataan	0,898	Reliabel
Kepuasan Kerja	19 pernyataan	0,952	Reliabel

Sumber: Data diolah (2020)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas yang hasilnya menunjukkan bahwa lima variabel terikat dengan satu variabel bebas valid dan juga reliabel, maka kuesioner dapat disebar. Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan, terdapat 179 responden yang mengisi kuesioner, dan karakteristik dari responden tersebut dapat dilihat di tabel 4. Responden berasal dari berbagai perusahaan karena kuesioner dibagi secara acak.

Tabel 4. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jenis Karakteristik	Jumlah
Jenis Kelamin	Pria	115

Karakteristik	Jenis Karakteristik	Jumlah
Usia	Wanita	64
	21 – 25 tahun	79
	26 – 30 tahun	25
	31 – 35 tahun	18
	36 – 39 tahun	58
Teknologi yang digunakan dalam bekerja	Komputer & HP	117
	Laptop & HP	62
Lama bekerja	<1 tahun	35
	1 – 5 tahun	72
	6 - 10 tahun	16
	>10 tahun	56

Sumber: Data diolah (2020)

Dari hasil respon yang diberikan oleh responden melalui kuesioner, seperti yang sudah tertulis di metodologi, penelitian ini menggunakan analisis *Pearson Product Moment* yang dimana syaratnya adalah harus lulus uji asumsi klasik yaitu normalitas, linearitas, dan heterokedastisitas. Hasil dari uji asumsi klasik tersebut dapat dilihat di tabel 5,6, dan 7.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		179
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.58145309
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.608
Asymp. Sig. (2-tailed)		.853
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data diolah (2020)

Dari tabel diatas maka dengan membandingkan nilai asymp. *Sig (2-tailed)* yaitu $0,853 > 0,05$ maka data berdistribusi normal. Uji asumsi klasik selanjutnya adalah uji linearitas, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini, hasil uji linearitas diperoleh dari membandikan nilai *linearity sig* dan juga membandikan nilai F hitung dengan F tabel.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Asymp.sig (2-tailed)	Nilai signifikansi	Keterangan	F hitung	F tabel	Keterangan
TO – KK	0,55	0,05	Linear	0,9	1,78	Linear
TI – KK	0,11	0,05	Linear	1,6	1,88	Linear

Variabel	Asymp.sig (2-tailed)	Nilai signifikansi	Keterangan	F hitung	F tabel	Keterangan
TC – KK	0,02	0,05	Tidak Linear	1,9	1,7	Tidak Linear
TIN – KK	0,2	0,05	Linear	1,28	1,84	Linear
TU - KK	0,00	0,05	Tidak Linear	3,52	1,84	Tidak Linear

Dari hasil pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa dari lima dimensi *technostress*, hanya tiga variabel melanjutkan uji asumsi klasik selanjutnya, yaitu uji heterokedastisitas, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Hasil uji ini diperoleh dengan membandingkan *nilai sig*.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients				
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.551	2.492		3.432	.001
	Techno-overload	.220	.166	.104	1.332	.185
	Techno-invasion	-.059	.182	-.027	-.326	.745
	Techno-insecurity	-.269	.133	-.162	-2.028	.044

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah (2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig lebih besar dari 0,05 yang berarti data tidak menunjukkan adanya gejala heterokedastisitas, dan data dapat dilanjutkan dengan melakukan analisis *Pearson Product Moment*. Hasil dari analisis *Pearson Product Moment* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Hasil Analisis Pearson Product Moment

		Techno-overload	Techno-invasion	Techno-insecurity	Kepuasan kerja
Techno-overload	Pearson	1	.281**	.197**	.164*
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.028
	N	179	179	179	179
Techno-invasion	Pearson	.281**	1	.342**	.003
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.964
	N	179	179	179	179
Techno-insecurity	Pearson	.197**	.342**	1	.093
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.215
	N	179	179	179	179

Kepuasan kerja	Pearson	.164*	.003	.093	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.028	.964	.215	
	N	179	179	179	179

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah (2020)

Dari hasil output SPSS diatas menunjukkan bahwa dari lima dimensi *Technostress* hanya dimensi *techno-overload* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada masa pandemi *COVID-19*. Hal ini ditunjukkan dari tanda bintang yang ada di nilai *pearson*.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan atau pengaruh yang signifikan dari lima dimensi *technostress* terhadap kepuasan kerja karyawan di masa pandemi *COVID-19*. Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner ke karyawan yang berusia 21 hingga 39 tahun, dan disebarakan secara acak. Hasil dari penyebaran kuesioner mendapatkan hasil 179 responden, yang terdiri dari 115 responden berjenis kelamin pria, dan 64 responden berjenis kelamin wanita. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dari 179 responden, 117 diantaranya menggunakan komputer dan juga HP sebagai alat bantu teknologi dalam melakukan pekerjaannya. Kuesioner yang dibagikan juga berisi pernyataan-pernyataan mengenai dampak pandemi bagi pekerja/karyawan, dan sebagian besar responden berpendapat bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan terjadi pada pekerjaan mereka saat pandemi *COVID-19*. Hanya saja yang berbeda adalah sistem kerja akan tetapi untuk proses dan penggajian tidak terdapat perbedaan. Selain itu, dari hasil kuesioner yang dibagi menunjukkan bahwa saat ini tidak begitu banyak tempat bekerja responden yang menerapkan sistem *Work From Home* dan lebih banyak menggunakan sistem ganti *shift*.

Untuk memenuhi tujuan dari penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan analisis *Pearson Product Moment* untuk mendapatkan hasil penelitian. Dari analisis yang dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa selama masa pandemi *COVID-19* ini, dari kelima dimensi *technostress* yaitu *techno-overload*, *techno-invasion*, *techno-complexity*, *techno-insecurity*, dan *techno-uncertainty* hanya *techno-overload* yang memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Dari hasil tersebut berarti menunjukkan semakin tinggi *techno-overload* karyawan maka semakin tinggi pula

kepuasan kerja karyawan tersebut. Hasil penelitian ini tentu berbanding terbalik dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti lainnya yang menunjukkan bahwa *technostress* berdampak negatif terhadap kepuasan kerja. Dari hasil analisis yang dilakukan juga dapat disimpulkan bahwa hanya H_1 yang diterima, sedangkan yang lain ditolak.

SIMPULAN

Technostress merupakan salah satu dampak negatif dari adanya perkembangan teknologi yang terus menerus terjadi. *Technostress* juga berdampak pada banyak faktor salah satunya adalah kepuasan kerja dari karyawan, Banyak penelitian menunjukkan bahwa *technostress* berdampak negatif terhadap kepuasan kerja karyawan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari lima dimensi *technostress* terhadap kepuasan kerja, Setelah melakukan analisis, maka hasil analisis menunjukkan bahwa hanya *techno-overload* yang berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Hasil penelitian ini berbeda dari hasil penelitian-penelitian lainnya, sehingga penelitian ini perlu dikembangkan atau diulang kembali dengan metode-metode lainnya karena penelitian ini dilakukan dalam waktu yang terbatas sehingga ada kemungkinan penelitian ini tidak menunjukkan hasil yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziri, B. (2011). Job Satisfaction, a Literature Review. *Management Research and Practice*, 3(1), 77–90.
- Chiappetta, M. (2017). The Technostress: definition, symptoms and risk prevention. *Senses and Sciences*, 4(1), 358–361. <https://doi.org/10.14616/sands-2017-1-358361>
- CNN, I. (2020). Pengguna Internet Kala WFH Corona Meningkatkan 40 Persen di RI. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200408124947-213-491594/pengguna-internet-kala-wfh-corona-meningkat-40-persen-di-ri>
- DJKN. (2020). Penerapan WFH. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: Global Edition*, 7th Edition (7th ed.). USA.
- Jena, R. K. (2015). Impact of Technostress on Job Satisfaction: An Empirical Study among Indian Academician. *The International Technology Management Review*, 5(3), 117. <https://doi.org/10.2991/itmr.2015.5.3.1>
- Koh, J., Lee, S. J., & Lou, L. (2016). 소셜 네트워크 서비스에서 사용자의 플로우와 스트레스가 주관적 안녕감에 미치는 영향 * Well-being in Social Network Services *. 211–226.
- Kumar, P., Singh, P. P., & Bhuchar, V. (2017). A study of techno stress in relation to job satisfaction, job performance and mental health among IT professionals. *International Journal of Education and Management Studies*, 7(3), 403–407. Retrieved from https://search.proquest.com/docview/1964428718?accountid=17215%0Ahttps://limo.libis.be/services/KULeuven?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ%3Aindianjournals&atitle=A+study+of+techno+stress+in+relation+

-
- Kumar, R., Lal, R., Bansal, Y., & Sharma, S. K. (2013). Technostress in Relation to Job Satisfaction and Organisational Commitment among IT Professionals. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(12), 12–14.
- Laspinas, M. L. (2015). Technostress: Trends and Challenges in the 21 St Century Knowledge Management. *European Scientific Journal*, 11(2), 1857–7881.
- Luthans, F. (2006). *Perilaku Organisasi* (10th ed.; P. Andi, Ed.). Yogyakarta.
- Norulkamar, U., Ahmad, U., & Mohamad, S. (2012). The Dimensions of Technostress among Academic Librarians The Dimensions of Technostress among Academic Librarians. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65(December), 266–271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.121>
- Saeed, R., Lodhi, R. N., Iqbal, A., Nayyab, H. H., Mussawar, S., & Yaseen, S. (2013). Factors influencing job satisfaction of employees in telecom sector of Pakistan. *Middle East Journal of Scientific Research*, 16(11), 1476–1482. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.16.11.12075>
- Tagurum YO, Okonoda KM, Miner CA, B. D. and T. D. (2017). International Journal of Biomedical Research Effect of technostress on job performance and coping strategies among academic staff of a tertiary institution in north-central Nigeria. *International Journal of Biomedical Research*, 8(06), 8. <https://doi.org/10.7439/ijbr>

PENGARUH INFLASI, SUKU BUNGA, DAN KURS TERHADAP VOLATILITAS HARGA SAHAM SEKTOR KEUANGAN

Nila Listiana²⁹

Robiyanto Robiyanto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to analyze the influence of inflation, interest rate, and exchange rate affect volatility of financial sector stock price index in IDX. The data was collected from secondary data in the form of monthly data from January 2012 to December 2019. Further, the data was analyzed by using a Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedastic (GARCH) method to o examine the effect of changes in inflation, interest rate, and exchange rate for volatility of stock price in financial company sector (JKFINA). The result showed that changes of inflation, interest rate, and exchange rate has negative and significant effect of on volatility of stock price in financial company sector (JKFINA).

Keywords: Index IDX Finance (JKFINA), Inflation, Interest Rate, and Exchange Rate

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh tingkat inflasi, tingkat suku bunga, dan kurs terhadap volatilitas harga saham sektor perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data bulanan dari bulan Januari 2012 sampai bulan Desember 2019. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedastic (GARCH) dalam menguji pengaruh perubahan inflasi, suku bunga, dan kurs terhadap volatilitas harga saham sektor keuangan (JKFINA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi, suku bunga, dan kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volatilitas perubahan harga saham sektor keuangan (JKFINA).

Kata kunci: Index IDX Finance (JKFINA), Inflasi, Suku Bunga, dan Kurs

PENDAHULUAN

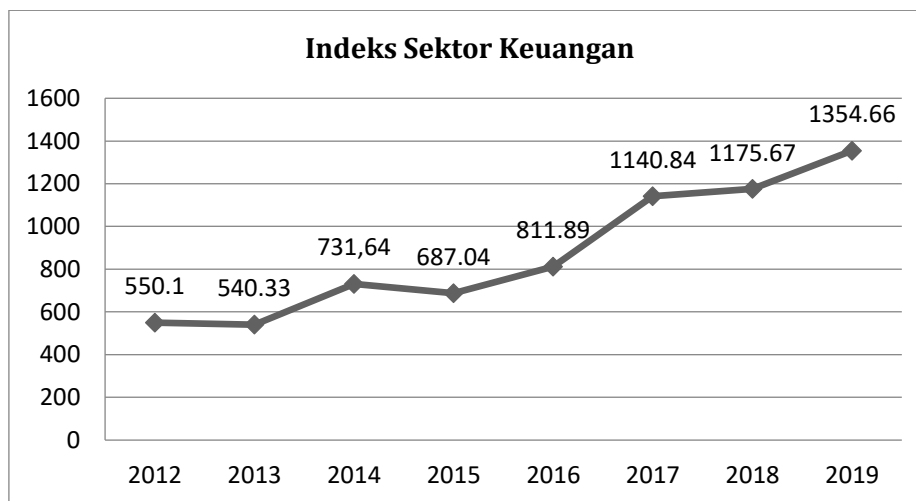
Pasar modal menjadi salah satu *trend* alternatif investasi bagi masyarakat selain produk bank dan aset berwujud. Selain sebagai alternatif investasi, pasar modal berfungsi sebagai sumber pembiayaan modal bagi perusahaan dengan menerbitkan instrumen saham, serta sebagai sumber pendanaan utang dengan menerbitkan instrumen obligasi (Purnamawati 2016). Diantara instrumen tersebut, saham dianggap menawarkan tingkat pengembalian yang tinggi sehingga membuat saham menjadi instrumen yang paling sering diperdagangkan (Syahri dan Robiyanto 2020). Oleh karena itu kondisi pasar saham yang dinamis dapat mencerminkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi suatu negara

²⁹212017071@student.uksw.edu

(Yudianto et al., 2018). Pertumbuhan serta perkembangan ekonomi yang baik akan meningkatkan harga saham (Yunita dan Robiyanto 2018).

Perkembangan pasar saham di Indonesia dapat diketahui melalui Indeks Harga Saham Gabungan atau IHSG (Sari 2019). Pasar saham mempertemukan antara masyarakat yang kelebihan dana dan perusahaan yang membutuhkan dana (Robiyanto 2018). Sebagian besar investasi dilakukan melalui aset keuangan misalnya saham dan juga obligasi, hal tersebut memicu meningkatnya akan kebutuhan informasi salah satunya informasi mengenai indeks harga saham (Yunita dan Robiyanto, 2018). Dengan adanya indeks saham akan berguna bagi masyarakat yang akan memasuki pasar saham.

Pasar saham di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia. Pengelompokan perusahaan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia adalah sebanyak sembilan sektor, diantaranya sektor keuangan, pertanian, pertambangan, aneka industri, industri dasar dan kimia, dan lain-lain. Tetapi yang akan dibahas dalam kajian ini adalah sektor keuangan. Dalam sektor keuangan terdapat beberapa sub sektor seperti asuransi, lembaga pembiayaan, perbankan, dan lain-lain.



Sumber: Investing.com (2020)

Gambar 1. Harga penutupan tahunan indeks sektor keuangan dari tahun 2012-2019

Indeks sektor keuangan atau JKFINA diisi oleh perusahaan sektor keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada gambar 1, harga saham sektor perusahaan keuangan (JKFINA) terus meningkat hingga tahun 2019, kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2017 sebesar 40,52 persen. Perubahan harga yang semakin meningkat dikarenakan faktor internal perusahaan yaitu berhubungan dengan kondisi fundamental perusahaan yang dapat dilihat menggunakan rasio keuangan misalnya rasio likuiditas, rasio aktivitas,

rasio profitabilitas dan rasio solvabilitas. Selain faktor internal terdapat juga faktor eksternal yang dapat berpengaruh pada perubahan harga saham yaitu keadaan ekonomi makro yang dapat dilihat dari perubahan nilai tukar, tingkat suku bunga, inflasi, dan lain-lain (Agustina dan Sumartio, 2014).

Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan mengenai pengaruh faktor ekonomi makro terhadap volatilitas harga saham. Seperti yang diteliti oleh Ilmiyono (2017) menunjukkan bahwa tingkat inflasi, tingkat suku bunga, dan perubahan nilai tukar tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan harga saham perusahaan sektor industri food dan beverages. Kewal (2012) mengatakan bahwa pertumbuhan tingkat suku bunga dan tingkat inflasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap IHSG, tetapi nilai tukar rupiah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap IHSG. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sonatan (2015) menunjukkan bahwa perubahan nilai tukar dan tingkat suku bunga tidak berpengaruh signifikan pada perubahan harga saham. Wahyudi dan Nabella (2020) juga melakukan kajian mengenai dampak variabel makro ekonomi pada volatilitas pasar modal syariah di Indonesia, hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya inflasi tidak berpengaruh pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Sementara penelitian yang dilakukan Dewi dan Suaryana (2016) dengan menggunakan regresi linier berganda menghasilkan bahwa suku bunga tidak memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham.

Penelitian yang dilakukan Suniarti (2013) menunjukkan bahwa inflasi, suku bunga, dan perubahan nilai tukar berpengaruh positif dan signifikan terhadap volatilitas harga saham. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Abbas et al., (2019), menunjukkan bahwa oleh tingkat inflasi, tingkat suku bunga, dan perubahan nilai tukar berpengaruh pada volatilitas harga saham pada negara-negara yang termasuk dalam G7. Kohar et al., (2018) mengemukakan bahwa tingkat inflasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham perusahaan sektor industri food dan beverages. Husnul et al., (2017) mengemukakan bahwa tingkat inflasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap IHSG. Dalam penelitian Selpiana dan Badjra (2018) menunjukkan bahwa perubahan nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap volatilitas harga saham. Danial dan Rikumahu (2018) juga mengemukakan bahwa perubahan nilai tukar berpengaruh pada volatilitas IHSG.

Penelitian mengenai volatilitas harga saham yang telah dijabarkan sebelumnya, namun kebanyakan belum meneliti mengenai volatilitas perubahan harga saham sektor perusahaan keuangan. Sementara penelitian kali ini akan mengkaji mengenai volatilitas

perubahan harga saham sektor perusahaan keuangan beserta faktor yang berpotensi memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan tingkat inflasi, tingkat suku bunga, dan perubahan nilai tukar sebagai variabel yang memengaruhinya volatilitas harga saham di sektor perusahaan keuangan.

Inflasi menjadi faktor yang berpengaruh volatilitas harga saham, sehingga investor harus mempertimbangkan inflasi dalam berinvestasi. Inflasi berpengaruh terhadap perubahan harga saham, karena inflasi yang tidak stabil membuat ketidakpastian bagi investor dalam mengambil keputusan (Sunardi, Nurmillia dan Ula 2017). Inflasi yang meningkat membuat kenaikan harga barang, yang kemudian dapat membuat kenaikan biaya produksi yang dapat membebankan perusahaan, hal tersebut dapat berdampak pada turunnya laba perusahaan, dampaknya dapat membuat investor menunda investasi. Investor akan tertarik berinvestasi ketika tingkat inflasi stabil (Kennedy dan Hayrani 2018)

Faktor lainnya yang dapat memengaruhi volatilitas harga saham adalah perubahan nilai tukar. Ketika nilai tukar mengalami pelemahan maka membuat ekonomi negara berada dalam keadaan yang kurang baik, kemudian akan membuat investor lebih berhati-hati dalam berinvestasi. Sebaliknya, apabila nilai tukar mengalami penguatan maka membuat perekonomian negara sedang dalam keadaan yang baik (Kennedy dan Hayrani 2018). Nilai tukar yang terdepresiasi membuat barang impor mahal, apabila perusahaan menggunakan bahan baku impor dalam produksinya maka akan membuat kenaikan biaya produksi dan membuat laba akan menurun, hal ini dapat membuat minat investor dalam membeli saham perusahaan menjadi menurun, ini kemudian akan mempengaruhi perubahan harga saham (Ernayani, 2015).

Tingkat suku bunga yang meningkat membuat investor mengalihkan investasi dari pasar saham ke dalam instrumen investasi yang lebih aman, misalnya deposito, surat berharga, obligasi, sukuk, dan lain-lain (Listriono dan Nuraina 2015), hal ini akan membuat perubahan harga saham. Menurut Asih Ni Wayan Sri dan Akbar (2016) suku bunga yang meningkat adalah sinyal negatif terhadap harga saham. Sehingga, suku bunga menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi saham (Wijayaningsih, Rahayu dan Saifi 2016).

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh tingkat inflasi, tingkat suku bunga, dan perubahan nilai tukar terhadap volatilitas harga saham sektor perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan dengan memahami bagaimana

pengaruh tingkat inflasi, tingkat suku bunga, dan perubahan nilai tukar terhadap volatilitas harga saham sektor perusahaan keuangan.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Volatilitas

Naik dan turunnya harga saham disebut dengan volatilitas. Volatilitas adalah perubahan harga sekuritas atau komoditas dalam periode waktu tertentu, volatilitas dianggap sebagai risiko oleh sebagian orang, karena volatilitas yang meningkat maka dapat meningkatkan ketidakpastian dari keuntungan saham (Romli et al., 2017). Volatilitas yang semakin tinggi membuat harga saham tidak mudah untuk diprediksi, namun jika volatilitas semakin rendah maka dapat membuat harga saham tidak berubah dengan cepat, oleh karena itu investor dapat menggunakan volatilitas untuk mengetahui peluang keuntungan maupun peluang kerugian sebelum memutuskan dalam membeli saham (Syahri dan Robiyanto 2020).

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Volatilitas Perubahan Harga Saham

Volatilitas harga saham yang terjadi dalam periode waktu tertentu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor tersebut berasal dari pengaruh ekonomi makro seperti perubahan nilai tukar, kondisi sosial dan politik, kondisi keamanan suatu negara, dan lain-lain. Selain faktor ekonomi makro, volatilitas harga saham juga dapat dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan, misalnya kondisi fundamental perusahaan yang mana dapat dilihat dalam laporan keuangan perusahaan. Keadaan politik, ekonomi, dan keamanan internasional, utamanya di negara yang pasar modalnya sudah maju, seperti Amerika Serikat, Jepang, Inggris juga berpotensi berpengaruh terhadap volatilitas harga saham.

Inflasi

Inflasi adalah salah satu indikator ekonomi makro yang menggambarkan kondisi ekonomi yang tidak sehat karena kenaikan harga barang. Menurut Nofiatin (2013) inflasi merupakan kenaikan harga yang dapat diukur dengan Indeks Harga Konsumen (IHK), inflasi dapat membuat daya beli menurun. Sementara menurut Montes dan Nicolay (2015) inflasi merupakan kenaikan barang secara umum dan berlangsung secara terus menerus. Bagi perusahaan, inflasi membuat biaya bahan baku akan meningkat, dan daya beli konsumen menjadi rendah karena kenaikan harga, kemudian ini dapat berpengaruh pada laba perusahaan. Inflasi yang terus meningkat juga berdampak negatif pada kinerja pasar saham, inflasi yang meningkat menggambarkan buruknya kondisi ekonomi suatu negara

sehingga dapat membuat investor merasa tidak aman jika berinvestasi di pasar saham (Hassan 2016). Menurunnya minat investor untuk berinvestasi akan menyebabkan penurunan harga saham, sehingga membuat harga saham menurun.

Suku Bunga

Tingkat suku bunga adalah kebijakan yang mencerminkan kebijakan moneter yang ditetapkan oleh Bank Indonesia atau BI, pemerintah melalui BI akan mengontrol peredaran uang di masyarakat dengan menaikkan suku bunga. Suku bunga menggambarkan kondisi ekonomi di suatu negara, perekonomian negara yang baik digambarkan dengan semakin rendahnya tingkat bunganya (Yusfiarto 2020). Suku bunga yang tinggi menjadi sinyal negatif pada pengembalian saham. Kenaikan suku bunga membuat keuntungan perusahaan menurun, ini terjadi jika perusahaan memiliki utang di bank dan harus membayar lebih karena kenaikan bunga, sehingga nantinya ini akan menghambat pertumbuhan perusahaan. Ketika hal ini terjadi maka investor mengurangi investasi di pasar saham dan memindahkan investasi dalam bentuk tabungan atau deposito (Fahlevi 2019).

Kurs

Kurs adalah harga suatu mata uang negara yang dinyatakan dalam mata uang asing, misalnya USD/IDR diartikan sebagai jumlah Rupiah yang dibutuhkan dalam mendapatkan 1 USD. Perubahan kurs dipengaruhi oleh jumlah permintaan dan penawaran, jika permintaan uang lokal lebih rendah dari penawaran mata uang lokal maka dapat menyebabkan mata uang lokal melemah terhadap mata uang asing (Robiyanto et al., 2019). Mata uang yang terdepresiasi dapat berpengaruh pada harga saham, misalnya jika perusahaan berorientasi pada ekspor maka pendapatan perusahaan dapat meningkat dan kemudian menaikkan harga saham. Jika perusahaan tidak berorientasi pada ekspor maka berpotensi mengalami peningkatan biaya impor dan memungkinkan membuat pendapatan menurun sehingga berpotensi membuat harga saham turun (Bahmani-Oskooee dan Saha 2016). Jadi daya saing perusahaan dapat dipengaruhi oleh tingkat perubahan kurs dan berdampak pada harga saham

PENGEMBANGAN HIPOTESIS (KERANGKA KONSEPTUAL)

Inflasi dan volatilitas harga saham sektor keuangan

Nkoro dan Uko (2016) melakukan penelitian mengenai perubahan nilai tukar, volatilitas inflasi, dan volatilitas harga saham di Nigeria dengan menggunakan *Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity* (GARCH), hasil penelitian menunjukkan

bahwa mengemukakan bahwa volatilitas inflasi berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas harga saham di Nigeria. Stefanus dan Robiyanto (2020) dalam hasil penelitiannya menemukan bahwa inflasi berpengaruh negatif pada indeks sektor manufaktur. Penelitian yang dilakukan oleh Yulinda et al., (2020) menunjukkan bahwa inflasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap volatilitas harga saham. Ginting et al. (2016) juga melakukan penelitian mengenai pengaruh tingkat suku bunga, perubahan nilai tukar, dan inflasi terhadap harga saham dengan menggunakan analisis Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh negatif dan juga signifikan terhadap harga saham dalam sektor perbankan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H1: Inflasi berpengaruh negatif terhadap volatilitas harga saham sektor keuangan.

Suku bunga dan volatilitas harga saham sektor keuangan

Khalid dan Khan (2017) melakukan kajian mengenai efek dari variabel ekonomi makro dalam volatilitas pasar saham di Pakistan dengan menggunakan *Autoregressive Distributed Lag* (ARDL), hasil menunjukkan bahwa suku bunga berdampak negatif dan signifikan terhadap volatilitas pasar saham. Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Wahyudi dan Nabella (2020) melakukan penelitian dengan menggunakan metode *Error Correction Model* (ECM), penelitian tersebut mengenai dampak variabel makro ekonomi pada volatilitas pasar modal syariah Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam jangka waktu panjang dan dalam jangka waktu yang pendek kenaikan suku bunga akan membuat semakin tinggi volatilitas pasar modal syariah Indonesia. Stefanus dan Robiyanto, (2020) dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa BI rate berpengaruh negatif dan signifikan pada indeks sektor manufaktur. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi et al., (2017) menunjukkan bahwa suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan pada Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Dalam hasil penelitian Romli et al., (2017) juga menyatakan bahwa tingkat suku bunga memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas harga saham. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut.

H2: Suku bunga berpengaruh negatif terhadap volatilitas harga saham sektor keuangan.

Kurs dan volatilitas harga saham sektor keuangan

Beberapa penelitian yang dilakukan seperti Sikhosana dan Aye (2018) melakukan kajian dengan menggunakan *Multivariate Exponential Generalized Autoregressive Conditionally Heteroskedastic* (EGARCH) hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan

kurs berdampak negatif pada volatilitas pasar saham. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi et al., (2017) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh variabel ekonomi makro terhadap Jakarta Composite Index dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda, menunjukkan hasil bahwa perubahan kurs berpengaruh negatif dan juga signifikan terhadap IHSG. Mardiyati dan Rosalina (2013) juga melakukan penelitian pada pasar modal dengan menggunakan analisis *Ordinary Least Square*, hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan kurs memiliki efek negatif terhadap harga saham sektor properti. Dalam penelitian Nkoro dan Uko (2016) mengemukakan bahwa kurs berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas harga saham di Nigeria.

H3: Kurs berpengaruh negatif terhadap volatilitas harga saham sektor keuangan.

METODA

Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang melibatkan data harga penutupan bulanan *Index IDX Finance* (JKFINA) yang didapat dari Investing.com. Kemudian, data perubahan nilai tukar atau kurs, tingkat suku bunga, dan tingkat inflasi didapat dari situs resmi Bank Indonesia (BI), data yang diambil adalah data dari periode 1 Januari 2012 sampai 31 Desember 2019. Jangka waktu tersebut dipilih karena berdasarkan data dari *World Bank* pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2012 adalah 6,35 persen dan terus turun hingga tahun 2015 pertumbuhan yaitu ekonomi Indonesia bertumbuh 4,88 persen, sementara pada tahun 2016 hingga tahun 2018 pertumbuhan ekonomi mulai terjadi peningkatan. Pada tahun 2018 hingga saat ini terjadi peristiwa perang dagang yang melibatkan Amerika Serikat dan China. Akhir tahun 2019 terjadi pandemi Covid-19 yang membuat kondisi ekonomi negara di dunia memburuk.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini menggunakan *Index IDX Finance* (JKFINA), inflasi, suku bunga (SBIS), dan juga nilai tukar Rupiah per Dollar AS dengan menggunakan data bulanan periode 1 Januari 2012 sampai 31 Desember 2019. Berdasarkan keterangan tersebut, maka total keseluruhan sampel dari data *time series* bulanan adalah sebanyak 96 sampel.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini meneliti tingkat inflasi sebagai variabel independen yang dihitung dari setiap data bulanan, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Delta I_n = \left[\frac{IHK_n - IHK_{n-1}}{IHK_{n-1}} \right] \times 100\%$$

ΔI_n = Inflasi

IHK_n = Indeks Harga Konsumen bulan dasar

IHK_{n-1} = Indeks Harga Konsumen bulan sebelumnya

Variabel independen lainnya adalah tingkat suku bunga yang dihitung dari setiap data bulanan, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Delta SBIS = \left[\frac{SBIS_t - SBIS_{t-1}}{SBIS_{t-1}} \right] \times 100\%$$

$\Delta SBIS$ = Tingkat suku bunga (SBIS) yang diteliti pada bulan t

$SBIS_t$ = SBIS pada bulan t

$SBIS_{t-1}$ = SBIS pada bulan t-1

Variabel independen lainnya dalam penelitian ini adalah perubahan nilai tukar dari USD ke IDR, hal tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\Delta ER \left[\frac{ER_t - ER_{t-1}}{ER_{t-1}} \right]$$

ΔER = Tingkat perubahan USD terhadap perubahan nilai tukar Rupiah pada bulan t

ER_t = USD untuk perubahan nilai tukar Rupiah (IDR) pada bulan t (dalam IDR)

ER_{t-1} = USD untuk nilai tukar Rupiah (IDR) pada bulan t-1 (dalam IDR)

Dalam penelitian ini, return indeks sektor keuangan (JKFINA) akan diolah dalam menghasilkan Conditional Variance untuk mempresentasikan volatilitas indeks sektor keuangan. Return akan menggunakan data bulanan, berikut merupakan rumus return indeks sektor keuangan berikut:

$$\Delta \text{JKFINA} = \left[\frac{\text{JKFINA}_t - \text{JKFINA}_{t-1}}{\text{JKFINA}_{t-1}} \right]$$

Keterangan:

ΔJKFINA = Return Index IDX Finance (JKFINA) yang diteliti pada bulan t

JKFINA_t = Penutupan JKFINA pada bulan t

JKFINA_{t-1} = Penutupan JKFINA pada bulan t-1

Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan metode *Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedastic* (GARCH) dalam melihat pengaruh perubahan inflasi, suku bunga, dan perubahan nilai tukar atau kurs terhadap volatilitas harga saham sektor perusahaan keuangan (JKFINA). GARCH diciptakan untuk memperbaiki model *Autoregressive Conditional Heteroscedastic* (ARCH) yang dikembangkan oleh Ollerslev (1986 dan 1994). GARCH adalah suatu metode yang dapat memodelkan volatilitas yang berubah-ubah (Waharika et al., 2013). Metode GARCH dapat memodelkan varian residual yang tidak konsisten atau heteroskedastisitas (Yunita dan Robiyanto 2018). Dalam hal menyelesaikan residu heteroskedastisitas, maka model ini tepat jika digunakan (Robiyanto et al., 2017).

$$R_t = \beta + \Delta_1 IN_t + \Delta_2 ER_t + \Delta_3 SBIS_t + \sigma_t^2 + \varepsilon_t$$

$$\varepsilon_t = \phi_t \varepsilon_{t-1} + \dots + \phi_t \varepsilon_{t-q} + \eta_t$$

$$\eta_t = \sigma_t \varepsilon_t$$

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \alpha_1 \varepsilon_{t-1}^2 + \dots + \alpha_p \varepsilon_{t-p}^2 + \lambda_1 \sigma_{t-1}^2 + \dots + \lambda_q \sigma_{t-q}^2$$

Dimana, R_t merupakan volatilitas indeks sektor perusahaan keuangan, ΔIN_t adalah perubahan inflasi, ΔER_t adalah kurs, $\Delta SBIS_t$ adalah perubahan tingkat suku bunga, ε_t adalah standar error, σ_t^2 varian bersyarat, $\alpha_1 \varepsilon_{t-1}^2$ adalah komponen model *Autoregressive Conditional Heteroscedasticity* (ARCH), $\lambda_1 \sigma_{t-1}^2$ adalah komponen model *Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity* (GARCH).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Uji Deskriptif Statistik

Tabel 1 merupakan hasil dari uji deskriptif statistik dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel dengan mean tertinggi selama periode penelitian adalah suku bunga, sementara kurs merupakan variabel dengan mean paling rendah. Variabel dengan standar deviasi tertinggi adalah JKFINA, Ini menunjukkan bahwa JKFINA memiliki resiko terbesar dari pada variabel lainnya. Selama periode penelitian, mean dari kurs adalah 0,2800 persen lebih rendah dari inflasi yaitu 4,7000 persen dan suku bunga yakni sebesar 6,0100 persen, namun standar deviasi kurs lebih tinggi yaitu 0,0438, sedangkan standar deviasi inflasi yaitu 0,0177 dan suku bunga yaitu 0,0092. Ini berarti bahwa meskipun mean suku bunga dan inflasi lebih tinggi dari kurs, namun kurs memiliki resiko yang lebih tinggi dari pada inflasi dan suku bunga.

Tabel 1. Hasil uji Statistik

Variabel	Minimal	Maksimal	Mean	Standar Deviasi
Volatilitas JKFINA	-0,4010	0,1130	0,0051	0,0771
Inflasi	0,0248	0,0879	0,0470	0,0177
Suku Bunga	0,0382	0,0722	0,0601	0,0092
Kurs	-0,2610	0,0630	0,0028	0,0438

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil Uji Stasioneritas

Uji stasioneritas pada penelitian ini menggunakan Augmented Dickey-Fuller (ADF). Tabel 2 adalah hasil dari uji *Augmented Dickey-Fuller* (ADF). Berdasarkan pada Tabel 2 dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel signifikan pada tingkat 1 persen yang menunjukkan bahwa variabel JKFINA, inflasi, suku bunga, dan kurs adalah stasioner. Kemudian, semua variabel dapat diuji dengan menggunakan analisis GARCH.

Tabel 2. Hasil uji Stasioneritas

Variabel	ADF-Statistik	Probabilitas	Hasil
Volatilitas JKFINA	-1,2148	0,0001	Stasioner
Inflasi	-2,9566	0,0428	Stasioner
Suku Bunga	-3,1177	0,0286	Stasioner
Kurs	-3,3328	0,0165	Stasioner

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil Analisis GARCH

Tabel 3 menunjukkan hasil dari analisis GARCH, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas dari variabel independen yaitu inflasi, suku bunga, dan kurs lebih kecil dari $\alpha=1\%$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki efek signifikan pada volatilitas harga saham sektor keuangan (JKFINA). Signifikansi pada ARCH dan GARCH dapat dilihat dari nilai probabilitas yaitu 0,000 yang mana hal tersebut lebih kecil dari $\alpha=1$ persen, itu juga berarti bahwa kesalahan prediksi JKFINA dipengaruhi oleh residual periode sebelumnya. Pada tabel 3 juga menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-squared* adalah 0,2015, hal itu berarti bahwa 20,15 persen volatilitas harga saham sektor keuangan (JKFINA) selama periode penelitian dapat dijelaskan pada variabel inflasi, suku bunga, dan kurs dan sisanya yaitu 79,85 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan pada *variance equation* dapat dilihat bahwa probabilitas GARCH menunjukkan nilai yang signifikan dan ini berarti bahwa model penelitian mengikuti pola GARCH.

Tabel 3. Hasil analisis GARCH

Variabel Independen	Koefisien	Standar Error	Z-Statistik	Probabilitas
C	1,2363	0,0173	71,4892	0,0000
Inflasi	-2,1336	0,1499	-14,2301	0,0000
Suku Bunga	-1,6726	0,2706	-6,1805	0,0000
kurs	-1,1818	0,0157	-11,5709	0,0000
<i>Variance Equation</i>				
RESID (-1) ²	2,4605	0,3876	6,3476	0,0000
GARCH (-1)	-0,0398	0,0194	-2,0498	0,0404
<i>Adjusted R-squared</i>			0,2015	

Sumber: Data Diolah (2020)

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama mengenai inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan harga saham sektor perusahaan keuangan diterima karena memiliki nilai koefisien -14,2301 dan probabilitas 0,0000, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kenaikan inflasi akan membuat laba perusahaan menurun karena biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku juga meningkat, inflasi yang meningkat juga membuat daya beli masyarakat menurun. Akibat lain dari kenaikan inflasi pada pasar saham yaitu meningkatnya inflasi akan membuat investor merasa tidak aman jika berinvestasi dan akibatnya dapat membuat minat investasi

menurun dan akan berdampak pada penurunan harga saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nkoro dan Uko (2016), Stefanus dan Robiyanto (2020), serta Ginting et al., (2016), dengan hasil penelitian bahwa inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap IHSG.

Hipotesis kedua mengenai suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan harga saham sektor perusahaan keuangan diterima karena memiliki nilai koefisien -6,1805 dan probabilitas 0,0000, hal ini diindikasikan bahwa kenaikan suku bunga membuat perusahaan harus membayar lebih atas pinjaman di bank, dan ini juga berpengaruh pada penurunan laba perusahaan, selain itu kenaikan suku bunga dapat memicu minat investor memindahkan investasi dalam bentuk deposito dan tabungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khalid dan Khan (2017), dan Wahyudi et al., (2017) dengan hasil penelitian bahwa suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap IHSG.

Hipotesis ketiga mengenai perubahan kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan harga saham sektor perusahaan keuangan diterima karena memiliki nilai koefisien -11,5709 dan probabilitas 0,0000, hal ini diindikasikan bahwa jika kurs Rupiah mengalami depresiasi maka membuat biaya impor bahan baku dan juga meningkatkan jumlah rupiah yang akan digunakan perusahaan dalam melunasi hutang. Pelemahan nilai Rupiah membuat profitabilitas perusahaan menurun dan ini akan berdampak pada peningkatan sentimen negatif investor dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nkoro dan Uko (2016) yang mana kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volatilitas saham di Nigeria.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa volatilitas harga saham sektor perusahaan keuangan (JKFINA) dipengaruhi oleh inflasi, suku bunga, dan kurs. Berdasarkan analisis GARCH inflasi, suku bunga, dan kurs. berpengaruh negatif dan signifikan terhadap volatilitas harga saham sektor perusahaan keuangan (JKFINA). Penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi bagi investor. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu variabel yang digunakan adalah variabel umum dalam menentukan volatilitas harga saham. Disarankan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan indeks sektor lain misalnya sektor properti, pertanian, pertambangan, serta aneka industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, G., Hammoudeh, S., Shahzad, S. J. H., Wang, S., dan Wei, Y. 2019. Return and Volatility Connectedness between Stock Markets and Macroeconomic Factors in the G-7 Countries. *Journal of Systems Science and Systems Engineering* 28(1): 1–37. <https://doi.org/10.1007/s11518-018-5371-y>
- Agustina, dan Sumartio, F. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pergerakan Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* 4(1): 5161. <https://www.mikroskil.ac.id/ejurnal/index.php/jwem/article/view/213>
- Asih Ni Wayan Sri, dan Akbar, M. 2016. Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar (Kurs) dan Pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Studi Kasus Pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 17(1): 43–52. <http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/269>
- Bahmani-Oskooee, M., dan Saha, S. 2016. Do Exchange Rate Changes Have Symmetric or Asymmetric Effects on Stock Prices? *Global Finance Journal* 31: 1–28. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2016.06.005>
- Danial, R. D., dan Rikumahu, B. 2018. Pengaruh volatilitas Nilai Tukar, IDR-USD, Terhadap Return Saham di Bursa Efek Indonesia : Penerapan Model GRACH. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Fakultas Bisnis UKDW* 14(2): 95–103. <http://e-journalfb.ukdw.ac.id/index.php/jrak/article/view/327>
- Dewi, N. M. A. K., dan Suaryana, I. G. N. A. 2016. Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Leverage, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Volatilitas Harga Saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 17(2): 1112–1140. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/20226>
- Ernayani, R. 2015. Pengaruh Kurs Dolar, Indeks Dow Jones dan Tingkat Suku Bunga SBI Terhadap IHSG (Periode Januari 2005 – Januari 2015). *JST (Jurnal Sains Terapan)* 1(2): 108–115. <https://doi.org/10.32487/jst.v1i2.98>
- Fahlevi, M. 2019. The Influence of Exchange Rate, Interest Rate and Inflation on Stock Rice Of LQ45 Index in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* 343: 157–163. <https://doi.org/10.2991/icas-19.2019.34>
- Ginting, M., Topowijono, T., dan Sulasmiyati, S. 2016. Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Nilai Tukar dan Inflasi Terhadap Harga Saham (Studi Pada Sub-Sektor Perbankan di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis* 35(2): 77–85. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1371>
- Hassan, M. F. 2016. Impact of Inflation on Stock Returns in Banks and Financial Services Sector in Saudi Stock Exchange. *Journal of American Arabic Academy for Sciences and Technology* 7(23): 179–191. <https://doi.org/10.12816/0036828>
- Husnul, H. M., Hidayat, R. R., dan Sulasmiyati, S. 2017. Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs (IDR/USD), Produk Domestik Bruto dan Harga Emas Dunia Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Administrasi Bisnis* 53(1): 66–74. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2183>
- Ilimiyono, A. F. 2017. Pengaruh Kinerja Keuangan dan Faktor Ekonomi Makro dalam Memprediksi Volatilitas Harga Saham Perusahaan Subsektor Industri Food and Beverages. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)* 3(1): 35–48. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v3i1.432>
- Kennedy, P. S. J., dan Hayrani, R. 2018. Pengaruh Faktor-Faktor Ekonomi Makro: Inflasi, Kurs, Harga Minyak, dan Harga Bahan Bangunan Terhadap Harga Saham Perusahaan Properti di BEL.

- Jurnal Mitra Manajemen 2(1): 1-12. <http://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69>
- Kewal, S. S. 2012. Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs, dan Pertumbuhan PDB Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Economia* 8(1): 53-64. <https://doi.org/10.21831/economia.v8i1.801>
- Khalid, W., dan Khan, S. 2017. Effects of Macroeconomic Variables on The Stock Market Volatility: The Pakistan Experience. *International Journal of Econometrics and Financial Management*, 5(2), 42-59. <https://doi.org/10.12691/ijefm-5-2-4>
- Kohar, A., Ahmar, N., dan Suratno. 2018. Sensitivitas Faktor Ekonomi Makro dan Mikro dalam Memprediksi Volatilitas Harga Saham Perusahaan Sektor Industri Food dan Beverages. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi* 4(14): 85-100. <https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001>
- Listriono, K., dan Nuraina, E. 2015. Peranan Inflasi, BI Rate, Kurs Dollar (USD/IDR) Dalam Mempengaruhi Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Dinamika Manajemen* 6(1): 73-83. <https://doi.org/10.15294/jdm.v6i1.4298>
- Mardiyati, U., dan Rosalina, A. 2013. Analisis Pengaruh Nilai Tukar, Tingkat Suku Bunga dan Inflansi Terhadap Indeks Harga Saham. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 4(1): 1-15. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/775>
- Montes, G. C., dan Nicolay, R. T. da F. 2015. Central Bank's Perception on Inflation and Inflation Expectations of Experts : Empirical Evidence from Brazil. *Journal of Economic Studies* 42(6): 114-1158. <https://doi.org/10.1108/JES-07-2014-0116>
- Nkoro, E., dan Uko, A. K. (2016). Exchange Rate and Inflation Volatility and Stock Prices Volatility : Evidence from Nigeria 1986-2012. *Journal of Applied Finance and Banking* 6(6): 57-70. http://www.scienpress.com/Upload/JAFB%2FVol_6_6_4.pdf
- Nofiatin, I. 2013. Hubungan Inflasi, Suku Bunga, Produk Domestik Bruto, Nilai Tukar, Jumlah Uang Beredar, dan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) periode 2005-2011. *Jurnal Aplikasi Manajemen* 11(2): 215-222. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/563>
- Purnamawati, I. G. A. 2016. The Effect of Capital Structure and Profitability on Stock Price (Study Of The Manufacturing Sector in Indonesia Stock Exchange). *International Journal of Business, Economics and Law* 9(1): 10-16. https://www.ijbel.com/wp-content/uploads/2016/05/K9_52.pdf
- Robiyanto, R. 2018. The Effect of Gold Price Changes, USD/IDR Exchange Rate Changes and Bank Indonesia (BI) Rate on Jakarta Composite Index (JcCI's Return and Jakarta Islamic Index (JII)'s return. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 20(1): 45-52. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.45-52>
- Robiyanto, R., Santoso, M. A., Atahau, A. D. R., dan Harijono, H. 2019. The Indonesia Stock Exchange and its Dynamics: An Analysis of the Effect of Macroeconomic Variables. *Montenegrin Journal of Economics* 15(4): 59-73. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2019.15-4.5>
- Robiyanto, R., Wahyudi, S., dan Pangestuti, I. R. D. 2017. The Volatility-Variability Hypotheses Testing and Hedging Effectiveness of Precious Metals for the Indonesian and Malaysian Capital Markets. *Gadjah Mada International Journal of Business* 19(2): 167-192. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.26260>
- Romli, H., Wulandari, M. F., dan Pratiwi, T. S. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volatilitas Harga Saham pada PT Waskita Karya Tbk. *Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini* 8(01): 1-5. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/281>
- Sari, W. I. 2019. Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga SBI, Nilai Tukar Terhadap Return LQ45 dan Dampaknya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

- Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi) 3(1): 65.
<https://doi.org/10.32493/skt.v3i1.3263>
- Selpiana, K. R., dan Badjra, I. B. 2018. Pengaruh Kebijakan Dividen, Nilai Tukar, Leverage, dan Firm Size Terhadap Volatilitas Harga Saham. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 7(3): 1682. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p20>
- Sikhosana, A., dan Aye, G. C. 2018. Asymmetric Volatility Transmission between the Real Exchange Rate and Stock Returns in South Africa. *Economic Analysis and Policy* 60: 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2018.08.002>
- Sonatan, J. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inflasi di Indonesia Periode 2009:4-2014:2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya* 4(1): 1–13. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/1241>
- Stefanus, A. C., dan Robiyanto, R. 2020. Pengaruh Tingkat Inflasi, Tingkat Suku Bunga BI, dan Nilai Tukar USD-IDR Terhadap Perubahan Harga Saham Sektor Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *International Journal of Social Science and Business* 4(2): 182–188. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.22484>
- Sunardi, N., Nurmillah, L., dan Ula, R. 2017. Pengaruh BI Rate, Inflasi dan Kurs Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). *Jurnal Sekuritas* 1(2): 27–41. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SKT/article/view/745>
- Suniarti, L. 2013. Analisis Faktor Fundamental yang Mempengaruhi Volatilitas Harga Saham (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Index LQ45 Periode Tahun 2008-2017). *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–1699. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmdb/article/view/28111>
- Syahri, A., dan Robiyanto, R. 2020. The Correlation of Gold, Exchange Rate, and Stock Market on Covid-19 Pandemic Period. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 24(3): 350–362. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v24i3.4621>
- Waharika, K. D., Asih, N. M., dan Awya, I. 2013. Menaksir Value At Risk (VAR) Portofolio Pada Indeks Saham Dengan Metode Penduga Volatilitas Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedastic (GARCH). *E-Jurnal Matematika* 2(1): 14–18. https://www.researchgate.net/publication/319060258_menaksir_value_at_risk_var_portofolio_pada_indeks_saham_dengan_metode_penduga_volatilitas_garch
- Wahyudi, R. N., Asdar, M., dan Nohong, M. 2017. The Influence of Macroeconomic Variables Toward Jakarta Composite Index on Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika* 14(2): 131–148. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26487/jbmi.v14i2.2164>
- Wahyudi, S. T., dan Nabella, R. S. 2020. Dampak Variabel Makroekonomi pada Volatilitas Pada Pasar Modal Syariah Indonesia: Pendekatan Model Error Correction. *Buletin Studi Ekonomi* 25(2): 235–248. <https://doi.org/10.24843/bse.2020.v25.i02.p04>
- Wijayaningsih, R., Rahayu, S., dan Saifi, M. 2016. Pengaruh BI Rate, Fed Rate, dan Kurs Rupiah Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) (Studi pada Bursa Efek Indonesia periode 2008-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 33(2): 69–75. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1302>
- Yudianto, I., Muharam, H., dan Sugiono, S. 2018. The Effect of Inflation, USD and Yuan Exchange Rate, Crude Oil WTI And ICP to Indices Sectoral Returns in Indonesian Stock Exchange. *Jurnal Bisnis Strategi* 27(1): 63. <https://doi.org/10.14710/jbs.27.1.63-78>
- Yulinda, E., Pujiastuti, T., dan Haryono. 2020. Analisis Pengaruh Dividend Payout Ratio, Leverage, Firm Size, Volume Perdagangan, Earning Volatility dan Inflasi Terhadap Volatilitas Harga Saham Pada Perusahaan yang Terdaftar Dalam Indeks LQ45 Tahun 2014-2017. *Journal of Chemical Information and Modeling* 5(5): 76–83. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i5.1106>

- Yunita, Y., dan Robiyanto, R. 2018. The Influence Of Inflation, BI Rate, and Exchange Rate Changes to the Financial Stock Price Index Return In the Indonesia Stock Market. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 20(2): 80–86. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.2.80>
- Yusfiarto, R. 2020. Micro Macro Economics Fundamental Factors and Indonesia Stock Exchange Return. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1): 221–231. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/EkBis.2019.3.1.1183>

PENGARUH VARIABEL MAKROEKONOMI TERHADAP RETURN DAN VOLATILITAS IHSG

Hizkisevia Ayu Cahyapuspita³⁰

Robiyanto Robiyanto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study designed to see how the Dow Jones index variable effect, as well as macroeconomic variables such as exchange rates, world oil prices using the World Texas Intermediate standard, and gold prices on the return and volatility of the Composite Stock Price Index from 2013 to 2017. Some studies previously studied the effect of macroeconomic variables on limited volatility. It is interesting to study because volatility reflects the existing stock price, if the volatility is high, the level of fluctuation is relatively high, on the other hand, low volatility will get a high return. This study uses the analysis technique of the Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity (GARCH). The results of the test prove that the Dow Jones has a positive and insignificant effect on the return JCI, and has a significant negative effect on the volatility of the JCI. The exchange rate has a significant negative effect on the return of the JCI, and a positive and insignificant effect on the volatility of the JCI. Meanwhile, crude oil has a positive and insignificant effect on the return JCI, and has a significant negative effect on the volatility of the JCI. The last variable, gold has a positive and insignificant effect on the return JCI, and has a significant negative effect on volatility.

Keywords: Return, volatility, Dow Jones Index, exchange rate (USD/IDR), crude oil, gold price.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel indeks Dow Jones, serta variabel makro ekonomi seperti nilai tukar, harga minyak dunia dengan menggunakan standar World Texas Intermediate, serta harga emas terhadap tingkat return dan volatilitas Indeks Harga Saham Gabungan dari periode 2013 sampai 2017. Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh variabel makro ekonomi dengan volatilitas masih terbatas. Hal tersebut menarik untuk diteliti dikarenakan volatilitas mencerminkan harga saham yang ada, jika volatilitas tinggi maka tingkat fluktuasi relatif tinggi, sebaliknya juga volatilitas rendah maka akan mendapatkan return yang tinggi. Pada studi ini menggunakan teknik analisis dari Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity (GARCH). Hasil dari pengujian membuktikan bahwa Dow Jones memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap return IHSG, dan berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap return IHSG, dan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap volatilitas IHSG. Sedangkan minyak mentah memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap return IHSG, dan berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Variabel terakhir yaitu emas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap return IHSG, dan berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas.

Kata kunci: Return, volatilitas, indeks Dow Jones, nilai tukar (USD/IDR), minyak mentah, emas.

³⁰212017138@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Pasar modal adalah wadah atau tempat dimana para investor yang memiliki dana hendak menyalurkan dananya untuk di investasikan di perusahaan atau pihak yang memerlukan dana. Perusahaan yang memerlukan dana dapat menerbitkan saham. Dalam dunia pasar modal tentu saja tidak dapat terlepas dari kondisi perekonomian makro. Semakin sehat pasar modal, semakin sehat perekonomian negara begitu juga dengan sebaliknya (Robiyanto et al., 2019). Analisis ekonomi memiliki integrasi yang sangat kuat terhadap keadaan pasar modal (Kudal, 2012).

Menurut Mamahit et al. (2019), dalam perdagangan saham setiap harinya, harga-harga saham mengalami fluktuasi dan membentuk sebuah harga saham dari supply dan demand atas saham tersebut. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *supply* dan *demand*, seperti bagaimana kinerja perusahaan tersebut dan perusahaan tersebut bergerak dalam industri apa, serta faktor ekonomi secara makro, maupun faktor non-ekonomi seperti kondisi sosial dan politik (www.idx.co.id). Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) seringkali digunakan para investor untuk melihat bagaimana kondisi harga saham secara keseluruhan, apakah saham yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia bergerak naik atau turun (Robiyanto et al., 2019). IHSG mencatat sebuah informasi kinerja dan pergerakan pasar saham, sehingga IHSG membentuk cerminan kinerja saham gabungan yang ada di pasar (Tandelilin, 2017).

Dalam dunia pasar modal tidak hanya menganalisis kondisi perekonomian makro, para investor juga memperhatikan beberapa faktor seperti tingkat risiko dan *return* yang didapatkannya, serta tingkat volatilitas IHSG. Penelitian Surbakti et al. (2016), mengatakan bahwa dalam berinvestasi ada faktor yang dipertimbangkan oleh investor yaitu risiko dan *return*. *Return* atau pengembalian disebut juga sebagai keuntungan yang hendak didapatkan oleh investor, investor yang memiliki keberanian dalam mengambil risiko akan mendapatkan *return* yang lebih tinggi. Tingkat *return* yang didapatkan dipengaruhi oleh bagaimana kondisi perekonomian makro. Sedangkan tingkat volatilitas dapat mencerminkan harga saham yang ada, dikarenakan volatilitas merupakan pengukuran statistik fluktuasi dari harga saham pada periode tertentu (Purbawati & Dana, 2016). Jika memiliki volatilitas yang tinggi, menandakan bahwa memiliki fluktuasi yang relatif tinggi, lalu diikuti dengan volatilitas yang rendah dan *return* yang tinggi (Surbakti et al., 2016).

Menurut Dirga et al. (2016) perkembangan dari sektor investasi seperti saham, itu merupakan penopang dari pertumbuhan ekonomi. Perekonomian makro merupakan salah

satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat *return* dan volatilitas IHSG diantaranya seperti, indeks Dow Jones, nilai tukar rupiah terhadap dollar, harga minyak dunia, dan harga emas. Robiyanto et al. (2019) mengemukakan bahwa kondisi pasar modal Indonesia pada instrumen saham yang mempengaruhi IHSG, dipengaruhi terhadap naik turunnya pergerakan nilai tukar, harga minyak mentah, dan indeks bursa utama di Amerika Serikat yaitu indeks Dow Jones. Penelitian yang dilakukan oleh Handiani (2014) mengatakan bahwa harga emas dunia, harga minyak dunia, dan nilai tukar USD/IDR terdapat pengaruh secara positif terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. Selain itu Indeks Dow Jones dalam penelitian Deitiana & Stella (2009) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap IHSG. Robiyanto (2018) juga menyatakan pergerakan harga saham dipengaruhi oleh harga minyak, dikarenakan minyak adalah sumber energi dari berbagai industri.

Menurut Ghiffari et al. (2018), naik turunnya Bursa Efek New York memiliki respon searah terhadap investor dan pelaku pasar di Bursa Efek Indonesia. Gerak pertumbuhan ekonomi pada negara yang sudah maju mempunyai korelasi atau hubungan dengan negara berkembang. Indeks Dow Jones adalah salah satu indeks tertua di Amerika Serikat yang mencerminkan kinerja ekonominya (Robiyanto, 2018a). Pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari pergerakan indeksnya, jika indeks Dow Jones mengalami pergerakan meningkat, maka perekonomian di Amerika Serikat juga meningkat, begitu juga dengan sebaliknya. Hubungan Indonesia dengan Amerika salah satunya yaitu sebagai tujuan ekspor, jika negara Amerika mengalami keadaan pertumbuhan ekonomi yang baik, maka pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga meningkat dikarenakan dari kegiatan ekspor, investasi langsung, maupun investasi pada pasar modal di Indonesia (Jayanti, 2014).

Variabel makroekonomi yang lain seperti nilai tukar antara mata uang suatu negara dengan mata uang negara yang lain. Salah satunya yaitu Dolar Amerika dengan Rupiah, yang digunakan untuk bertransaksi dalam perdagangan, maupun untuk investasi. Nilai tukar USD/IDR termasuk dalam salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap IHSG, dikarenakan jika nilai tukar USD/IDR menguat, maka investor akan memilih untuk berinvestasi dalam bentuk USD dibandingkan dengan saham, begitu juga sebaliknya (Handiani, 2014). Faktor tersebut dapat mempengaruhi pergerakan naik atau turunnya IHSG.

Harga minyak dunia juga termasuk hal yang mempengaruhi pergerakan IHSG. Terdapat pengaruh yang negatif dari kenaikan harga minyak terhadap pasar modal di Indonesia, dikarenakan Indonesia adalah importir minyak bumi, maka dari itu minyak bumi

dapat berpengaruh negatif terhadap keseimbangan makroekonomi (Robiyanto, 2018a). Peningkatan harga minyak secara global akan mendorong kenaikan harga saham pada sektor pertambangan, kenaikan dari saham pertambangan akan mempengaruhi peningkatan IHSG (Kurniawan, 2012).

Pada penelitian ini juga akan meneliti bagaimana pengaruh harga emas terhadap IHSG. Emas termasuk barang yang disukai oleh investor dikarenakan risikonya yang rendah (Handiani, 2014). Risiko yang rendah, tidak terpengaruh oleh inflasi, serta memiliki nilai yang tinggi itu membuat investor tertarik untuk berinvestasi emas. Menurut Handiani (2014), ketertarikan yang lebih terhadap emas akan membuat kondisi pergerakan IHSG menjadi menurun dikarenakan banyak investor akan menjual sahamnya dan lebih memilih untuk berinvestasi emas, begitu juga dengan sebaliknya.

Berdasarkan apa yang sudah dipaparkan dari hasil penelitian yang terdahulu, banyak sekali penelitian yang memaparkan tentang hubungan pengaruh variabel makroekonomi dengan tingkat *return* IHSG. Penelitian cenderung mengkaji variabel yang mempengaruhi *return*, sedangkan penelitian tentang volatilitas masih terbatas. Variabel volatilitas perlu ditambahkan dalam penelitian dikarenakan mencerminkan harga saham yang ada, jika suatu saham memiliki volatilitas tinggi maka tingkat fluktuasi relatif tinggi, sebaliknya jika volatilitas rendah maka akan mendapatkan *return* yang tinggi. Keadaan yang dialami oleh makro ekonomi juga berpengaruh terhadap volatilitas saham, dikarenakan kondisi naik atau turunnya makro ekonomi mempengaruhi kegiatan operasi sebuah perusahaan (Surbakti et al., 2016). Oleh karena itu, pada penelitian ini akan meneliti bagaimana pengaruh dari variabel makroekonomi dengan *return* dan volatilitas IHSG. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel makroekonomi, serta menambah literatur baru mengenai *return* dan volatilitas IHSG.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Return IHSG

Return saham merupakan keuntungan yang didapatkan dari selisih antara harga jual dan harga beli saham. Investor terkadang dalam melakukan investasi melihat tingkat *return* yang bisa didapatkan. *Return* yang akan didapatkan oleh investor dapat berupa capital gain/ loss dan dividen (Tandelilin, 2017). *Return* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{t-(t-1)}{(t-1)}$$

Keterangan :

R = *Return* saham.

t = Harga saham pada periode t.

t-1 = Harga saham pada periode sebelumnya.

Menurut Surbakti et al. (2016) *return* dan risiko pada saham memiliki hubungan positif, dikarenakan jika besarnya keuntungan yang diharapkan tinggi, maka risiko yang diperoleh juga semakin besar, begitu juga dengan sebaliknya.

Volatilitas IHSG

Volatilitas IHSG biasanya terjadi karena pasar modal sangat berhubungan dengan kondisi makroekonomi. Volatilitas akan menimbulkan risiko serta ketidakpastian yang besar, pasar yang *volatile* akan membuat perusahaan sulit dalam menaikkan modalnya di pasar modal (Kartika, 2003).

Dalam penelitian Mamahit et al., (2019) perkembangan pasar modal Indonesia secara keseluruhan menunjukkan kinerja dan pertumbuhan yang positif, dikarenakan IHSG mengalami tren kenaikan dan memiliki volatilitas yang cukup terjaga. Volatilitas adalah perhatian utama para investor

Indeks Dow Jones

Menurut Kurniawan, (2012) indeks Dow Jones adalah indeks tertua yang terdapat di Amerika, dan dikeluarkan pada 26 Mei 1896 oleh editor *Wall Street Journal* dan *Dow Jones & Company*. Indeks Dow Jones sendiri termasuk dalam rata-rata indeks saham dari 30 perusahaan industri yang terdapat di Amerika (Sumantyo & Sutanto, 2019). Pada tahun 2007 Amerika Serikat memiliki perekonomian terkuat di dunia dengan kontribusi 20-30% dari omset dunia dan mempunyai tingkat Produk Domestik Bruto (PDB) dunia sebesar 20% (Robiyanto et al., 2019). Oleh karena itu Amerika Serikat mempunyai pengaruh yang besar terhadap ekonomi di negara-negara yang lain, serta pengaruh kegiatan ekonomi yang terjadi antar negara yang saling berhubungan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2012), indeks Dow Jones berpengaruh secara signifikan terhadap IHSG. Robiyanto et al. (2019) meneliti bahwa indeks Dow Jones berpengaruh positif terhadap IHSG, dikarenakan jika indeks Dow Jones menguat maka IHSG juga menguat, begitu juga dengan sebaliknya. Menurut Surbakti et al. (2016) variabel Dow Jones terhadap volatilitas IHSG memiliki pengaruh yang positif signifikan, dikarenakan globalisasi dan hubungan ekonomi antar negara yang terkait memungkinkan adanya hubungan volatilitas. Sedangkan pada penelitian Ghiffari et al.

(2018), mengemukakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara indeks Dow Jones terhadap IHSG.

H1a : Dow Jones berpengaruh positif terhadap return IHSG.

H1b : Indeks Dow Jones berpengaruh positif terhadap volatilitas IHSG.

Nilai Tukar (USD/ IDR)

Nilai tukar adalah nilai mata uang negara tertentu yang dapat ditukarkan dengan mata uang negara yang lain. Pada penelitian ini akan menggunakan nilai tukar dari Rupiah terhadap US Dollar. Nilai tukar sendiri bergantung terhadap tingkat permintaan dan penawaran, jika permintaan Rupiah lebih rendah dari *supply* Rupiah maka akan terjadi depresiasi terhadap US Dollar (Robiyanto et al., 2019).

Perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia banyak yang masih bergantung terhadap bahan baku impor luar negeri, oleh karena itu jika nilai mata uang mengalami depresiasi, maka harga bahan baku akan mengalami kenaikan harga. Kenaikan dari harga bahan baku akan mengakibatkan kenaikan biaya produksi, sehingga mengurangi tingkat laba pada perusahaan (Kurniawan, 2012). Pada kondisi tersebut investor cenderung akan menjual saham-sahamnya pada perusahaan yang tingkat labanya menurun, sehingga akan berpengaruh terhadap pergerakan IHSG yang menurun.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2012), nilai tukar USD/ IDR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap IHSG, setiap kenaikan satu Rupiah terhadap US Dollar akan mengakibatkan penurunan yang negatif terhadap saham. Sedangkan pada penelitian Robiyanto et al. (2019) ada pengaruh negatif terhadap IHSG, dikarenakan jika nilai tukar Rupiah terhadap dollar melemah akan menyebabkan IHSG melemah, begitu juga dengan sebaliknya, jika terjadi apresiasi Rupiah terhadap US Dollar maka IHSG menguat, kondisi ini membuat investor akan tertarik untuk berinvestasi pada saham. Pada penelitian Robiyanto (2018b) menunjukkan bahwa nilai tukar USD/ IDR berpengaruh negatif signifikan terhadap *return* IHSG.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Surbakti et al., (2016) menyatakan bahwa variable nilai tukar berpengaruh positif terhadap volatilitas *return* IHSG.

H2a : Nilai tukar (USD/ IDR) berpengaruh negatif terhadap return IHSG.

H2b : Nilai tukar (USD/ IDR) berpengaruh negatif terhadap volatilitas IHSG.

Harga Minyak Dunia

Kurniawan, (2012) mendefinisikan harga minyak dunia adalah harga dari minyak mentah dunia yang diukur dengan harga spot pasar minyak dunia, dengan menggunakan

standar *West Texas Intermediate* atau *Brent*. Perdagangan minyak mentah yang terdapat pada *West Texas Intermediate*, adalah minyak mentah jenis *light weight* dengan kadar belerang yang rendah oleh sebab itu minyak mentah tersebut memiliki kualitas yang tinggi.

Sumantyo & Sutanto (2019) berpendapat bahwa harga minyak dunia adalah harga minyak yang dijual ke luar negeri yang dapat mempengaruhi kondisi perekonomian Indonesia, kondisi tersebut mempengaruhi Indonesia karena adanya kegiatan impor minyak untuk konsumsi rumah tangga dan industri.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2012), harga minyak dunia tidak berpengaruh terhadap IHSG. Penelitian yang dilakukan Robiyanto et al. (2019) harga minyak mentah mempunyai pengaruh positif terhadap IHSG.

H3a : Harga minyak dunia berpengaruh positif terhadap return IHSG

H3b : Harga minyak dunia berpengaruh positif terhadap volatilitas IHSG

Harga Emas

Emas merupakan salah satu dari aset *real* yang dapat diinvestasikan, serta merupakan logam mulia yang masuk ke dalam komoditas dan aset yang berpengaruh terhadap perekonomian. Emas juga dapat digunakan sebagai penyimpan kekayaan dikarenakan nilainya dapat diterima secara universal dan sebagai standar keuangan banyak orang (Robiyanto, 2018b). Emas juga termasuk aset yang memiliki risiko yang rendah dan cenderung stabil (Kurniawan, 2012), maka dari itu jika emas mengalami kenaikan investor cenderung memilih untuk berinvestasi pada emas dari pada pasar modal. Kondisi ini menyebabkan menurunnya Indeks Harga Saham Gabungan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2012), harga emas dunia berpengaruh secara signifikan terhadap IHSG. Penelitian yang dilakukan oleh Robiyanto (2018b) memaparkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap harga emas dalam mata uang Rupiah.

H4a : Harga emas berpengaruh positif terhadap return IHSG.

H4b : Harga emas berpengaruh positif terhadap volatilitas IHSG

METODA

Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini data yang akan digunakan yaitu data sekunder dari penutupan harian dari pasar modal, nilai tukar USD/ IDR, harga komoditas minyak dunia (WTI), dan harga emas dalam periode 2013 hingga periode 2017. Data pasar modal yang akan

digunakan pada penelitian ini adalah data penutupan harian dari IHSG pada Bursa Efek Indonesia dan indeks Dow Jones pada Bursa Efek New York (NYSE).

Data penutupan pasar modal harian, dan harga emas akan di ambil dari *Investing*. Penutupan nilai tukar USD/ IDR yang akan digunakan adalah kurs tengah dan diperoleh dari www.bi.go.id. Sedangkan untuk data penutupan harian pada minyak mentah *World Texas Intermediate* diperoleh dari Administrasi Informasi Energi A.S.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh data *time series* penutupan harian yang meliputi Indeks Harga Saham Gabungan, indeks Dow Jones, nilai tukar USD/IDR, harga minyak mentah dunia, serta harga emas periode Januari 2013 – Desember 2017 yaitu sebanyak 1183 hari.

Definisi Operasional Variabel

Return saham memiliki pengertian yaitu keuntungan yang kita dapat pada saat harga saham yang akan kita jual lebih tinggi dari pada harga saat kita membeli saham tersebut, dari selisih harga beli dan harga jual tersebut kita bisa mendapat keuntungan atau yang biasa disebut *return*. *Return* ini sangat berperan penting bagi para investor untuk menentukan dimanakah mereka akan menanamkan modalnya atau lebih tepatnya membeli saham. Perusahaan dengan tingkat *return* yang lebih tinggi biasanya akan dipilih oleh para investor untuk menanamkan modalnya dikarenakan keuntungan yang dihasilkan juga semakin besar.

Volatilitas memiliki pengertian perubahan harga suatu saham pada rentang waktu tertentu, tingkat risiko yang dialami oleh para investor biasanya digambarkan melalui volatilitas IHSG

Dow Jones Industrial Average merupakan indikator 30 perusahaan yang berbeda-beda yang berasal dari berbagai sektor yang terdapat di bursa saham Amerika. Ke 30 perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang memimpin pasar pada masing-masing sektor.

Nilai tukar atau yang biasa kita sebut sebagai kurs memiliki arti sebuah nilai mata uang asing yang dinyatakan dalam mata uang domestik atau sebaliknya. Perubahan nilai pada penelitian ini di hitung menggunakan

$$\Delta ER = \frac{ER(t) - ER(t-1)}{ER(t-1)}$$

Keterangan:

- ΔER = Perubahan USD terhadap kurs Rupiah
- $ER(t)$ = USD untuk nilai tukar Rupiah di t periode
- $ER(t-1)$ = USD untuk nilai tukar Rupiah pada t- periode

Minyak WTI atau West Texas Intermediate adalah minyak berkualitas tinggi yang mudah untuk diolah menjadi bahan bakar seperti bensin. Cara mengolah minyak ini dengan cara disuling dan pada umumnya dilakukan di Amerika Serikat.

Penelitian ini juga menggunakan emas sebagai variabel independen, perubahan emas dapat dihitung dengan menggunakan

$$\Delta GOLD = \frac{GOLD(t)-GOLD(t-1)}{GOLD(t-1)}$$

Keterangan:

- $\Delta GOLD$ = Perubahan harga emas
- $GOLD(t)$ = Harga emas pada periode t
- $GOLD(t-1)$ = Harga emas pada periode t-1

Teknik Analisis

Pada penelitian ini akan menggunakan teknik analisis *Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity* (GARCH). Metode GARCH dipilih karena pada penelitian ini menggunakan data time series yang terkadang didapati data yang tidak normal dan data tidak dapat dinormalisasikan.

Metode GARCH ini diperkenalkan oleh Bollerslev (1986), yang merupakan turunan atau pengembangan dari model ARCH.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \sigma^2_t + \varepsilon_t \dots \dots \dots 1$$

$$\sigma^2_t = \alpha_0 + \alpha_1 \varepsilon^2_{t-1} + \dots + \alpha_p \varepsilon^2_{t-p} + \lambda_1 \sigma^2_{t-1} + \dots + \lambda_q \sigma^2_{t-q} \dots \dots \dots 2$$

Keterangan :

- Y_t = IHSG
- β_0 = Konstan
- $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi
- X_1 = Indeks Dow Jones

X_2	= Nilai tukar USD/ IDR
X_3	= Harga minyak mentah dunia
X_4	= Harga emas
σ^2_t	= Varian pada t-time
ε_t	= Residual pada t-time

Empat bagian dari conditional variance:

σ^2_t	= Varian pada t-time
α_0	= Constant variance
$\alpha_1 \varepsilon^2_{t-1}$	= Volatilitas pada periode sebelumnya (Komponen ARCH)
$\lambda_1 \sigma^2_{t-1}$	= Varian pada periode sebelumnya (Komponen GARCH)

Sebelum melakukan uji analisis dengan GARCH, maka dilakukan uji stasioneritas menggunakan uji Augmented Dickey-Fuller atau uji ADF. Pada uji ini data yang akan digunakan harus stasioner. Hipotesis pada uji Augmented Dickey Fuller adalah $H_0 \geq \alpha$, maka terdapat unit root, data time series tidak stasioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Statistik

Dari variabel yang digunakan untuk penelitian diolah agar menghasilkan deskriptif statistik dari setiap variabel. Adapun yang termasuk dalam deskriptif statistik yaitu nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi dari masing-masing variabel.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Nilai Terendah	Nilai Tertinggi	Nilai Rata-Rata	Simpangan Baku
IHSG	1183	-0,044421	0,059147	-0,000915	0,009852
Dow Jones	1183	-0,280755	0,388731	-0,000733	0,019184
Nilai Tukar	1183	-0,071725	0,068393	-0,000308	0,006510
Minyak	1183	-0,106753	0,117683	0,000000	0,023044
Emas	1183	-0,105823	0,103190	0,000238	0,011304
FIRM_SIZE	108	26,18151	31,88218	29,43052	1,398169
ROA	108	-0,644139	0,965469	0,082201	0,157706

Sumber: Investing, www.bi.go.id, USEIA, Data Diolah (2020)

Pada tabel 1 deskriptif statistik adalah data yang mewakili penggambaran pergerakan pada setiap variabel dari periode 2013 sampai dengan 2017 yang diambil dari penutupan harian sebanyak 1183 hari. IHSG merupakan variabel dependen mempunyai nilai rata-rata sebesar -0,000915 dan memiliki keanekaragaman data sebesar 0,00985 yang

tertera pada nilai standar deviasi. Sedangkan pada variabel independen terdapat indeks Dow Jones yang mempunyai nilai rata-rata sebesar -0,000733 dengan standar deviasi 0,019184. Variabel independen seperti nilai tukar USD/IDR memiliki nilai rata-rata sebesar -0,000308 per US Dolar dengan keragaman sebesar 1270,543, sedangkan minyak memiliki rata-rata sebesar 0,000000 dengan keragaman sebesar 0,23044. Terakhir pada penelitian ini juga menggunakan emas sebagai variabel independen dengan nilai rata-rata sebesar 0,000238 dan memiliki nilai keanekaragaman sebesar 0,011304.

Hasil Uji Augmented Dickey Fuller

Uji Augmented Dickey Fuller dilakukan untuk menentukan apakah data dari setiap variabel yang digunakan stasioner atau tidak. Data yang stasioner merupakan fluktuasi suatu data yang nilainya tidak bergantung terhadap waktu dan varians dari fluktuasi tersebut.

Tabel 2. Uji Aumented Dickey Fuller

<i>T-statistic</i>	IHSG	Dow Jones	Nilai Tukar	Minyak	Emas
<i>ADF-Test Statistic</i>	-2,225303	-20,82555	-2,893051	-3,624431	-37,9671
<i>Level 1%</i>	-3,435677	-3,435687	-3,435673	-3,435668	-3,435668
<i>Level 5%</i>	-2,863780	-2,863784	-2,863778	-2,863776	-2,863776
<i>Level 10%</i>	-2,568013	-2,568015	-2,568012	-2,568011	-2,568011
<i>Probability</i>	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Hasil	Stasioner	Stasioner	Stasioner	Stasioner	Stasioner

Sumber: Data Diolah (2020)

Dapat dilihat pada tabel 2 uji Augmented Dicker Fuller bahwa hasil probabilitas dari keseluruhan variabel $\leq \alpha$ (1%), maka data dinyatakan stasioner. Sehingga seluruh variabel yang akan digunakan dapat dianalisis menggunakan GARCH.

Hasil Analisis GARCH

Tabel 3. Hasil Uji GARCH (Return IHSG)

Variabel	Coefficient	Z-statistic	Prob.
Dow Jones	0,004431	0,219629	0,8262
Nilai Tukar	-0,211661	-9,086352	0,0000
Minyak	0,003648	0,344272	0,7306
Emas	0,012714	0,663532	0,5070
RESID(-1)^2	0,082363	6,422660	0,0000
GARCH	0,899536	65,60581	0,0000
<i>Adjusted R-Squared</i>	0,031234		

Sumber: Data Diolah (2020)

Dapat dilihat dari hasil uji GARCH diatas terlihat bahwa pada nilai probabilitas hanya nilai tukar yang memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=1\%$ yaitu 0,000. Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel independen seperti nilai tukar memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap *return*, sedangkan seperti Dow Jones, minyak, dan emas yang digunakan dalam penelitian ini secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* IHSG. Selain itu, pada Tabel 3 juga terlihat nilai Adjusted R-squared sebesar 0,031234, artinya *return* IHSG sebesar 3,12% selama periode penelitian dapat dijelaskan oleh variabel indeks Dow Jones, dan nilai tukar USD / IDR, minyak mentah, serta emas dan 96,88% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji GARCH (Volatilitas IHSG)

Variabel	Coefficient	Z-statistic	Prob.
Dow Jones	-0,026057	-0,366055	0,7143
Nilai Tukar	0,078956	0,421003	0,6738
Minyak	-0,223956	-2,637777	0,0083
Emas	-0,304185	-2,825579	0,0047
RESID(-1) ²	1,153481	22,34912	0,0000
GARCH	-0,054778	-11,97017	0,0000
Adjusted R-Squared	-0,046615		

Sumber: Data Diolah (2020)

Pada tabel 4 dapat dilihat nilai probabilitas dari variabel minyak dan emas memiliki nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha=1\%$ yaitu 0,0083 dan 0,0047. Sedangkan variabel Dow Jones, dan nilai tukar memiliki nilai probabilitas lebih besar dari $\alpha=1\%$ yaitu 0,7143 dan 0,6738. Kondisi ini menunjukkan bahwa variabel independen seperti minyak dan emas yang digunakan dalam penelitian ini secara individual berpengaruh signifikan terhadap volatilitas IHSG, sedangkan variabel Dow Jones dan nilai tukar tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara individual terhadap volatilitas IHSG.

PEMBAHASAN

Pada hasil uji yang tertera pada tabel 3 dapat diketahui nilai koefisien dari Dow Jones yaitu sebesar 0,004431 yang menandakan bahwa Dow Jones memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap *return* IHSG. Hal tersebut sejalan dengan apa yang sudah dipaparkan H1a diatas bahwa Dow Jones berpengaruh positif terhadap *return* IHSG, maka hipotesis tersebut dapat diterima. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa jika indeks Dow Jones mengalami penguatan maka *return* IHSG juga semakin tinggi. Pada tabel 4 tertera nilai koefisien dari Dow Jones sebesar -0,026057, hal ini menunjukkan indeks Dow Jones berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Kondisi tersebut dapat diartikan bahwa jika kondisi dari indeks Dow Jones melemah maka IHSG juga mengikuti, dan sebaliknya. Hasil yang tertera pada tabel 4 menandakan koefisien memiliki nilai yang negatif, sehingga hal tersebut tidak sesuai dengan H1b yang telah dipaparkan di atas yang

mengatakan bahwa indeks Dow Jones memiliki pengaruh yang positif terhadap volatilitas IHSG, maka dari itu hipotesis 1b ditolak .

Variabel makro ekonomi yang lain seperti nilai tukar pada hasil Uji GARCH menghasilkan nilai sebesar -0,211661 yang berarti bahwa nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap *return* IHSG, kondisi tersebut sesuai dengan H2a yang menyatakan nilai tukar (USD/ IDR) berpengaruh negatif terhadap *return* IHSG. Hal ini dapat diartikan bahwa jika nilai tukar Dollar terhadap Rupiah mengalami depresiasi maka IHSG akan melemah, sebaliknya jika nilai tukar Dollar terhadap Rupiah terapresiasi maka akan meningkatkan *return* IHSG. Kondisi ini sesuai dengan pernyataan pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Robiyanto (2018b) yang menunjukkan bahwa nilai tukar USD/ IDR berpengaruh negatif signifikan terhadap *return* dan tidak sejalan pada penelitian yang dilakukan oleh Surbakti et al., (2016). Sedangkan pada tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil koefisien sebesar 0,078956, yang mengartikan bahwa nilai tukar USD/ IDR memiliki pengaruh positif tidak signifikan. Kondisi tersebut mengatakan bahwa H2b yang menyatakan nilai tukar USD/ IDR berpengaruh negatif, tidak sesuai dengan hasil koefisien pada tabel 4 hasil uji GARCH.

Selanjutnya ada variabel harga minyak mentah, pada tabel 3 menunjukkan bahwa harga minyak mentah memiliki nilai koefisien sebesar 0,003648, ini menandakan minyak mentah memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *return* IHSG. Kondisi tersebut sejalan dengan H3b. Kenaikan harga minyak mentah akan mendorong tingkat *return* IHSG. Sedangkan pada tabel 4 minyak mentah memiliki nilai koefisien sebesar -0,223956, yang dapat diartikan bahwa minyak mentah memiliki pengaruh yang negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Hal tersebut tidak sejalan dengan apa yang tertera pada H3b yaitu, minyak mentah berpengaruh positif terhadap volatilitas IHSG. Oleh karena itu, kondisi tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kurniawan (2012), yang menyatakan bahwa minyak mentah dunia tidak berpengaruh. Minyak mentah termasuk salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, dikarenakan minyak mentah adalah sumber energi utama.

Variabel independen yang lain yaitu emas, pada tabel 3 nilai koefisien dari emas adalah sebesar 0,012714, yang mengartikan bahwa emas memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *return* IHSG. Hal ini sejalan dengan H4a yaitu emas memiliki pengaruh yang positif terhadap *return* IHSG. Sedangkan pada tabel 4 nilai koefisien dari emas yaitu -0,304185, ini menandakan bahwa emas berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas

IHSG. Hal ini tidak sejalan dengan H4b yang menyatakan bahwa emas berpengaruh positif terhadap volatilitas IHSG.

SIMPULAN

Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa kondisi dari variabel Dow Jones makro ekonomi seperti nilai tukar, harga minyak dunia serta harga emas berpengaruh terhadap tingkat *return* serta volatilitas Indeks Harga Saham Gabungan. Pada penelitian ini Dow Jones memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *return* IHSG dan berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Sementara itu nilai tukar memiliki pengaruh yang negatif terhadap *return* IHSG, dan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap volatilitas IHSG. Variabel yang lain seperti minyak memiliki pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap *return* IHSG, dan berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Terakhir adalah harga emas yang berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *return*, dan berpengaruh negatif signifikan terhadap volatilitas IHSG. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat digunakan untuk para investor yang hendak menganalisa bagaimana kondisi IHSG yang dipengaruhi oleh variabel makro ekonomi. Investor dapat mempertimbangkan bagaimana tingkat *return* dan volatilitas yang ada pada IHSG.

Keterbatasan yang didapat dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel yang umum, serta pada penelitian ini belum menyimpulkan bagaimana pengaruh variabel yang tidak langsung, maka dari itu penelitian yang selanjutnya disarankan agar dapat menambahkan variabel seperti risiko pasar, *gross national product*, serta dapat menguji bagaimana pengaruh tidak langsung dengan memasukan variabel perantara seperti laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bollerslev. 1986. Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity. *Journal of Economics*, 31, 307–327. <https://doi.org/10.1109/TNN.2007.902962>
- Deitiana, T., & Stella. 2009. Pengaruh Indeks Dow Jones, NIKKEI 225, KOSPI, dan Shanghai Composite Index Terhadap Harga Saham Gabungan Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2004-2008. *Journal The Winners*, 10(1): 22–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/tw.v10i1.713>
- Dirga, S. P., Siregar, H., & Sinaga, B. M. 2016. Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi terhadap Return Kelompok Saham Subsektor Perkebunan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3): 595–607. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.3.20>
- Ghiffari, M. F., Kindangen, P., & Tumewu, F. 2018. The Causality Relationship of Dow Jones Industrial Average (DJIA) and Nikkei 225 Towards Jakarta Composite Index (JCI) Period 2011 - 2016.

- Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(1): 445–454.
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i1.19260>
- Handiani, S. 2014. Pengaruh Harga Emas Dunia, Harga Minyak Dunia dan Nilai Tukar Dolar Amerika/Rupiah Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Pada Periode 2008-2013. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(1): 85–93.
<http://journal.unpar.ac.id/index.php/unpargraduate/article/view/552>
- Jayanti, Y. 2014. Pengaruh Tingkat Inflasi, Tingkat Suku Bunga SBI, Nilai Tukar Rupiah, Indeks Dow Jones, dan Indeks KLSE Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Studi Pada Bursa Efek Indonesia Periode Januari 2010 - Desember 2013. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 11(1): 82780.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/473/671>
- Kartika, A. 2003. Volatilitas Harga Saham di Indonesia dan Malaysia. *Jurnal AMIK JTC INFOKAM*, 4(2): 37–46. <http://amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/29>
- Kudal, P. 2012. Impact of Macroeconomic Variables on Indian Stock Market and Strategies for Investors - Post Global Financial Crisis. *Tripude's National Journal of Business*, 4(1): 39–55.
http://www.academia.edu/download/56018015/Apotheosis_Volume_4_Issue_1_1.PDF#page=44
- Kurniawan, Y. J. 2012. Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga SBI, Inflasi, Harga Minyak Dunia, Harga Emas Dunia, Kurs Rupiah Terhadap Dollar Amerika, Indeks Nikkei 225, dan Indeks Dow Jones Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Studi Kasus pada IHSG di BEI Periode 2003-2012). *Jurnal Ilmiah*, 1–20.
https://www.academia.edu/download/35408177/Analisis_Pengaruh_Tingkat_Suku_Bunga_SBI_Inflasi_harga_Minyak_Dunia_Harga_Emas_Dunia_Kurs_Rupiah.pdf
- Mamahit, R. R., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. 2019. Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Studi Pada Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2): 75.
<https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23565.75-82>
- Purbawati, N., & Dana, I. 2016. Perbandingan Volatilitas Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Sebelum dan Setelah Krisis Subprime Mortgage. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2): 252331. <https://www.neliti.com/id/journals/e-jurnal-manajemen-universitas-udayana>
- Robiyanto, R. 2018a. The Dynamic Correlation between ASEAN-5 Stock Markets and World Oil Prices. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2): 198–210.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1688>
- Robiyanto, R. 2018b. The Effect of Gold Price Changes, USD/IDR Exchange Rate Changes and Bank Indonesia (Bi) Rate on Jakarta Composite Index (Jci)'S Return and Jakarta Islamic Index (Jii)'S Return. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 20(1): 45.
<https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.45-52>
- Robiyanto, R., Santoso, M. A., Atahau, A. D. R., & Harijono, H. 2019. The Indonesia Stock Exchange and Its Dynamics: An Analysis of the Effect of Macroeconomic Variables. *Montenegrin Journal of Economics*, 15(4): 59–73. <https://doi.org/10.14254/1800-5845/2019.15-4.5>
- Sumantyo, R., & Sutanto, S.-. 2019. Analisis Pengaruh Fundamental Ekonomi Makro Dan Sentimen Global Terhadap Perkembangan Credit Default Swap Di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 3(1): 27. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2019.v3.i1.4077>
- Surbakti, E. H., Achsan, N. A., & Maulana, T. N. A. 2016. The Impact of Macroeconomic Variables on JCI's Stock Return Volatility in Pre and Post Global Economic Crisis. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(3): 213–220.
<https://pdfs.semanticscholar.org/c64d/66c315946989731e3fb0e322a45b70ddf93c.pdf>

Tandelilin, E. 2017. Pasar Modal. In G. Sudibyo (Ed.), PT KANISIUS (1st ed.).

PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Ibnu Fajar Riyadi

Lieli Suharti*

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This research was conducted to see how the stages of developing the Tanon hamlet into a community empowerment-based tourism village and the impact of the presence of the Tanon tourism village based on community empowerment through CBT (Community Based Tourism) for the surrounding community. In addition, the purpose of the study was to determine the impact of the presence of a tourist village by empowering the people of Tanon hamlet. The development of a tourism village is one method of creating social entrepreneurship by empowering the surrounding community which is mutually sustainable. The type of research used is descriptive qualitative research. The analysis technique used is data reduction, data presentation and conclusion drawing. Data collection used in-depth interview techniques, observation and triangulation. The data from this study are in the form of primary data from informants, namely pioneers, village officials, village secretaries, hamlet heads, dancers, local communities, and entrepreneurs. The results obtained from this study are social entrepreneurship is the right way to develop a tourist village. With a community empowerment approach, social entrepreneurship has a positive impact on society both from the economy, socio-culture and the environment.

Keywords: *tourism village development, social entrepreneurship, community empowerment*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana tahapan pengembangan dusun Tanon menjadi desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat dan bagaimana dampak dari hadirnya desa wisata Tanon berbasis pemberdayaan masyarakat melalui CBT (Community Based Tourism) bagi masyarakat sekitar. Pengembangan desa wisata merupakan salah satu metode untuk menciptakan kewirausahaan sosial dengan memberdayakan masyarakat sekitar yang saling berkesinambungan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif kualitatif. Teknik analisis yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data digunakan dengan teknik wawancara mendalam, observasi dan triangulasi. Data dari penelitian ini berwujud data primer dari informan yakni pelopor, aparat desa, sekretaris desa, kepala dusun, penari, masyarakat sekitar, dan wirausahawan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah kewirausahaan sosial merupakan cara yang tepat untuk mengembangkan desa wisata. Dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat, kewirausahaan sosial memberi dampak positif bagi masyarakat baik dari ekonomi, sosial budaya maupun lingkungan.

Kata kunci: *pengembangan desa wisata, kewirausahaan sosial, pemberdayaan masyarakat*

*lieli.suharti@uksw.edu

PENDAHULUAN

Di Indonesia masih banyak dijumpai berbagai masalah dimasyarakat, seperti kemiskinan, pengangguran, lingkungan yang kurang terawat, dan sebagainya. Kondisi seperti ini mengganggu proses pembangunan. Untuk mengatasi berbagai masalah diatas, masyarakat tidak boleh hanya mengandalkan pada bantuan dari pemerintah, namun masyarakat perlu berupaya untuk menemukan jalan keluar bagi permasalahan yang dihadapi dengan mencoba menggali potensi kearifan lokal yang dimiliki.

Salah satu upaya untuk mengurangi angka kemiskinan dan mensejahterakan masyarakat adalah dengan memberdayakan masyarakat sekitar. Seperti yang dikemukakan Mustangin et al (2017) bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan pendekatan yang sesuai dalam mengatasi masalah kemiskinan, yang dilakukan dari pemerintah, pengusaha dan organisasi masyarakat. Tindakan memberdayakan masyarakat merupakan upaya untuk memberikan solusi agar dapat mengatasi masalah yang dihadapi.

Saat ini diberbagai wilayah di Indonesia telah mulai berkembang, upaya mengembangkan desa berwisata dengan memberdayakan masyarakat yang dikenal istilahnya CBT (Community Based Tourism). Herawati (2011) mendefinisikan desa wisata sebagai desa yang memiliki daya tarik tersendiri, dan dapat menarik wisatawan. Pembangunan yang memanfaatkan masyarakat CBT yaitu proses yang memberikan solusi kepada masyarakat untuk membangun wisata pada desanya. CBT ialah kegiatan yang membangun wisata yang dilaksanakan oleh masyarakat, berbagai kegiatan dikelola oleh masyarakat, dan berguna pada masyarakat itu sendiri (Sidiq & Resnawaty, 2017).

Pengembangan desa wisata yang dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat harus dilakukan masyarakat sendiri guna memperbaiki situasi kondisi diri sendiri dalam mengembangkan wilayahnya. Untuk memulai menerapkan CBT disuatu daerah, biasanya ada pelopor yang pertama mencetuskan ide dan kemudian menggerakkan masyarakat setempat untuk mengembangkan desa mereka bersama-sama. Pelopor mampu mencetuskan ide dan menjadi penggerak masyarakat setempat untuk mencapai perbaikan disekitar (Santosa, 2007). Pelopor yang melakukan perubahan dimasyarakat suatu wilayah disebut dengan wirausahawan sosial.

Kewirausahaan sosial adalah wirausaha yang memiliki kepentingan untuk masyarakat. Dengan kata lain kewirausahaan sosial ditujukan untuk “pengembangan masyarakat” dan “organisasi bertujuan sosial” (Pranatasari, 2015). Suansri (2003) mengatakan bahwa kewirausahaan yang berbentuk sosial dapat memberikan berbagai

dampak positif bagi masyarakat setempat, yang meliputi dampak ekonomi, sosial, budaya dan juga lingkungan. Melalui kewirausahaan sosial, masyarakat dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan melestarikan budaya serta memanfaatkan lingkungan yang ada disekitar. Selain menumbuhkan semangat jiwa kewirausahaan, dan kesempatan berwirausaha, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Menurut Trisnawati et al (2018), peran atau partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat dalam CBT akan melalui beberapa proses, dari proses perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, dan akhirnya menikmati hasil. Maka dari itu, partisipasi masyarakat sebaiknya harus sejajar rata dari semua tahap yang akan dimulai. Suansri (2003) mengatakan bahwa CBT merupakan pariwisata yang mengelola ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan.

Kabupaten Semarang adalah kabupaten yang memiliki jumlah dusun maupun desa yang memiliki potensi sumber daya alam yang sangat menunjang kelangsungan hidup dan pertumbuhan kepariwisataan daerah. Salah satu potensi desa yang dimiliki Kabupaten Semarang adalah Desa Tanon, sebuah desa yang memiliki keunikan tersendiri dan mempunyai potensi wisata yang bisa menarik wisatawan yaitu budaya seni tari tradisional seperti Topeng ayu, dan Kuda debog. Desa Tanon mampu memanfaatkan berbagai nilai kearifan lokal untuk menjadikan desa Tanon sebagai desa wisata. Hal itu tidak terlepas dari upaya yang dilakukan oleh Lembaga Pengembangan Sumber Daya Insani (LPSDI) yang didirikan sejak 12 Oktober 2005 oleh Trisno (Kang Tris) dengan beberapa teman sebagai keterpanggilan nilai-nilai spiritualitas dan aplikasi keilmuan.

Kewirausahaan sosial pada pengembangan desa wisata Tanon memiliki beberapa manfaat positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Manfaat dari segi ekonomi (masyarakat mendapat pekerjaan), sosial (perubahan pola pikir masyarakat), budaya (melestarikan kesenian menari), dan lingkungan (membangun infrastruktur sekitar desa). Dari beberapa manfaat yang diperoleh, masyarakat desa wisata Tanon dapat membangun perekonomian untuk berwirausaha. Menurut Lewa (2019) perekonomian nasional dapat dibangun melalui masyarakat yang berwirausaha.

Desa Tanon melalui upaya yang dilakukan kang Tris dkk, dapat dikembangkan menjadi desa wisata Tanon sampai sekarang. Dari pengembangan masyarakat tersebut, maka mulai menarik wisatawan daerah maupun luar daerah untuk mengunjungi desa wisata Tanon. Selain tarian, pengunjung atau wisatawan juga diajak merasakan permainan desa atau dolanan deso, seperti toya gila, tangga manusia, pipa bocor dan serok mancung.

Kesemuanya adalah permainan tradisional dengan menggunakan alat-alat sederhana seperti bambu. Permainan tersebut secara turun temurun dari leluhur tetap dipertahankan sebagai warisan budaya.

Kehidupan masyarakat di desa Tanon mengalami beberapa perubahan, setelah menjadi desa wisata. Berbagai kegiatan kewirausahaan masyarakat mulai berkembang di desa Tanon seperti kerajinan anyaman dari barang bekas dan sentra usaha yaitu sabun susu dan pemerah sapi. Sebelum menjadi Desa Wisata di Tanon, dulunya penduduk tersebut dikenal tidak berpendidikan dan miskin. Dan sebagian besar masyarakatnya adalah petani dan peternak. Namun dengan adanya wisatawan yang datang untuk berwisata dan mengeluarkan uang untuk keperluan tertentu, maka memberi penghasilan tambahan untuk masyarakat setempat. Jika wisatawan yang datang ke sebuah destinasi tersebut sangat banyak akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah tersebut, baik langsung maupun tidak langsung (Hermawan, 2016).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka menarik untuk meneliti bagaimana pengembangan desa wisata Tanon melalui kewirausahaan sosial berbasis pemberdayaan masyarakat. Karakteristik dari pelopor atau inovator serta dampak yang di peroleh dari adanya desa wisata Tanon.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Kewirausahaan sosial

Banyak ahli mendefinisikan kewirausahaan dari beberapa sudut pandang yang berbeda. Kewirausahaan ialah proses menciptakan jasa untuk kesejahteraan. Peter F. Drucker (1994) mendefinisikan kewirausahaan untuk menciptakan hal baru. Thomas W. Zimmerer (2004) mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kreatifitas dan inovasi untuk memecahkan masalah. Kesimpulan dari kewirausahaan diatas yaitu proses menciptakan jasa dengan cara kreatifitas dan inovasi untuk menciptakan peluang bisnis.

Kewirausahaan sosial menurut Paul C Light (2008) terbangun dari empat aspek, yaitu: (1) Kewirausahaan, (2) Ide/gagasan, (3) Peluang/kesempatan dan, (4) Organisasi. Sejalan dengan itu, Light (2008:26) menambahkan bahwa untuk membangun aktivitas kewirausahaan harus memiliki tingkat kesulitan yang dihadapi seorang wirausaha. Dalam sudut pandang yang berbeda, Hibbert (2005) mengungkapkan bahwa kewirausahaan sosial adalah pemanfaatan perilaku kewirausahaan yang lebih berorientasi untuk pencapaian tujuan sosial dan tidak mengutamakan perolehan laba, atau laba yang diperoleh dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sosial.

Menurut Pranatasari (2015), kewirausahaan sosial adalah kewirausahaan yang kepentingannya untuk masyarakat, bukan untuk keuntungan pribadi. Kewirausahaan sosial biasa disebut dengan “pengembangan masyarakat” atau “organisasi yang bertujuan sosial”. Seorang social entrepreneur akan selalu melibatkan diri sendiri dalam proses inovasi, adaptasi, pembelajaran yang terus menerus bertindak tanpa menghiraukan berbagai hambatan yang dihadapinya dan memiliki tanggungjawab dari hasil yang telah dicapainya kepada masyarakat. Hulgard (2010) menyimpulkan definisi social entrepreneur secara lebih komprehensif yaitu sebagai penciptaan nilai sosial melalui cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menciptakan suatu kegiatan ekonomi.

Pemberdayaan masyarakat melalui CBT (Community Based Tourism)

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses sosial untuk membangun kepariwisataan dan memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar. Pemberdayaan yang dimaksud untuk menciptakan keberdayaan masyarakat agar mereka dapat berpartisipasi dalam pembangunan yang berpusat pada rakyat. Payne dalam (Mustangin et al., 2017) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat untuk menentukan keputusan dan tindakan yang dilakukan masyarakat. Menurut Rasyad dan Suparna (2003), pada hakikatnya, inti dari pemberdayaan berada pada diri manusia/dan faktor luar diri manusia/rakyat hanyalah berfungsi sebagai perangsang untuk memunculkan semangat, rasa atau dorongan pada diri manusia untuk memberdayakan dirinya sendiri, untuk mengendalikan dirinya sendiri, serta untuk mengembangkan dirinya sendiri berdasarkan potensi yang dimiliki. Kartasmita (1997) mengatakan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses individual dan sosial, yakni suatu penguatan kemampuan individual, peningkatan kompetensi, penumbuhan kreativitas. Anwas (2013) mengatakan bahwa pemberdayaan dan kekuasaan merupakan konsep yang berkesinambungan. Sejalan yang dikatakan Rapport dalam (Mustangin et al., 2017) Pemberdayaan dianggap sebagai proses kolaborasi untuk mengontrol dan meningkatkan sumber daya dalam memecahkan masalah diri sendiri maupun kelompok.

CBT bertujuan untuk membangun dan memperkuat organisasi pada masyarakat lokal. CBT lebih mengutamakan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat lokal (Suansri, 2013). Maka istilah pemberdayaan masyarakat sering dikaitkan dengan pembangunan yang berbasis masyarakat. Pembangunan yang

berbasis masyarakat tidak hanya berfokus terhadap pembangunan suatu wilayah, akan tetapi secara aktif akan membangun pendekatan dengan masyarakat lokal.

Tahap pelaksanaan CBT (Community Based Tourism)

Pariwisata berbasis masyarakat yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam pembangunan kepariwisataan. Menurut Drake dalam (Akbar, 2018) menjelaskan bahwa tahap pelaksanaan dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan melalui 3 (tiga) tahapan yaitu:

Tahap perencanaan.

Tahap masyarakat yang memiliki partisipasi aktif dalam proses perencanaan yang ingin dilaksanakan.

Tahap implementasi.

Pada tahap ini, semua ide atau gagasan dari masyarakat yang terkait dengan pengembangan dan disatukan menjadi tahap pelaksanaan program pembangunan wisata.

Evaluasi pada dampak manfaat.

Terlaksananya program pembangunan wisata karena adanya keterlibatan masyarakat, sehingga nantinya akan mendapatkan manfaat yang baik untuk masyarakat.

Dampak pelaksanaan CBT (Community Based Tourism) terhadap pemberdayaan masyarakat

Menurut Suansri (2003) CBT (Community Based Tourism) adalah kegiatan pariwisata yang dilakukan dengan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. (Kurniawan, 2017) dampak pelaksanaan CBT (Community Based Tourism) menurut Kurniawan (2017), meliputi : 1) Dampak Ekonomi: Meningkatkan pendapatan masyarakat; 2) Dampak Sosial: dapat memberdayakan masyarakat dan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat; 3) Dampak Budaya: dapat tetap melestarikan keanekaragaman kebudayaan nusantara agar tidak punah; 4) Dampak Lingkungan: Dapat membangun infrastruktur tanpa menanti pendanaan dari Pemerintah (Ahsani et al., 2018).

METODA

Jenis penelitian

Penelitian ini berdasarkan permasalahan diatas, merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut (Yatim Riyanto., 2008:15) memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) sumber data utama yang alami, (2) peneliti sebagai instrument kunci dalam mengumpulkan data dan menginterpretasikan, (3) penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan menggambarkan semua yang berkaitan yang diteliti, (5) proses merupakan hal penting,

(6) peneliti lebih menaruh perhatian pada permasalahan penting yang diteliti, dan makna merupakan hal esensial.

Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah Desa wisata Tanon, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal. Alasan dari pemilihan tempat penelitian, karena Desa wisata Tanon terkenal dengan sebutan Desa Menari. Jadi tahapan dari pengembangan di desa wisata Tanon sebagai desa wisata yang berbasis CBT menarik untuk diteliti.

Informan penelitian

Informan adalah orang yang akan diwawancarai guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Pemilihan informan menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam penelitian ini, karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan data informan akan berguna sebagai data primer.

Untuk penelitian ini, informan kunci sebagai nara sumber adalah para pelopor atau inovator desa wisata Tanon, aparat pemerintah desa Tanon, masyarakat yang terlibat langsung seperti pemerintah desa, para penari, pelaku wirausaha, dan beberapa orang penduduk setempat. Peneliti memilih mereka sebagai informan karena mereka ikut andil dalam pengembangan desa wisata. Informan kunci dalam penelitian berjumlah 12 orang nara sumber. Informan dipilih merupakan hasil rekomendasi dari pelopor dan aparat desa terkait. Narasumber yang dipilih peneliti terdiri dari pelopor yang bernama Trisno. Aparat desa meliputi kepala desa Lungguh Wahono, sekretaris desa Setyo Arwoko, dan kepala dusun Parno. Penari meliputi ketua penari Pardi, dan anggota penari Cindy. Masyarakat sekitar Sugeng, Udin, dan Fattah. Wirausahawan meliputi ketua wirausahawan dusun Tanon Nuryani, anggota wirausahawan Yuarnes, dan Destri.

Table 11. Informan kunci dalam penelitian

No.	Persoalan penelitian	Informan kunci
1.	Bagaimana tahapan pengembangan dusun Tanon menjadi desa wisata berbasis CBT?	Penggagas (p) Trisno, Laki-laki 39 tahun, Aparat Desa 1 (AD1) Lungguh Wahono, Laki-laki 59 tahun Aparat Desa 2 (AD2) Setyo Arwoko, Laki-laki 43 tahun, Aparat Desa 3 (AD3) Parno, Laki-laki 57 tahun.
2.	Apa karakteristik dari pelopor atau inovator sebagai wirausaha sosial yang berada dibalik pengembangan desa wisata Tanon?	Aparat Desa 1 (AD1) Lungguh Wahono, Laki-laki 59 tahun, Aparat Desa 2 (AD2) Setyo Arwoko, Laki-laki 43 tahun, Aparat Desa 3 (AD3) Parno, Laki-laki 57 tahun, Penari 1 (PN1) Pardi, Laki-laki 53 tahun, Penari 2 (PN2) Cindy, Laki-laki 17 tahun, Masyarakat Sekitar 1 (MS1) Sugeng, Laki-laki 46 tahun, Masyarakat Sekitar 2 (MS2) Udin, Laki-laki 19 tahun,

No.	Persoalan penelitian	Informan kunci
3.	Bagaimana dampak dari hadirnya desa wisata Tanon bagi masyarakat sekitar?	Masyaraakat Sekitar 3 (MS3) Fattah, Laki-laki 17 tahun. Aparat Desa 1 (AD1) Lungguh Wahono, Laki-laki 59 tahun, Aparat Desa 2 (AD2) Setyo Arwoko, Laki-laki 43 tahun, Aparat Desa 3 (AD3) Parno, Laki-laki 57 tahun, Penari 1 (PN1) Pardi, Laki-laki 53 tahun, Penari 2 (PN2) Cindy, Laki-laki 17 tahun, Wirausahawan 1 (W1) Nuryani, Perempuan 39 tahun, Wirausahawan 2 (W2) Yuarnes, Laki-laki 20 tahun, Wirausahawan 3 (W3) Destri, Perempuan 19 tahun, Masyarakat Sekitar 1 (MS1) Sugeng, Laki-laki 46 tahun, Masyarakat Sekitar 2 (MS2) Udin, Laki-laki 19 tahun, Masyarakat Sekitar 3 (MS3) Fattah, Laki-laki 17 tahun.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mendapat data dan analisis pada penelitian. Teknik wawancara mendalam dengan alat perekam digunakan dalam penelitian ini. Wawancara menggunakan pedoman pertanyaan berisi hal-hal pokok yang berkaitan dengan pengembangan, dan dampak pada desa wisata Menari.

Data yang diperoleh dilakukan crosscheck dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan data dengan masyarakat desa wisata Menari. Teknik Triangulasi didapat dari sang pelopor, aparat desa dan masyarakat umum yang ada di desa wisata Menari.

Teknik analisis data

Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Setelah data dipilah-pilah dan disesuaikan dengan fokus penelitian, maka penelitian melakukan penyajian data. Setelah data disajikan peneliti melakukan penarikan kesimpulan awal berdasarkan hasil temuan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Pengembangan Desa Wisata Tanon berbasis CBT

Dusun Tanon dikembangkan menjadi desa wisata Tanon dilakukan dengan pendekatan berbasis CBT dengan semangat kewirausahaan sosial. Pengembangan desa wisata Tanon dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi pada dampak manfaat.

Tahap Perencanaan

Sebelum desa wisata Tanon didirikan, ada beberapa proses kegiatan yang dilalui. Menurut hasil wawancara, pendirian desa wisata Tanon didorong oleh kondisi dan permasalahan sosial ekonomi di desa seperti tingginya pengangguran, kurangnya kesejahteraan masyarakat desa dan rendahnya tingkat pendidikan masyarakat. Hal ini seperti yang dituturkan oleh beberapa narasumber seperti yang dirangkum dalam tabel berikut:

Table 12. Latar belakang pendirian desa wisata Tanon

No	Narasumber	Latar belakang
1	AD1	Di dusun Tanon banyak penduduk kami yang bekerja keluar dusun. Kaum muda laki-laki jadi buruh bangunan, sedangkan kaum perempuannya banyak yang jadi asisten rumah tangga atau pembantu di kota-kota, karena kurangnya kesempatan kerja di desa.
2	AD3	Kehidupan ekonomi masyarakat desa Tanon tertinggal dibanding dusun lainnya yang ada di desa Ngrawan.
3	AD2	Tingkat pendidikan masyarakat kurang diperhatikan, karena sudut pandang orang tua dari pemuda di desa Tanon yang kurang menganggap penting pendidikan.
4	AD1	Biar masyarakat sini ada aktivitas tambahan dengan memanfaatkan kesenian tradisional menari. Dan diharapkan kesenian menari seperti tarian Topeng Ayu dapat terus- menerus dilestarikan.
5	P	Di desa ini juga ada permasalahan lingkungan yaitu kurangnya perhatian secara serius untuk konservasi desa Tanon, baik itu konservasi lingkungan maupun melestarikan budaya seni tari "Topeng Ayu" dan seni tradisional lainnya.

Sumber: Hasil wawancara diolah, 2020

Selain ada berbagai permasalahan sosial ekonomi yang memicu munculnya ide untuk mendirikan desa wisata Tanon, hal lain yang mendukung ke arah munculnya ide tersebut adalah adanya potensi-potensi pendukung dari dusun Tanon. Hal ini juga dikemukakan oleh para narasumber dan dirangkum dalam tabel berikut:

Table 13. Potensi-potensi Dusun Tanon

No	Narasumber	Potensi lokal
1	P	Dusun Tanon memiliki potensi secara turun-temurun berupa seni tari tradisional. Selain itu ada potensi pertanian dan peternakan, potensi budaya, dan potensi Usaha Kecil Menengah (UKM). Potensi budaya ada kesenian tari, ada karawitan, ada dolanan tradisional. Dari potensi yang ada di desa wisata Tanon, dijadikan paket wisata yang sekaligus menyatu dengan aktivitas masyarakat sekitar.

2	AD1	Penduduk di dusun Tanon itu terdiri dari keluarga besar, semua orang yang ada di dusun itu masih ada hubungan keluarga sampai sekarang. Hal ini harusnya menjadi kekuatan desa wisata Tanon.
3	AD3	Keunggulan dusun Tanon ada di tarian tradisionalnya dan kesenian lokalnya. Jadi dari kesenian tari itu ada salah satu namanya Topeng Ayu, kuda debog dan lain-lain.
4	AD2	Di sini ada pasar namanya Pasar Tiban. Pasar Tiban menjual aneka macam hasil pertanian dan hasil produk penduduk desa. Pasar tiban buka seminggu sekali.
5	P	Tujuan jangka panjang kami adalah mewujudkan masyarakat produktif dan berbudaya. Masyarakat yang produktif dan berbudaya artinya kita ingin dari apa potensi yang ada, yang menurut kita adalah hal yang sederhana ini menjadi suatu yang produktif dan berbudaya.
6	AD3	Dari pendekatan wisata ini, masyarakat bisa memperbaiki kehidupannya yang dahulu tertinggal menjadi lebih unggul dan terkenal dari dusun lainnya yang ada di desa Ngrawan.

Sumber: Hasil wawancara diolah, 2020

Dari tabel 3 dan 4 terlihat bahwa dalam tahap perencanaan, ada hal-hal yang memicu atau menjadi pendorong munculnya ide untuk mengembangkan desa wisata. Dalam hal ini didasari oleh adanya permasalahan-permasalahan sosial ekonomi yang dihadapi dan kehadiran desa wisata diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada. Selain itu juga ada dukungan potensi-potensi lokal sebagai dasar pengembangan desa wisata.

Tahap Implementasi

Setelah sudah mantap dengan rencana pembentukan desa wisata Tanon, maka untuk mengimplementasikan dilakukan sejumlah kegiatan. Ide kemudian disampaikan kepada pihak kepala dusun untuk kemudian disosialisasikan kepada seluruh masyarakat dusun Tanon. Karena tanpa dukungan dan partisipasi semua warga dusun Tanon, desa wisata Tanon tidak mungkin terwujud.

Langkah-langkah implementasi disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

Menyampaikan Ide ke kepala dusun agar dapat disosialisasikan ke warga dusun

“Langkah pertama, itu setelah Pak Tris punya ide gagasan buat dusun Tanon jadi desa wisata. Habis itu pak Tris ngobrol-ngobrol sama Pak Parno, pak Parno itu kepala dusun Tanon. Pak Parno tugasnya ya itu menyampaikan ide gagasan lewat musyawarah dari pak Tris kepada warga, agar masyarakat bisa melakukan praktek langsung. (AD1 dan AD2)

Mensosialisasikan ke warga masyarakat

“Penting untuk mendapatkan persetujuan dan dukungan masyarakat. Untuk itu maka ide desa wisata disampaikan ke warga melalui musyawarah desa. Ya awalnya masyarakat sih datar-datar saja. Karena mereka tidak paham konsepnya jadi meragukan ya. Tapi seiring berjalannya waktu, ternyata betul ada pengunjung yang mau datang ke sini. Kemudian secara keuangan, pendapatan yang masuk kita share terbuka ke warga, akhirnya masyarakat bertahap mau ngikut juga“. (P)

Hal yang sama disampaikan oleh narasumber lain:

Kepala dusun, AD3 menyampaikan: “Kalau warga sini pertamanya ya menyepelkan, apa iya dusun kita ini bisa jadi desa wisata? ya masih ragu dahulu warga sini itu. Tapi tetap kita ajak dan libatkan. Dan setelah melihat hasilnya, baru mereka percaya dan mendukung”

Melibatkan organisasi setempat untuk membantu pengelolaan kegiatan

Kang Trisn sebagai pemrakarsa desa wisata Tanon menjelaskan bahwa dalam menjalankan kegiatan di desa wisata yang mencakup kegiatan pertunjukan tarian, menyiapkan acara atraksi untuk para pengunjung, menyiapkan konsumsi dan lain-lain, dilakukan secara bersama sama dengan warga setempat. Untuk itu berbagai organisasi setempat dilibatkan seperti Pokdarwis (kelompok dawis dengan anggota ibu ibu), karang taruna, kelompok-kelompok seni lokal, dan lain-lain. Hal ini diperjelas dari penuturan narasumber AD1 dan AD3 sebagai berikut:

“Dalam pelaksanaan kegiatan, ada pembagian tugas yg melibatkan organisasi lokal seperti Pokdarwis dan karang taruna. Di sini kan hampir semua warga dusun Tanon ikut Pokdarwis. Pokdarwis itu tugasnya ya... Membuat kegiatan khusus untuk dusun Tanon, ya supaya desa wisata itu agar berjalan sesuai dengan rencana yang dibuat. Misal menyiapkan konsumsi, home stay. Kelompok karang taruna menyiapkan program out bond. Sedangkan kelompok seni yang menyiapkan atraksi seni tari nya”

Menyiapkan program promosi dan mengembangkan jejaring

Selanjutnya disusun program dan paket-paket wisata dan terus di promosikan ke media masa, media sosial dan Dinas Pariwisata dengan bantuan pemuda-pemudi yang tahu IT. Setelah berjalan beberapa waktu, lalu mulai dikembangkan kerjasama atau jejaring dengan berbagai pihak, seperti yang dituturkan kang Trisno sebagai berikut:

“Kita kemudian mulai berjejaring. Berjejaring dengan mitra perguruan tinggi menjadi tempat KKN, tempat penelitian. Dan kerjasama ini ternyata membantu kita untuk melakukan pengembangan maupun publikasi. Dan kita juga berjejaring dengan media masa, menjadi awal-awal mulai terkenal. Setelah berjalan, kita menjadi binaan perusahaan Astra. Astra itu mensupportnya adalah di program-program pengembangan SDM kita, dan infrastruktur yang kita butuhkan”.

Menerapkan Sistem Manajemen sederhana

Dalam mengelola aneka kegiatan desa wisata Tanon ini, maka diterapkan juga sistem manajemen sederhana. Kang Tris menyampaikan bahwa mereka menerapkan manajemen sistem terbuka, tetapi belum terbuka penuh. Mereka membentuk team-team inti di dalam organisasi dengan focus tugas masing-masing. Jadi tidak semua masyarakat terlibat aktif, tapi dalam sasaran manfaatnya adalah seluruh masyarakat. Demikian kutipan wawancara dengan P terkait penerapan sistem manajemen nya:

“Kami menerapkan sistem manajemen semi terbuka. Karena kalau terbuka full masyarakat juga tidak paham. Semi terbuka itu artinya dari aspek pemasaran., Promosi masih dikelola oleh tim. Tapi dalam sisi keuangan kami terbuka ya, karena yang melakukan pencatatan adalah temen-temen pengurus yaitu temen-temen pemuda. Jadi setiap ada tamu, ya mereka yang menghitung uang yang masuk”.

Selain penerapan manajemen sederhana, ada berbagai SOP (Standard Operating Procedure) yang ditentukan, seperti yang disampaikan W1:

“Kami menentukan sejumlah SOP, misalnya SOP terkait uang masuk itu berapa persen yang masuk kas, berapa untuk maintenance kita, berapa persen yang kita bagikan itu sudah ada SOP yang kita sepakati bersama. Sehingga ada uang masuk, temen-temen tinggal mengikuti alur itu saja.

Dampak Desa Wisata Tanon bagi Dusun dan Masyarakat sekitar

Evaluasi untuk dampak kehadiran desa wisata Tanon terhadap masyarakat, maka akan di analisa dengan pendekatan dampak ekonomi, sosial budaya dan dampak lingkungan. Demikian juga akan dibandingkan kondisi di dusun Tanon sebelum adanya desa wisata dengan kondisi setelah berdirinya desa wisata. Beberapa narasumber menuturkan kondisi di dusun Tanon sebelum mendirikan desa wisata Tanon.

Table 14. Kondisi Ekonomi sebelum dan sesudah berdirinya desa wisata Tanon

Narasumber	Kondisi sebelum	Kondisi sesudah
AD3, AD2, W1, MS3.	Kehidupan masyarakat sebelum jadi desa wisata serba kekurangan, ekonomi kurang,	Ada peningkatan penghasilan masyarakat dari penghasilan sebelumnya,
AD2, AD1, dan P	Masyarakatnya bekerja hanya sesuai pekerjaan yang tersedia, petani ladang, peternak sapi, dan kurangnya kesempatan kerja membuat banyak pemuda merantau	Terbukanya kesempatan kerja baru, seperti pemandu wisata, pengelola outbond, wirausaha, dll. Warga yang tadinya bekerja diluar kota, sekarang bisa bekerja di dusunnya sendiri.
AD3 AD1	Dusun Tanon tadinya lebih tertinggal dari dusun-dusun yang lain sedesa Ngrawan. Dan dusun Tanon belum dikenal secara luas.	Setelah adanya desa wisata, dusun Tanon jadi terkenal luas. Sekarang dusun Tanon cterlihat lebih maju dari yang sebelumnya.
W1 dan W3	Aktivitas di pasar tiban tidak berkembang sebelum adanya desa wisata	Sekarang masyarakat bisa berjualan barang dagangan ke pasar Tiban
AD2, AD1	Tadinya rumah penduduk hanya rumah biasa untuk ditempati seperti masyarakat desa pada umumnya.	Rumah yang awalnya jadi tempat tinggal, sekarang bisa lebih bernilai jadi tempat homestay untuk para tamu wisatawan. Nilai tanah juga menjadi naik.
W3	Sebelum ada desa wisata, jumlah produk pertanian yang dijual tidak terlalu banyak.	Terjadi peningkatan jumlah produksi dan penjualan produk pertanian dan peternakan (contoh: dulu peternak hanya bisa jual susu 15 liter, setelah jadi desa wisata, penjualan bias meningkat menjadi 30 liter.
W2	Dulu petani menjual hasil pertanian langsung ke pemasok, sehingga harga ngikut pemasok.	Hasil pertanian bisa diolah sendiri untuk menaikkan nilai tambah dengan inovasi baru dan bisa dijual langsung ke wisatawan atau dijual di pasar tiban.
MS2	Masyarakat dulu hanya beraktivitas seperti biasa, dan kurang kreativitas untuk berwirausaha.	Meningkatnya jiwa kewirausahaan masyarakat, banyak warga mulai melakukan pekerjaan sampingan dengan berwirausaha, seperti membuka usaha kecil-kecilan.

Sumber: hasil wawancara 2020

Table 15. Kondisi Sosial Budaya sebelum dan sesudah berdirinya desa wisata Tanon

Narasumber	Kondisi sebelum	Kondisi sesudah
P, AD2, dan MS1	Tingkat pendidikan masyarakat rendah. Jarang ada anak muda yang mau meneruskan sekolah. Mayoritas orang tua tidak menganggap penting pendidikan.	Terjadi perubahan pola pikir anak muda dan orang tua tentang pentingnya pendidikan. Tingkat pendidikan yang awalnya hanya lulusan SD atau SMP, sekarang sudah banyak yang mulai masuk perguruan tinggi di berbagai universitas dan bahkan sudah mulai banyak lulusan kuliah.

Narasumber	Kondisi sebelum	Kondisi sesudah
MS3	Dulu banyak masyarakat yang tidak tahu akan kesenian tradisional tari topeng ayu dan kuda debog dari dusun Tanon, sehingga dikhawatirkan seni tari kearifan lokal ini akan memudar.	Muncul perhatian masyarakat terhadap kesenian tradisional. Tarian Topeng Ayu dan kesenian tradisional lain dari dusun Tanon semakin dikenal masyarakat luas. Bahkan sekarang dusun Tanon di kenal sebagai desa menari.
PN1, dan PN2	Anak-anak muda yang mempunyai hobi berkesenian tidak bisa menjalankan pentas secara rutin di dusun karena ketika akan menyelenggarakan sebuah event, mereka harus iuran dari keluarganya.	Sekarang dusun Tanon sudah bisa membangun sanggar kesenian. Anak-anak penari sudah bisa pentas di dusunnya sendiri. Hal ini memunculkan rasa bangga, bahagia, senang bisa tampil di dusun sendiri.
AD1, W1, dan MS3	Dulu masyarakat kurang berinteraksi dengan orang luar, dan kurang bersosialisasi dengan orang luar dusun, sehingga pikiran kurang berkembang.	Sekarang ada dampak positif, yaitu ada perubahan pola pikir ke arah positif dan muncul rasa percaya diri masyarakat. Banyak ide baru dari laur yang masuk dan diterima masyarakat.
P, MS1, MS2 dan MS3	Kesenian tradisional di dusun Tanon banyak, tapi tidak bisa berkembang dengan baik dan di kawatirkan tidak dapat di pertahankan ke generasi muda.	Muncul kecintaan anak-anak di dusun Tanon terhadap kesenian tradisional dusun Tanon, anak-anak sekarang pun semakin berminat belajar kesenian tradisional.
MS1	Tidak ada wadah dan sarana belajar untuk mengembangkan imajinasi pemuda dan anak anak.	Sekarang sudah dibangun Taman belajar, agar anak-anak bisa bermain sambil belajar disitu dan berkembang pemikirannya.

Sumber: hasil wawancara 2020

Table 16. Kondisi Lingkungan sebelum dan sesudah berdirinya desa wisata Tanon

Narasumber	Kondisi sebelum	Kondisi sesudah
P	Tata kelola lingkungan belum memperhatikan secara serius untuk berbasis konservasi.	Sekarang lingkungan lebih tertata, masyarakat lebih sadar lingkungan dan kebersihan
AD1, MS2, dan W3.	Masyarakat kurang sadar tentang kebersihan lingkungan, masyarakat masih membuang sampah sembarangan.	Sekarang lingkungan dusun Tanon sendiri mulai aman, dan terjaga bersih.
W1	Dulu lingkungannya terlihat kotor, tidak terjaga, tidak ada penataan tempat.	Lingkungan lebih tertata, masyarakat lebih sadar lingkungan dan kebersihan. Pasar tiban juga lebih tertata.

Sumber: hasil wawancara 2020

PEMBAHASAN dan DISKUSI

Desa wisata Tanon berada di desa Ngrawan Kecamatan Kabupaten Semarang Jawa Tengah, secara resmi terbentuk pada tanggal 17 Februari 2012. Desa wisata Tanon juga terkenal sebagai desa menari, karena kesenian tari tradisional di sana dijadikan sebagai daya tarik wisatawan dan dijadikan pintu masuk untuk melestarikan budaya tari masyarakat dusun Tanon. Dusun Tanon menjadi desa wisata Tanon dilakukan dengan pendekatan berbasis pemberdayaan masyarakat desa Tanon CBT (Community Based Tourism). Pembentukan desa wisata Tanon berbasis CBT dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi pada dampak manfaat.

Tahap perencanaan dilakukan oleh sang pelopor, yang pertama kali merencanakan dusun Tanon menjadi desa wisata Tanon. Sebelum dikembangkan menjadi desa wisata, dusun Tanon mengalami permasalahan yang meliputi permasalahan sosial, ekonomi, budaya dan lingkungan. Selain adanya berbagai permasalahan, yang mendasari munculnya ide adalah adanya potensi di dusun Tanon. Dengan potensi-potensi yang ada di dusun Tanon, masyarakat dapat menjadi masyarakat yang produktif dan berbudaya. Pada dasarnya seluruh masyarakat dusun Tanon masih memiliki hubungan kekeluargaan sampai sekarang. Karena masih adanya hubungan kekeluargaan, maka seluruh karakter masyarakat Tanon memiliki kesamaan yaitu dari budaya seni tari. Potensi budaya seni tari yang ada di dusun Tanon adalah Tari Topeng, kuda debog dan lain-lain. Tahapan perencanaan yang dilakukan dalam merintis desa nawisata Tanon yaitu berbagi ide atau gagasan kepada masyarakat, karena sang pelopor ingin mengembangkan desa dengan mendapat dukungan dari masyarakat sekitar. Dari ide atau gagasan kemudian dibuat sebuah konsep untuk disosialisasikan kepada masyarakat secara bertahap.

Hal ini konsisten dengan pernyataan Drake dalam (Akbar, 2018) yang menjelaskan bahwa tahap pelaksanaan dalam pengembangan pariwisata dengan pendekatan CBT dapat dilakukan dengan melalui 3 (tiga) tahapan yaitu, tahap perencanaan, tahap implementasi, dan evaluasi dampak manfaat. Tahap perencanaan yaitu tahap masyarakat yang memiliki partisipasi aktif dalam proses perencanaan yang ingin dilaksanakan. Tahap implementasi, pada tahap ini semua ide atau gagasan dari masyarakat yang terkait dengan pengembangan dan disatukan menjadi tahap pelaksanaan program pembangunan wisata. Kemudian evaluasi terhadap dampak manfaat, terlaksananya program pembangunan wisata karena

adanya keterlibatan masyarakat, sehingga nantinya akan mendapatkan manfaat yang baik untuk masyarakat.

Dengan berjalannya waktu dan terlaksananya tahap yang dilakukan, sang pelopor dan masyarakat sekitar dusun Tanon banyak melakukan kerjasama dengan berbagai pihak, seperti perusahaan, perguruan tinggi, pemerintahan dan masih banyak lagi. Salah satu perusahaan yang mau bekerjasama sekaligus membina masyarakat dusun Tanon adalah perusahaan Astra. Perusahaan Astra merupakan perusahaan yang membantu dalam mengembangkan SDM pada masyarakat dusun Tanon dan membangun infrastruktur pada dusun Tanon.

Keberadaan desa wisata Tanon memberikan dampak positif pada masyarakat desa. Dari aspek dampak ekonomi, terjadi peningkatan penghasilan masyarakat dari penghasilan sebelumnya. Terbukanya kesempatan kerja baru, seperti pemandu wisata, pengelola outbond, wirausaha, dll. Masyarakat yang tadinya bekerja sebagai buruh bangunan di luar kota, sekarang dapat bekerja di dusunnya sendiri. Setelah adanya desa wisata, dusun Tanon jadi terkenal luas dan terlihat lebih maju dari yang sebelumnya. Sekarang masyarakat bisa berjualan barang dagangan ke pasar Tiban karena banyaknya tamu wisatawan datang. Rumah yang awalnya jadi tempat tinggal, sekarang bisa lebih bernilai jadi tempat homestay untuk para tamu wisatawan sehingga nilai tanah juga menjadi naik. Terjadi peningkatan jumlah produksi dan penjualan produk pertanian dan peternakan. Hasil pertanian bisa diolah sendiri untuk menaikkan nilai tambah dengan inovasi baru dan bisa dijual langsung ke wisatawan atau dijual di pasar tiban. Meningkatnya jiwa kewirausahaan masyarakat, banyak warga mulai melakukan pekerjaan sampingan dengan berwirausaha, seperti membuka usaha kecil-kecilan. Berkembangnya permainan tradisional dengan aneka permainan outbond seperti flying fox dan lain-lain.

Dari aspek sosial budaya, sebelum menjadi desa wisata tingkat pendidikan masyarakat rendah, karena mayoritas orang tua tidak menganggap pentingnya pendidikan. Masyarakat kurang berinteraksi dan kurang bersosialisasi dengan orang luar dusun. Pemuda dusun Tanon yang mempunyai hobi berkesenian tidak bisa menjalankan pentas secara rutin dan tidak ada wadah dan sarana belajar untuk mengembangkan imajinasi pemuda dan anak-anak dusun Tanon. Setelah ada desa wisata Tanon, terjadi perubahan pola pikir anak muda dan orang tua tentang pentingnya pendidikan. Tingkat pendidikan yang awalnya hanya lulusan SD atau SMP, sekarang sudah banyak yang mulai masuk

perguruan tinggi di berbagai universitas dan bahkan sudah mulai banyak lulusan perguruan tinggi.

Ada perubahan pola pikir ke arah positif dan muncul rasa percaya diri dari masyarakat. Banyak ide baru dari luar yang masuk dan diterima masyarakat. Muncul kecintaan anak-anak di dusun Tanon terhadap kesenian tradisional dusun Tanon, anak-anak sekarang pun semakin berminat belajar kesenian tradisional. Muncul perhatian masyarakat terhadap kesenian tarian Topeng ayu dan Kuda debog dari dusun Tanon semakin dikenal masyarakat luas, bahkan dusun Tanon di kenal sebagai desa menari. Sekarang dusun Tanon sudah bisa membangun sanggar kesenian dan anak.

Untuk aspek dampak terhadap lingkungan, kondisi lingkungan sebelum menjadi desa wisata Tanon, tata kelola lingkungan belum memperhatikan secara serius untuk berbasis konservasi. Masyarakat kurang sadar tentang kebersihan lingkungan, tidak terjaga dan masyarakat masih membuang sampah sembarangan dan tidak ada penataan tempat. Sekarang lingkungan lebih tertata dan masyarakat juga sadar lingkungan terkait konservasi dan kebersihan lingkungan.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

Desa wisata Tanon dikembangkan melalui pendekatan berbasis pemberdayaan masyarakat (CBT). Dalam penerapan konsep pemberdayaan masyarakat sangat penting didukung dengan semangat kewirausahaan sosial yang dimiliki para pelopor atau inisiator ide awal. Langkah pengembangan desa wisata Tanon meliputi beberapa tahap, yang mencakup tahap perencanaan, tahap pelaksanaan/implementasi dan tahap evaluasi dampak. Pada tahap pelaksanaan ada sejumlah langkah-langkah penting yang dilakukan, yang meliputi: Menyampaikan ide gagasan ke aparat desa; Melakukan sosialisasi ide ke masyarakat; Melibatkan organisasi setempat seperti Pokdawis, karang taruna, kelompok seni untuk terlibat aktif; Menyiapkan program promosi dan mengembangkan jejaring; Menerapkan sistem manajemen sederhana dan SOP. Kehadiran desa wisata Tanon memberi manfaat dalam bentuk dampak positif baik dari sisi ekonomi, sosial budaya maupun lingkungan.

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran praktis sebagai berikut:

Bagi masyarakat dusun Tanon

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat dusun Tanon masih kurang berpartisipasi dalam melakukan kegiatan desa wisata. Oleh karena itu, diperlukan koordinasi yang lebih baik dan pemahaman kepada masyarakat dusun Tanon mengenai peran dan fungsi desa wisata agar peran Pokdarwis dan masyarakat setempat dapat ditingkatkan.

Bagi pemerintah khususnya Dinas Pariwisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah khususnya Dinas Pariwisata terkait masih kurang memperhatikan dalam mengelola semua potensi-potensi yang ada pada dusun Tanon, karena proses pengembangan masih kurang berjalan maksimal. Peran Dinas Pariwisata dibutuhkan guna membangun semangat dan penetapan pendekatan-pendekatan yang akan digunakan dalam program pengembangan desa wisata Tanon kedepan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsani, R. D. P., Suyaningsih, O., Ma'rifah, N., & Aerani, E. (2018). Penerapan konsep *community based tourism (CBT)* di desa wisata candirejo borobudur mewujudkan kemandirian desa. *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 3(2), 135–146. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v3i2.2270>.
- Arikunto, Suharsimi. (1993). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boschee, Jerr, dan McClurg, Jim. (2003). *Toward a Better Understanding of Social Entrepreneurship*.
- Dess, J. Gregory, Jed Emerson & Peter Economy. (2001). *Enterprising Non Profit: A tool for Social Entrepreneur*. Wiley Non Profit Series.
- Drucker, P.F. (1994). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harpercollins Publisher.
- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan desa wisata Nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *III(2)*, 105–117.
- Herawati, T. (2011). Model Pemberdayaan Masyarakat Desa dan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pengembangan Desa Wisata di Depok. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 168–175.
- Kurniawan, B. (2017). Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat Pengembangan Lingkar Wilis Di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal AGRIBIS*, 13(15), 55–85.
- Mustangin, Kusniawati, D., Islami, N. P., Setyaningrum, B., & Prasetyawati, E. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata di Desa Bumiaji. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.24198/jsg.v2i1.15282>.
- Pranatasari, D. (2015). *EKSISTENSI TAMAN AGROWISATA DAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (Studi Kasus melalui penyuluhan bagi kelompok wirausaha sosial di Desa Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang)*.
- Rochman, N. (2016). *MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*. *Equilibria Pendidikan*, 1(1), 27–39.
- Saragih, R. (2017). Membangun USAha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.

- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>.
- Trisnawati, A. E., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(1), 29–33. <https://doi.org/10.17977/JPTPP.V3I1.10356>.
- Wibowo, H. (2010). Kewirausahaan Sosial. In *Program Manager*. <https://www.desawisatanon.com/>.
- <https://www.antaraneews.com/berita/577377/trisno-menyulap-kampung-menjadi-desawisata-tanon>.

PENGEMBANGAN MODEL SISTEM PENJAMINAN MUTU INTERNAL DI PERGURUAN TINGGI KESEHATAN SWASTA STUDI KASUS DI STIKES INDONESIA MAJU

Catur Septiawan G³¹

Erwin Sujana²

STIKes Indonesia Maju

Abstract

Higher education has a very important role in producing quality graduates. This quality will be achieved if the Internal Quality Assurance System (SPMI) is implemented in the university. Indonesia Maju School of Health Sciences (STIKIM) as one of the private health universities in Indonesia also implements SPMI. The purpose of this study was to determine the SPMI model in STIKIM. The research method used is qualitative research with a case study design. The data analysis method is based on the Miles and Huberman model. This research lasted for six months with 6 (six) informants. The results of this study found that STIKIM uses the SPMI organizational model through a special unit, namely by the Internal Education Development and Quality Assurance Unit (SP3MI) working unit that runs the SPMI. Suggestions from the results of this study are that human resources in the SP3MI unit are added because based on the organizational structure, there are multiple positions in the SP3MI work unit so that the work results are not optimal.

Keywords: Model Development, SPMI, Higher Education Health

Abstrak

Perguruan Tinggi memiliki peran yang sangat penting dalam menghasilkan lulusan yang berkualitas. Kualitas tersebut akan tercapai jika diimplementasikannya Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di perguruan tinggi tersebut. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) sebagai salah satu perguruan tinggi kesehatan swasta di Indonesia juga mengimplementasikan SPMI. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model SPMI di STIKIM. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan desain studi kasus. Metode analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman. Penelitian ini berlangsung selama enam bulan dengan informan sebanyak 6 (enam) orang. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa STIKIM menggunakan model pengorganisasian SPMI melalui unit khusus yaitu oleh unit kerja Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI) yang menjalankan SPMI. Saran dari hasil penelitian ini yaitu agar sumber daya manusia di unit SP3MI ditambah karena berdasarkan struktur organisasi terlihat adanya rangkap jabatan di unit kerja SP3MI sehingga hasil kerjanya tidak maksimal.

Kata kunci: Pengembangan Model, SPMI, Perguruan Tinggi Kesehatan

PENDAHULUAN

Di era dunia tanpa batas yang penuh dengan persaingan, pendidikan tinggi di Indonesia menghadapi banyak tantangan agar terus kompetitif baik di tingkat daerah,

³¹Uima.penjaminmutu@gmail.com

nasional, maupun internasional. Oleh sebab itu perguruan tinggi harus berbasis pada mutu agar mempunyai daya saing. Mutu di perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan tinggi, mempunyai arti bahwa misi, tujuan, serta sasaran yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi telah sesuai dengan persyaratan, harapan, dan kepuasan pemangku kepentingan/stakeholder. Hal ini perlu menjadi perhatian karena penilaian pemangku kepentingan senantiasa berkembang. Oleh sebab itu, pelaksanaan penjaminan mutu di perguruan tinggi juga harus selalu disesuaikan pada perkembangan tersebut secara berkelanjutan sebagai sebuah sistem.

Sistem penjaminan mutu merupakan suatu proses sistematis dan berkelanjutan yang bertujuan menghasilkan, mempertahankan, dan meningkatkan mutu suatu institusi sehingga mutunya terjamin dan diakui masyarakat. Sistem penjaminan mutu di perguruan tinggi dilakukan untuk mengukur seberapa efektif kebijakan akademik yang diterapkan, selain untuk meningkatkan daya saing di antara Perguruan Tinggi. Menurut Kementerian Riset dan Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristekdikti, 2017) sistem penjaminan mutu perguruan tinggi adalah proses perencanaan, pemenuhan, pengendalian, dan pengembangan standar pendidikan tinggi secara konsisten agar semua pemangku kepentingan baik internal dan eksternal perguruan tinggi dapat memperoleh kepuasan atas kinerja dan keluaran perguruan tinggi.

Perguruan tinggi melakukan upaya peningkatan mutu pendidikan tinggi diantaranya melalui implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal. Menurut Pasal 53 dan Pasal 52 ayat (4) UU Dikti, SPM Dikti terdiri atas Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) dan Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) (Kemenristekdikti, 2017). Kegiatan penjaminan mutu perguruan tinggi dilaksanakan dalam sebuah sistem yang disebut Sistem Penjaminan Mutu Internal Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk menjamin mutu Pendidikan Tinggi yang diselenggarakan oleh setiap Perguruan Tinggi melalui penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi, dalam rangka mewujudkan visi serta memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan internal dan eksternal perguruan tinggi. SPMI adalah kegiatan sistemik penjaminan mutu pendidikan tinggi oleh setiap perguruan tinggi secara mandiri untuk mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan (Kemenristekdikti, 2017).

Untuk pencapaian kualitas/mutu perguruan tinggi yang berkelanjutan (*continuous quality improvement*), pelaksanaan sistem penjaminan mutu adalah sebuah kewajiban, karena perguruan tinggi yang menjamin mutunya akan senantiasa memenuhi kebutuhan

dan kepuasan pelanggannya. Pelanggan (*costumer*) yang puas akan meningkat menjadi pelanggan yang loyal dan hal ini berarti akan memberikan manfaat bagi organisasi yang bersangkutan. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi wilayah III DKI Jakarta juga perlu untuk terus melakukan evaluasi sistem penjaminan mutu agar STIKIM senantiasa memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Salah satu ukuran untuk mengetahui bahwa pelaksanaan penjaminan mutu di STIKIM sudah berjalan baik adalah perolehan peringkat nilai akreditasinya terutama berkaitan dengan adanya peraturan BAN-PT Nomor 1 Tahun 2020 yang didalamnya mensyaratkan agar terakreditasi baik sekali maupun unggul telah berjalannya sistem penjaminan mutu internal dengan baik.

Apabila STIKIM memperoleh akreditasi baik sekali bahkan sampai mendapatkan predikat unggul tentunya menjadi salah satu daya tarik/daya saing bagi calon mahasiswa untuk bersedia kuliah di STIKIM. Berdasarkan studi pendahuluan di peroleh bahwa di dalam rencana strategis 2019- 2024 ada program kerja berkaitan dengan kelembagaan yang menjadi target capaian adalah meningkatkan nilai akreditasi institusi dari peringkat baik sekali (berdasarkan Surat Keputusan BAN PT Nomor 1 Tahun 2020) menuju ke peringkat unggul. Oleh sebab itu perlu adanya peninjauan dan pengembangan SPMI agar menunjang perolehan nilai akreditasi institusi kearah predikat unggul. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk diketahuinya model SPMI yang berjalan di STIKIM dan pengembangannya untuk mendukung perbaikan peringkat akreditasi institusi STIKIM tahun 2024.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI)

Undang Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (UU Dikti) dalam Pasal 53, menyatakan bahwa Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi (SMPT) terdiri atas Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) dan Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) atau akreditasi. SPMI adalah kegiatan sistemik penjaminan mutu pendidikan tinggi oleh setiap perguruan tinggi secara otonom atau mandiri untuk mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan. Dengan demikian, setiap perguruan tinggi dapat mengembangkan sendiri SPMI antara lain sesuai dengan latar belakang sejarah, nilai dasar yang menjiwei pendirian perguruan tinggi

itu, jumlah program studi dan sumber daya perguruan tinggi tersebut tanpa campur tangan pihak lain (Kemenristekdikti, 2017).

Walaupun setiap perguruan tinggi dapat mengembangkan SPMI secara otonom atau mandiri, namun terdapat hal mendasar yang harus ada di dalam SPMI setiap perguruan tinggi. Di dalam Pasal 52 ayat (2) UU Dikti disebutkan bahwa penjaminan mutu dilakukan melalui 5 (lima) langkah utama yang disingkat PPEPP, yaitu Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi (pelaksanaan), Pengendalian (pelaksanaan), dan Peningkatan Standar Dikti. Hal ini berarti bahwa kelima langkah utama tersebut harus ada dalam melaksanakan SPMI, bahkan merupakan inti dari SPMI di setiap perguruan tinggi. Sesuai dengan istilah 'internal' di dalam SPMI, kelima langkah tersebut harus dilaksanakan secara internal oleh perguruan tinggi (Kemenristekdikti, 2017).

Lima langkah utama, yaitu PPEPP di dalam SPMI suatu perguruan tinggi merupakan proses implementasi Standar Dikti dalam SPMI. Menurut Pasal 54 UU Dikti, standar yang harus digunakan di dalam SPMI setiap perguruan tinggi adalah Standar Dikti yang terdiri atas Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN Dikti) yang ditetapkan oleh Menteri, dan Standar Dikti yang ditetapkan oleh setiap perguruan tinggi dengan mengacu pada SN Dikti. SN Dikti merupakan satuan standar yang meliputi Standar Nasional Pendidikan ditambah dengan Standar Nasional Penelitian, dan Standar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat. Sementara itu, Standar Dikti yang ditetapkan oleh setiap perguruan tinggi terdiri atas sejumlah standar dalam bidang akademik dan bidang non akademik yang melampaui SN Dikti. SN Dikti sebagai standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, telah ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) No. 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional (SN) Pendidikan Tinggi (Dikti). Sebagaimana diuraikan di atas, SPMPPT yang terdiri atas SPMI dan SPME harus didasarkan pada Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PD Dikti). Dengan demikian, setiap perguruan tinggi harus membentuk PD Dikti yang menyimpan data dan informasi yang akurat, valid, dan mutakhir yang dapat digunakan untuk mengukur ketercapaian atau pemenuhan Standar Dikti di dalam SPMI perguruan tinggi tersebut. Sekaligus dapat pula digunakan oleh LAM atau BAN-PT untuk melakukan akreditasi (Kemenristekdikti, 2017).

Hal lain tentang SPMI adalah tentang keberadaan unit kerja SPMI untuk mengelola SPMI, menurut Permenristekdikti No. 62 Tahun 2016 Tentang SPMPPT, keberadaan unit kerja SPMI bukan merupakan keharusan, melainkan yang menjadi keharusan adalah keberadaan SPMI di setiap perguruan tinggi (Kemenristekdikti, 2017). Implementasi

Standar dalam SPMI (Standar Dikti) terdiri atas sebuah siklus yang mencakup Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi pelaksanaan, Pengendalian pelaksanaan, dan Peningkatan (PPEPP) Standar dalam SPMI (Standar Dikti) (Kemenristekdikti, 2017).

1. Penetapan Standar Dikti Standar adalah pernyataan dalam bentuk kalimat yang berisi sesuatu yang dicitakan atau diinginkan untuk dicapai, suatu tolok ukur atau kriterium atau spesifikasi tertentu, atau dapat berupa perintah untuk melakukan sesuatu. Di dalam SPMI, standar yang dimaksud adalah Standar dalam SPMI (Standar Dikti), yang terdiri atas standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, yaitu Standar Nasional Dikti (SN Dikti), dan standar yang harus ditetapkan sendiri oleh setiap perguruan tinggi yang disebut Standar Dikti yang ditetapkan oleh perguruan tinggi. Standar Dikti yang ditetapkan perguruan tinggi wajib melampaui SN Dikti atau standar lain yang sama sekali tidak tercakup dalam SN Dikti, sehingga merupakan kekhasan dari perguruan tinggi yang bersangkutan. Artinya, perguruan tinggi wajib menetapkan sendiri berbagai Standar Dikti (yang ditetapkan perguruan tinggi sendiri), yang secara kuantitatif lebih banyak dan/atau secara kualitatif lebih tinggi dari pada SN Dikti.
2. Pelaksanaan Standar Dikti Setelah Standar dalam SPMI (Standar Dikti), yaitu baik SN Dikti maupun Standar Dikti yang ditetapkan perguruan tinggi sendiri, ditetapkan dan diberlakukan pada seluruh tingkat di suatu perguruan tinggi, oleh para pihak yang menjadi subyek atau *audience* (A) dari standar tersebut harus mulai melaksanakan isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) itu. Subyek ini dapat berbeda tergantung dari isi masing-masing Standar Dikti.
3. Evaluasi Pelaksanaan Standar Dikti. Evaluasi Pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) adalah tindakan pejabat struktural pada setiap tingkat perguruan tinggi, termasuk lembaga/kantor penjaminan mutu jika ada, untuk menilai apakah isi berbagai Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah dilaksanakan atau dipenuhi. Dengan kata lain, mereka menilai kesesuaian antara pelaksanaan standar dengan standar yang telah ditetapkan. Tindakan mengevaluasi pelaksanaan standar lazim dikaitkan dengan tindakan memantau (monitoring), sehingga dapat disingkat menjadi 'monev'. Evaluasi adalah penilaian terhadap suatu proses atau kegiatan yang telah selesai dilakukan, yang disebut juga sebagai *summative evaluation*. Evaluasi seperti ini bersifat komprehensif dan utuh, sehingga bukan hanya hasil (output) yang dinilai melainkan juga dampak atau (*outcomes*) dari sebuah proses atau kegiatan. Monitoring adalah

penilaian pula, tetapi dilakukan ketika kegiatan yang dinilai itu masih berjalan, atau disebut sebagai *formative evaluation*. Baik *summative* maupun *formative evaluation* bertujuan:

- a. memastikan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah dilaksanakan sebagaimana telah ditetapkan;
- b. mengantisipasi dan/atau mengoreksi kekeliruan atau kekurangan yang terjadi dalam pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) yang berpotensi menggagalkan pencapaian isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) tersebut; dan
- c. jika tidak ditemukan kekeliruan atau kekurangan, maka tujuan evaluasi atau monitoring adalah mempertahankan pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) yang telah berlangsung.

Selain *formative* dan *summative evaluation*, dikenal juga *diagnostic evaluation*, yaitu evaluasi yang bertujuan mengetahui kelemahan atau kendala yang dapat menghalangi pelaksanaan suatu kegiatan dan mengambil langkah yang diperlukan untuk mengatasi kelemahan atau kendala tersebut.

Formative evaluation dan *summative evaluation* adalah kegiatan audit (auditing), yang jika dilakukan oleh pihak internal dalam suatu perguruan tinggi disebut Audit Mutu Internal (AMI). Sedangkan *summative evaluation* yang dilakukan oleh pihak eksternal disebut akreditasi (*accreditation*). Dalam pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti), evaluasi dilakukan pertama-tama oleh pejabat struktural pada setiap unit kerja dalam suatu perguruan tinggi. Kemudian, untuk menjamin obyektivitas, evaluasi internal dilanjutkan dengan Audit Mutu Internal yang lazim dilakukan oleh para auditor internal yang dapat berada di bawah koordinasi Lembaga atau Kantor Penjaminan Mutu yang terdapat pada perguruan tinggi bersangkutan. Jika hasil dari audit internal ini buruk, maka diperlukan langkah atau tindakan koreksi, sebaliknya jika baik maka praktik baik tersebut dapat dipertahankan dan ditingkatkan mutunya. Pada akhirnya, berdasarkan hasil audit internal ini perguruan tinggi tersebut dapat meminta pihak eksternal untuk melakukan akreditasi atau SPME. Obyek yang dievaluasi dapat berupa:

- a. proses atau kegiatan pelaksanaan isi suatu standar;
- b. prosedur atau mekanisme pelaksanaan isi standar;

c. hasil atau output dari pelaksanaan isi standar; dan

d. dampak atau outcomes dari pelaksanaan isi standar.

Keempat aspek ini dinilai dengan tolok ukur isi dari masing-masing Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Oleh karena cakupan isi Standar Dikti berbagai macam sesuai dengan luas lingkup penyelenggaraan pendidikan tinggi setiap perguruan tinggi, maka waktu dan frekuensi Evaluasi Pelaksanaan Standar Dikti mungkin tidak akan selalu sama.

4. Pengendalian Pelaksanaan Standar Dikti. Pengendalian pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) merupakan tindak lanjut atas berbagai temuan (*findings*) yang diperoleh dari Tahap Evaluasi Pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Jika temuan (*findings*) menunjukkan bahwa pelaksanaan isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah sesuai dengan apa yang telah dicantumkan di dalam Standar dalam SPMI (Standar Dikti), maka langkah pengendaliannya berupa upaya agar pencapaian tersebut tetap dapat dipertahankan. Namun, jika temuan (*findings*) menunjukkan sebaliknya, maka harus dilakukan tindakan koreksi atau perbaikan untuk memastikan agar isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) yang telah ditetapkan dapat terpenuhi. Terdapat beberapa jenis tindakan koreksi sebagai langkah Pengendalian Pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti), yaitu mulai dari penyelenggaraan rapat pimpinan yang khusus membahas hasil evaluasi hingga penjatuhan tindakan koreksi tertentu, antara lain instruksi, teguran, peringatan, penghentian perbuatan/kegiatan, investigasi atau pemeriksaan mendalam, dan penjatuhan sanksi ringan, sedang, hingga berat. Setiap bentuk tindakan koreksi yang diambil atas temuan (*findings*), perlu dicatat di dalam formulir yang dilengkapi dengan informasi seperti tanggal, pihak yang harus melakukan tindakan koreksi, alasan penjatuhan tindakan koreksi, pihak yang menjatuhkan tindakan koreksi, durasi waktu tindakan koreksi harus dilakukan, serta keterangan tentang apakah tindakan koreksi tersebut telah dilaksanakan atau tidak dilaksanakan. Pencatatan langkah tindakan koreksi atas temuan (*findings*) merupakan salah satu luaran SPMI yang akan diperiksa oleh BAN-PT atau LAM dalam menetapkan status akreditasi dan peringkat terakreditasi.
5. Peningkatan Standar Dikti Peningkatan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) adalah kegiatan perguruan tinggi untuk menaikkan atau meninggikan isi Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Kegiatan ini sering disebut *kaizen* atau *continuous quality improvement (CQI)*, dan hanya dapat dilakukan apabila Standar dalam SPMI (Standar Dikti) telah

melalui keempat tahap siklus SPMI di atas, yaitu Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi pelaksanaan, dan pengendalian pelaksanaan Standar dalam SPMI (Standar Dikti). Peningkatan Standar dalam SPMI (Standar Dikti) untuk meningkatkan mutu perguruan tinggi sesuai perkembangan kebutuhan masyarakat, kemajuan.

Model Organisasi dan Kelembagaan Sistem Penjaminan Mutu Internal

Implementasi SPMI di suatu perguruan tinggi dilakukan baik pada tingkat perguruan tinggi (Universitas, Institut, Sekolah Tinggi, Politeknik, Akademi, Akademi Komunitas), maupun di tingkat unit pengelola program studi (Jurusan, Departemen, Bagian).

Setiap perguruan tinggi bebas menentukan model organisasi atau kelembagaan dalam mengimplementasikan SPMI. Selain karena tidak terdapat peraturan yang mewajibkan mereka untuk memilih model tertentu, juga karena setiap perguruan tinggi memiliki perbedaan dalam hal latar belakang sejarah, tata nilai atau nilai dasar organisasi, kemampuan sumber daya, jumlah program studi, jumlah mahasiswa dsb, sehingga tidak tepat jika sebuah perguruan tinggi meniru model organisasi dan kelembagaan SPMI dari perguruan tinggi lain. Pada prinsipnya, terdapat 3 (tiga) model pengorganisasian yang dapat dipilih oleh perguruan tinggi dalam mengimplementasi SPMI, yakni (Kemenristekdikti, 2017):

- a. Membentuk unit khusus SPMI;
- b. Mengintegrasikan implementasi SPMI ke dalam manajemen perguruan tinggi; atau
- c. Mengombinasikan model a dan b
 - a) Membentuk unit khusus SPMI unit SPMI dibentuk pada aras perguruan tinggi dengan tugas dan fungsi memfasilitasi implementasi SPMI di perguruan tinggi yang bersangkutan. Unit ini memiliki struktur organisasi, mekanisme kerja, personalia dan anggaran. Pada aras yang lebih rendah, dapat dibentuk juga unit SPMI yang lebih kecil yang secara hirarkhis bertanggung jawab kepada unit SPMI pada aras perguruan tinggi. Pengelola unit SPMI tidak boleh dirangkap jabatan struktural lain. Pada aras perguruan tinggi unit SPMI dapat diposisikan di bawah wakil Rektor/Wakil Ketua/Wakil Direktur atau langsung di bawah koordinasi Rektor/Ketua/Direktur.

Kekuatan

- Pertama, model ini dipandang sebagai cara pengorganisasian implementasi SPMI yang tepat, karena unit SPMI yang terpisah dari berbagai jabatan struktural secara teoritik maupun praktik dipandang lebih independen. Independensi yang melekat pada unit SPMI tersebut akan mendukung pelaksanaan monitoring & *evaluation* (termasuk audit internal) secara objektif.
- Kedua, keberadaan unit SPMI dapat dipandang sebagai cara perguruan tinggi tersebut melaksanakan salah satu prinsip dari *good university governance*, yaitu akuntabilitas.
- Ketiga, unit SPMI yang dibentuk secara independen dan akuntabel akan membuatnya menjadi kuat dan disegani oleh berbagai pihak yang kinerjanya akan dimonitor, dievaluasi, dan diaudit oleh unit SPMI tersebut. Dengan kata lain, keberadaan unit SPMI diyakini dapat menimbulkan efek psikologis berupa sikap respek dari unit lain di dalam perguruan tinggi.

Kelemahan

- Pertama, model ini membutuhkan biaya serta sumber daya manusia yang relatif besar yang dapat memberatkan perguruan tinggi yang tidak memiliki cukup banyak SDM, memiliki *student body* yang kecil, jumlah prodi yang sedikit, dan sumber dana yang terbatas. Akibatnya, model ini dapat menjadi tantangan atau bahkan menghambat implementasi SPMI pada perguruan tinggi kecil.
- Kedua, keberadaan unit SPMI dinilai memperbesar struktur organisasi perguruan tinggi dan memperpanjang mata rantai birokrasi, sehingga potensial membebani perguruan tinggi tersebut. Penambahan sebuah unit pada organisasi perguruan tinggi dapat menimbulkan dampak psikologis, seperti munculnya keresahan karena merasa ada pihak tertentu yang akan berperan seperti 'polisi, pengawas' atau *watchdog* yang akan mengawasi mereka dalam bekerja.
- Ketiga, apabila unit SPMI tersebut secara struktural berkedudukan tidak lebih tinggi dari fakultas atau unit pengelola program studi, efektivitasnya dalam melaksanakan fungsi implementasi SPMI diragukan. Hal ini disebabkan fakultas atau unit pengelola program studi yang merasa berada pada posisi lebih tinggi atau sederajat dengan unit SPMI akan cenderung mengabaikan saran dan/atau rekomendasi dari unit SPMI.

- b) Mengintegrasikan Implementasi SPMI ke dalam Manajemen Perguruan Tinggi Pada model ini, SPMI diimplementasikan oleh setiap pejabat struktural, misalnya Dekan, Ketua Jurusan, Wakil Rektor/Ketua/Direktur, Kepala Biro, Kepala Laboratorium, hingga Rektor/Ketua/Direktur. Dalam model ini, tidak ditemukan koordinasi terpusat pelaksanaan SPMI oleh unit SPMI pada aras perguruan tinggi, tetapi kendali implementasi SPMI berada pada masing-masing pejabat itu.

Kelebihan

- Pertama, model ini cocok untuk perguruan tinggi kecil atau yang baru didirikan dengan jumlah SDM yang masih terbatas, jumlah program studi dan mahasiswa yang relatif sedikit. Dengan melekatkan tugas mengimplementasikan SPMI pada jabatan struktural mulai dari aras yang tertinggi, yaitu pemimpin perguruan tinggi hingga aras fakultas atau unit pengelola program studi di dalam perguruan tinggi, membuat implementasi SPMI relatif menjadi lebih hemat dan fleksibel. Dengan model ini, struktur organisasi perguruan tinggi juga akan tetap ramping dan tidak memperpanjang mata rantai birokrasi.
- Kedua, melalui cara ini, setiap dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, bahkan juga para pejabat struktural relatif akan merasa lebih nyaman dalam bekerja mewujudkan budaya mutu sebab tidak ada perasaan dipaksa dan diawasi oleh semacam *watchdog*.

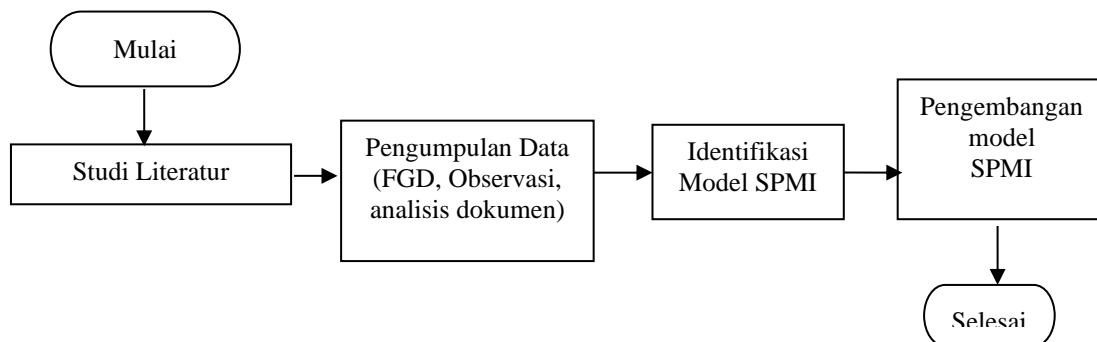
Kekurangan

- Pertama, model ini diragukan dari aspek efektivitas, objektivitas, dan akuntabilitas. Menyerahkan implementasi SPMI pada para pejabat struktural yang kinerjanya justru akan diuji dengan SPMI dapat dinilai kurang layak dan etis. Implementasi SPMI dengan model ini diragukan efektivitasnya karena model ini amat tergantung pada inisiatif dan ketegasan pejabat struktural.
 - Kedua, model ini dapat mengakibatkan implementasi SPMI berlangsung tidak serentak, berbeda-beda, dan dengan kecepatan tidak sama karena tidak ada koordinasi dari aras tertinggi perguruan tinggi. Beberapa unit kerja mungkin ada yang mampu dan tidak mampu mengimplementasikan SPMI secara optimal tergantung pada pejabat struktural masing-masing.
- c) Mengombinasikan model a dan b. Perguruan tinggi dapat mengombinasikan kedua model di atas dengan alasan dan tujuan tertentu sebagai berikut:

- Pertama, sebagai pemula sebuah perguruan tinggi membentuk sebuah *task force* atau tim *ad hoc* dengan tugas pokok menyusun Dokumen SPMI, setelah itu dibentuk unit SPMI untuk melanjutkan langkah sesuai mekanisme SPMI. Model ini dapat diadopsi jika jumlah SDM pada perguruan tinggi itu masih terbatas, sehingga pembentukan unit SPMI terkendala, padahal penetapan standar SPMI sudah mendesak. Namun, ketika perguruan tinggi harus melaksanakan isi berbagai standar lalu mengevaluasi dan mengendalikan pelaksanaannya, misalnya dengan melakukan monitoring dan audit maka model *task force* ini dapat menjadi kurang efektif. Di sini kemudian perlu dibentuk unit SPMI dan membubarkan *task force* atau mengubah personalia *task force* menjadi pengelola unit SPMI.
- Kedua, perguruan tinggi membentuk unit SPMI di aras perguruan tinggi dengan tugas pokok mengimplementasi SPMI. Tugas ini berjalan secara sistematis, efektif, dan menimbulkan dampak psikologis bagi seluruh pemangku kepentingan internal sehingga mereka mulai sadar mutu, dan secara perlahan namun pasti tercipta budaya mutu pada perguruan tinggi tersebut. Kemudian, setelah proses pelembagaan SPMI dinilai telah cukup matang dan budaya mutu telah mulai terinternalisasi, secara bertahap tugas pokok dan fungsi dari unit khusus tersebut mulai dialihkan ke para pejabat struktural pada semua aras dan unit tersebut dapat ditiadakan. Peniadaan unit SPMI ini tidak berarti implementasi SPMI menjadi terhenti karena setiap pejabat struktural sesuai dengan tugas, wewenang, dan tanggung jawabnya masing-masing yang akan melanjutkan implementasi SPMI.
- Ketiga, perguruan tinggi mengorganisasikan implementasi SPMI dengan membentuk unit SPMI di aras perguruan tinggi yang membawahi semua unit kerja di perguruan tinggi tersebut. Namun, pada aras unit kerja seperti fakultas tidak dibentuk unit SPMI yang lebih kecil, tetapi implementasi SPMI diserahkan pada jabatan struktural seperti Dekan, Wakil Dekan, Ketua Jurusan, Sekretaris Jurusan, Kepala Laboratorium, dsb. Kemudian, unit SPMI di aras perguruan tinggi akan menjalankan tugas memonitor, mengevaluasi, dan mengaudit pelaksanaan SPMI di semua unit kerja.

METODA

Metode penelitian yang di gunakan dalam peneltian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, *Focus Group Discussions (FGD)*, dan analisis dokumen. *FGD* yang di lakukan dengan melibatkan 6 (enam) informan yaitu Ketua yayasan Indonesia Maju, Ketua STIKIM, Wakil Ketua 1 Bidang Akademik, Ketua Senat STIKIM, Ketua SP3MI, dan Kepala Departemen. *FGD* di laksanakan pada tanggal 20 Mei 2020 sedangkan waktu penelitian dilakukan selama bulan Juli hingga bulan November 2020. Adapun secara umum, alur penelitian ini adalah sebagai berikut:



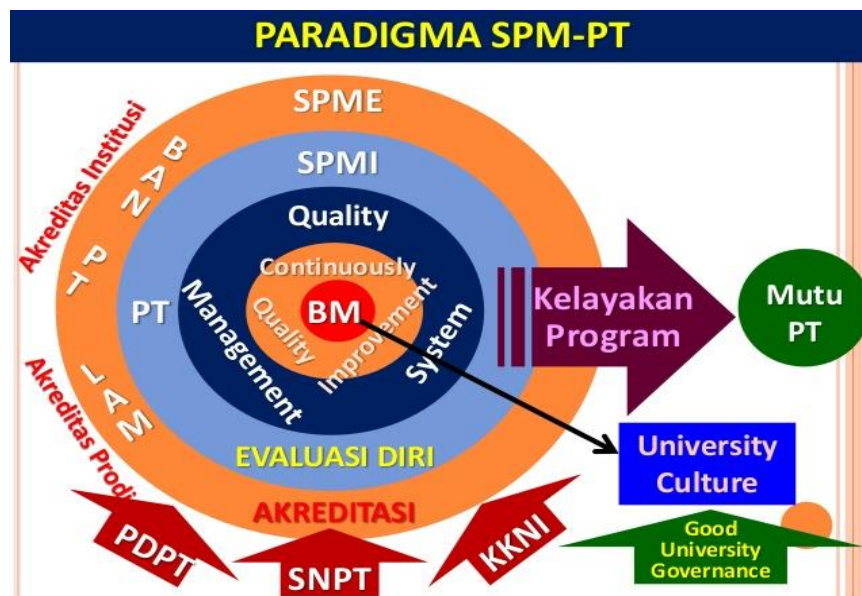
Gambar. 1 Alur Penelitian

Tahapan alur penelitian di tunjukan pada gambar 01 tersebut dapat di jelaskan langkah-langkah penelitian ini yaitu dimulai dari studi literatur mengenai Sistem Penjaminan Mutu Internal dengan mempelajari baik dari buku maupun penelitian-penelitian sebelumnya dan peraturan perundangan yang berlaku di seputar Pendidikan Tinggi khususnya Peraturan Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi yang akan menjadi dasar untuk menelaah model pengorganisasian dan siklus SPMI di STIKIM. Selanjutnya melakukan pengumpulan data dengan melakukan observasi, *FGD*, dan analisis dokumen yang ada di STIKIM. Dari hasil pengumpulan data kemudian dilakukan analisis data menggunakan model *Miles* dan *Huberman* yang bertujuan untuk mendapatkan kesimpulan berkaitan dengan gambaran model pengorganisasian dan siklus SPMI di STIKIM. Setelah itu kemudian di lakukan pengembangan model pengorganisasian dan siklus SPMI di STIKIM agar dapat menunjang peningkatan peringkat akreditasi sesuai harapan dari Yayasan Indonesia Maju sebagai badan penyelenggara STIKIM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Organisasi dan Kelembagaan Sistem Penjaminan Mutu Internal di STIKIM

Penerapan Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) merupakan keputusan strategis yang diambil oleh Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) dalam melakukan upaya perbaikan terhadap sistem, proses, pengelolaan sumber daya serta transformasi kebijakan pengelolaan institusi, dimana harapan lebih jauh dari pengembangan dan penerapan Penerapan Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) yang terintegrasi dengan Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi (SPMPT) ini adalah terciptanya efektifitas pengelolaan institusi terhadap seluruh aspek yang ada di dalamnya.

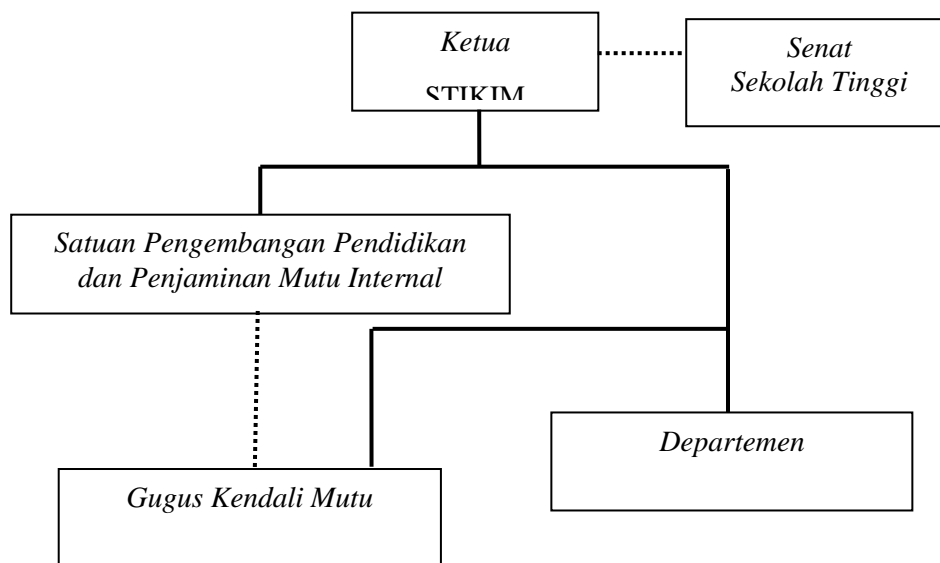


Gambar 2. Keterkaitan SPMI STIKIM dengan Sistem Lain

Dari gambar tersebut di atas tampak bahwa Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*) di lingkungan Perguruan Tinggi khususnya STIKIM sudah menjadi suatu keharusan, dimana secara internal (*internally driven*) STIKIM akan selalu dituntut untuk selalu melakukan Penjaminan Mutu (*Quality Assurance*) secara terinstitusi (kelembagaan) dengan tujuan untuk menghasilkan lulusan berkualitas serta sebagai pemenuhan persyaratan pelanggan/stakeholder.

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) mengimplementasikan SPMI di dasari oleh adanya UU No 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, Permenristekdikti No. 62 tahun 2016 tentang sistem penjaminan mutu pendidikan tinggi, Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3

Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan, serta Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi yang bermuara kepada satu kepentingan yaitu keharusan suatu perguruan tinggi dalam hal ini STIKIM untuk wajib mengimplementasikan SPMI yang di tandai oleh adanya unit yang mengelola SPMI baik di tingkat STIKIM maupun departemen seperti yang terlihat dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 3. Hirarki Hubungan SP3MI pada Tingkat Sekolah Tinggi dengan GKM

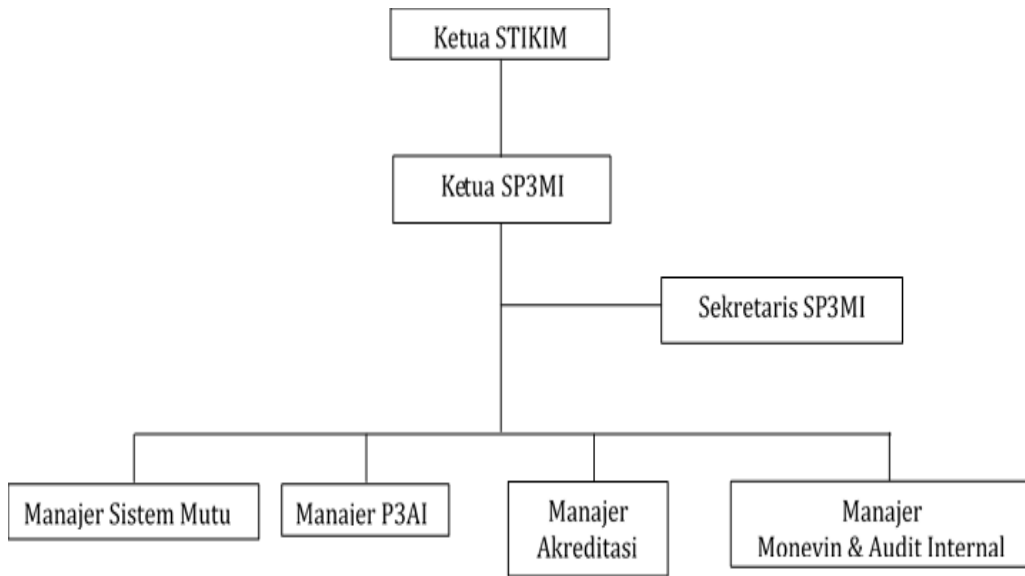
Unit atau Pejabat Khusus Penanggung Jawab SPMI di STIKIM adalah Ketua Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI). STIKIM menganut organisasi SPMI *non embedded* (berdiri sendiri). Hal ini terlihat dari struktur organisasi STIKIM ada unit SP3MI yang tugas pokok dan fungsinya adalah sebagai unit yang melaksanakan kebijakan dan pelaksanaan sistem penjaminan mutu internal di STIKIM. Adanya SP3MI diharapkan dalam menjalankan tupoksinya agar lebih independen. Di tingkat Departemen juga ada Gugus Kendali Mutu (GKM)

Sejarah SP3MI

Sejarah organisasi pelaksana Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju (STIKIM) di mulai dengan terbentuknya Tim Penjaminan Mutu dan Audit Internal (TPMAI) pada tahun 2010. Tim ini masih berupa Tim *Ad Hoc* dengan personil 3 (tiga) orang yaitu Catur Septiawan G, Rahmat Supriatna dan Fajar Saputra. TPMAI dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Ketua STIKIM No. 186/SK/K/STIKIM/XII/2010 yang bertujuan agar berperan penting dalam meningkatkan

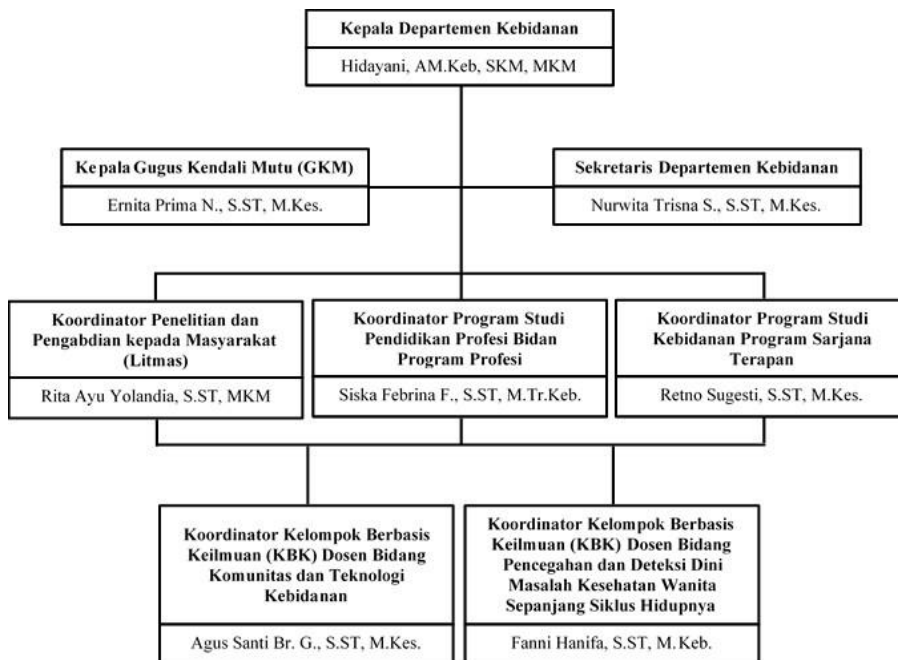
akreditasi program studi dan mengawal proses peningkatan mutu melalui berbagai kegiatan penguatan manajemen mutu dan audit internal mutu akademik.

Berdasarkan Evaluasi yang dilakukan oleh Ketua STIKIM pada tahun 2012 yang menyatakan bahwa TPMAI keberadaannya sangat membantu organisasi STIKIM dan perlu ditingkatkan keberadaannya, maka Selanjutnya pada tahun 2012 keberadaan TPMAI di permanenkan keberadaannya dalam Struktur Organisasi STIKIM dengan menggunakan nomenklatur Badan Penjaminan Mutu dan Audit Internal (BPMAI) dengan Surat Keputusan Yayasan Indonesia Maju No.185/SK/YIMA/XII/2012, sebagai pengganti TPMAI. Keberadaan BPMAI berlangsung sampai tahun November 2016. Pada bulan Desember 2016 sampai tahun November 2017 menggunakan nomenklatur Badan Penjaminan dan Pengawasan Mutu Internal (BPPMI) dengan dikeluarkannya SK Yayasan Indonesia Maju No.073/SK/K/Ka/YIMA/XII/2017. Perubahan nomenklatur tersebut di karenakan di samping BPPMI menjalankan peran sebagai penjaminan mutu internal di bidang akademik, juga mendapat tugas tambahan untuk menjalankan tugas sebagai penjaminan mutu internal di bidang non akademik (Berperan sebagai Satuan Pengawas Internal/SPI). Selanjutnya pada bulan Desember 2017 – Februari 2019 menggunakan nomenklatur SPMI berdasarkan SK Ketua Yayasan Indonesia Maju (YIMA) No. 3865/SK/K/Ka/YIMA/XII/2017 karena ada pemisahan tugas SPI yang di jadikan organisasi tersendiri. Selanjutnya pada bulan Maret 2019 sampai sekarang (2020) menggunakan nama SP3MI berdasarkan SK Ketua Yayasan Indonesia Maju (YIMA) No. 3865/SK/K/Ka/YIMA/III/2019 karena ada tugas tambahan yaitu menjalankan tugas dan fungsi untuk menjalankan Pusat Pengembangan Pendidikan dan Aktifitas Instruksional (P3AI). Berikut adalah posisi struktur organisasi SP3MI dalam Struktur Organisasi STIKIM.



Gambar 4. Struktur Organisasi SP3MI STIKIM

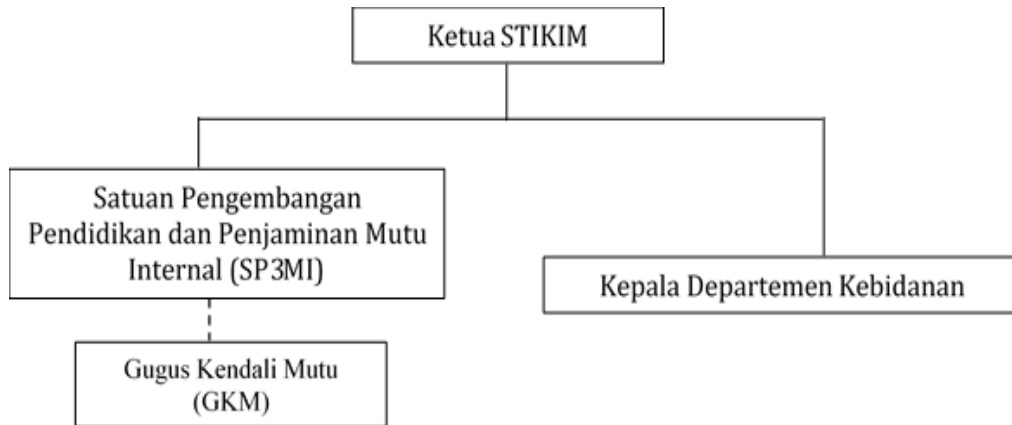
Di tingkat departemen juga ada Gugus Kendali Mutu (GKM) yang posisinya tergambar sebagai berikut:



Gambar 5. Struktur Organisasi departemen Kebidanan STIKIM

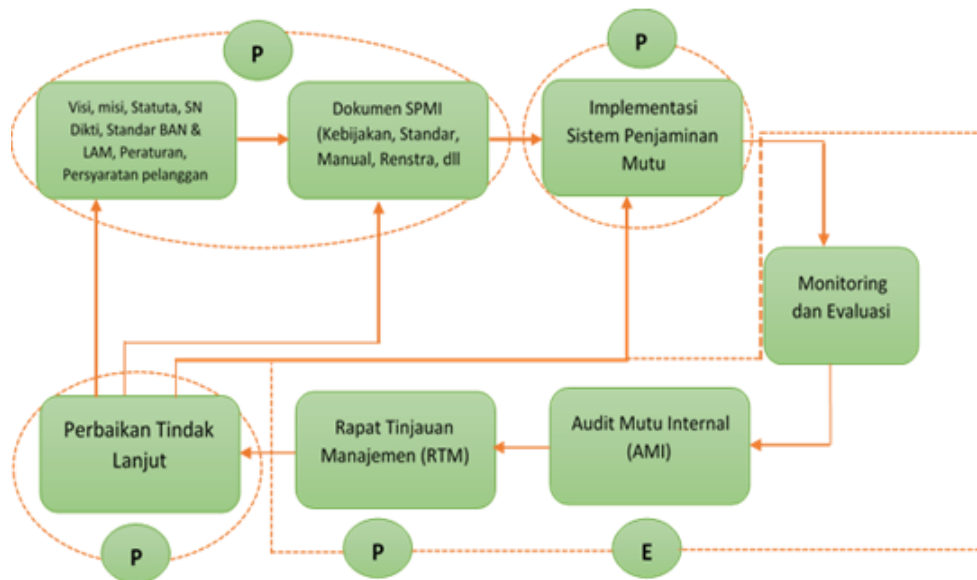
GKM dalam menjalankan tugasnya tentunya dapat berkoordinasi dengan Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI), karena secara

kelembagaan sebagai pelaksana penjaminan mutu di tingkat institusi STIKIM. Adapun pola hubungannya dapat tergambar sebagai berikut:



Gambar 6. Pola hubungan SP3MI dan GKM

Model Siklus Sistem Penjaminan Mutu Internal di STIKIM



Gambar 7. Siklus PPEPP SPMI STIKIM

Pada dasarnya SPMI STIKIM berkaitan dengan pentahapan tentang penetapan, pelaksanaan/pemenuhan, pengendalian dan pengembangan/peningkatan Standar SPMI diimplementasikan di STIKIM.

1. Tahap Penetapan Standar SPMI

Tahap penetapan standar SPMI merupakan tahapan ketika seluruh Standar SPMI bidang akademik dan nonakademik di tingkat STIKIM dirancang, disusun, dan dirumuskan oleh Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI), serta masukan Gugus Kendali Mutu (GKM) atau unit kerja lainnya, hingga Standar SPMI ditetapkan dan disahkan oleh Ketua STIKIM.

2. Tahap Pelaksanaan/Pemenuhan Standar SPMI

Tahap pelaksanaan/pemenuhan standar merupakan tahapan ketika isi seluruh standar diimplementasikan dalam kegiatan penyelenggaraan pendidikan di tingkat STIKIM, Program Pascasarjana, Departemen/Prodi, UPT dan Biro termasuk di dalamnya seluruh pejabat struktural, tenaga pendidik (dosen) dan tenaga kependidikan, mahasiswa dan alumni dalam melaksanakan tugas, wewenang dan tanggungjawabnya masing-masing.

Pelaksanaan standar SPMI mengacu pada siklus manajemen SPMI STIKIM yang diawali dengan satu siklus kegiatan SPMI sesuai dengan tahun kalender akademik dan diikuti oleh siklus yang sama pada tahun-tahun berikutnya.

3. Evaluasi

Tahap Pengendalian standar merupakan tahapan ketika seluruh isi standar yang dilaksanakan di seluruh tingkat STIKIM, Program Pascasarjana, Departemen/Prodi, UPT, dan Biro termasuk di dalamnya seluruh pejabat struktural, tenaga pendidik (dosen) dan tenaga kependidikan, mahasiswa dan alumni dalam melaksanakan tugas, wewenang dan tanggungjawabnya memerlukan pemantauan atau pengawasan, pengecekan atau pemeriksaan dan evaluasi secara rutin dan terus-menerus.

Pengawasan dan pemantauan terhadap pelaksanaan/pemenuhan SPMI dilakukan oleh Gugus Kendali Mutu (GKM), serta Tim Audit Internal, dengan tujuan agar pelaksanaan SPMI tidak menyimpang dengan Standar SPMI yang telah ditetapkan. Pengawasan atau pemantauan dilakukan secara paralel atau bersamaan dengan pelaksanaan/pemenuhan Standar SPMI.

Evaluasi atau penilaian hasil implementasi SPMI yang dilaksanakan oleh masing-masing GKM bersama-sama SP3MI untuk mengukur ketercapaian dan kesesuaian hasil pelaksanaan dengan Standar SPMI yang telah ditetapkan, selanjutnya dilaporkan kepada manajemen puncak (Ketua STIKIM, Direktur Pascasarjana, Kepala Departemen, Koordinator Program Studi).

4. Tahap Pengembangan/Peningkatan Standar

Tahap pengembangan/peningkatan Standar SPMI merupakan tahapan ketika pelaksanaan Standar SPMI dalam siklus kalender akademik telah dikaji ulang untuk ditingkatkan mutunya, dan ditetapkan Standar SPMI baru untuk dilaksanakan pada siklus dan tahun akademik berikutnya.

Penentuan pengembangan/peningkatan Standar SPMI di tahun berikutnya didasarkan pada hasil Audit Internal yang dilaksanakan oleh Tim Auditor Internal dari SP3MI STIKIM. Selanjutnya SP3MI memberikan rekomendasi kepada unit yang bersangkutan dan melaporkan kepada Ketua STIKIM untuk ditindaklanjuti guna peningkatan mutu dan penetapan standar mutu baru.

Implementasi Standar dalam SPMI (Standar Dikti) di STIKIM sudah sesuai dengan pedoman Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi (SPMPT) yang di keluarkan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang terdiri atas sebuah siklus yang mencakup Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi pelaksanaan, Pengendalian pelaksanaan, dan Peningkatan (PPEPP) Standar dalam SPMI (Standar Dikti) (Kemenristekdikti, 2017).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini didapatkan bahwa STIKIM menggunakan model pengorganisasian SPMI *non embedded* dengan adanya unit kerja Satuan Pengembangan Pendidikan dan Penjaminan Mutu Internal (SP3MI) yang menjalankan SPMI di tingkat STIKIM dan Gugus Kendali mutu (GKM) di tingkat Departemen. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah perlunya penambahan Sumber Daya Manusia di SP3MI agar tidak terjadi rangkap jabatan. Keterbatasan penelitian ini adalah penyediaan sumber daya manusia di perguruan tinggi swasta yang tentunya bergantung pada persetujuan dari Yayasan untuk mengimplementasikan SPMI di STIKIM menjadi lebih baik. Saran dari hasil penelitian ini yaitu agar sumber daya manusia di unit SP3MI ditambah karena berdasarkan struktur organisasi terlihat adanya rangkap jabatan di unit kerja SP3MI sehingga hasil kerjanya tidak maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
- Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi.
- Pedoman Sistem Penjaminan Mutu Internal Pendidikan Akademik, Pendidikan Vokasi, Pendidikan Profesi, Pendidikan Jarak Jauh. Direktorat Penjaminan Mutu, Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Tahun 2018.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi dan Akreditasi Perguruan Tinggi.
- Peraturan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor 1 Tahun 2020 Tentang Mekanisme Akreditasi Untuk Akreditasi yang Dilakukan Oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi.
- Statuta Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 120/P/K/Ka/YIMA/IX/2018 Tahun 2018.
- Organisasi dan Tata Kelola Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 121/SK/K/Ka/YIMA/IX/2019 Tahun 2019.
- Pedoman Sistem Penjaminan Mutu Internal Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 582/SK/K/Ka/STIKIM/IV/2019 Tahun 2019.
- Kebijakan SPMI Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia Maju Nomor 567/P/K/Ka/YIMA/IV/2019 Tahun 2019.
- I Made Legawa., Ida Bagus dan Bagus, B. 2019. Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) di Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Seminar Nasional Sejarah ke 4 Pendidikan Sejarah Universitas Negeri Padang*: 118-132.
- Opan Arifudin., 2019. Manajemen Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Perguruan Tinggi. *STIE Al-Amar Subang. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3 (1) 161-169 (online) <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea>
- Ahmad Sulaiman., Udik Budi W., 2016. Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan di Universitas Gadjah Mada. *Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* Volume 4, No 1, April 2016 (17-32) online: <Http://journal.uny.ac.id/index.php/jamp>

PENGUNAAN *FINTECH* DANAKU UNTUK PEMBAYARAN UANG KULIAH MAHASISWA

Larissa Adella Octavina

Apriani Dorkas rambu Atahau

Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga

ABSTRACT

The study aims to know the impact of the use of fintech funds for university tuition payments by adopting a tam model (technology advanced model) consisting of some constructs: perception of use, perception of ease of use, and perception usefulness of use in the use of fintech funds. The kind of research used is linear regression with a quantitative approach. Data collection methods use the questionnaires to take the sample 220 student respondents. The data analysis techniques used in the study are analysis of validity and religious and statistical analysis. The results of this study suggest a significant influence between perception of the use of interest using fintech funds, perceptions of easier use of interest using fintech funds, and a useful perception of the interest using fintech funds.

Keywords: *perception of use, perception of ease of use, and perception usefulness of use*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fintech danaku untuk pembayaran uang kuliah mahasiswa dengan mengadopsi model TAM (Technology Acceptance Model) yang terdiri dari beberapa konstruk, yaitu : persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat penggunaan terhadap minat menggunakan fintech danaku. Jenis penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuisiner dengan pengambilan sampel sebanyak 220 responden mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis validitas dan reliabilitas serta analisis statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan fintech danaku, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech danaku, dan persepsi manfaat kegunaan terhadap minat menggunakan fintech danaku.

Kata kunci : *persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat penggunaan*

larissaoctavina@gmail.com

PENDAHULUAN

Coronavirus adalah salah satu virus mematikan yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyaknya kasus penyebaran virus ini, membuat kondisi perekonomian Indonesia menjadi tidak stabil. Banyak perusahaan yang mengalami gulung tikar atau mengalami kondisi keuangan yang semakin memburuk dan karena adanya sistem *lockdown* dari pemerintah, hal ini membuat masyarakat kesusahan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari secara langsung, sehingga pada situasi seperti ini digitalisasi teknologi sangat dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan

Di sisi lain, digitalisasi teknologi berkembang semakin pesat dan membuat kehidupan manusia menjadi serba mudah dan praktis. Kemajuan dalam teknologi ini mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan manusia. Apalagi dengan berkembangnya internet dan *smartphone*. Banyak hal yang bisa didapatkan dengan kedua hal tersebut. Penggunaan internet dan *smartphone* dikalangan masyarakat Indonesia khususnya dikalangan remaja dan mahasiswa sudah sangat familiar, hal ini dapat membawa dampak yang positif terhadap penggunaan internet dan *smartphone* di Indonesia sehingga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat menjadi lebih mudah dan lebih cepat.

Di era New Normal ini digitalisasi teknologi berpotensi menjadi solusi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan, mengurangi resiko kesalahan dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan produktifitas usaha dan kinerjanya.

Salah satu contoh dari digitalisasi teknologi adalah *fintech* DANAKU, *fintech* DANAKU dapat membantu para pelaku usaha yang ingin berbisnis dan khususnya bagi para mahasiswa yang ingin membayar uang kuliah. Karena *fintech* tersebut merupakan salah satu aplikasi yang dapat memberikan pinjaman berupa uang dan tanpa jaminan apapun yang dijamin 100% kepercayaannya.

Menurut Lee dan Shin (2018) era digitalisasi memberikan pengaruh yang positif terhadap pembiayaan operasional sehingga menjadi lebih murah, memberikan informasi manajerial yang jelas dan memberikan komunikasi pada perusahaan lebih lancar. Menurut Kumail Abbas dan Rizvi (2018), menyatakan adanya pengaruh yang signifikan antara kekuatan digitalisasi teknologi terhadap daya tarik pelanggan dalam memanfaatkan teknologi yang memebrikan nilai dalam efisiensi biaya. Menurut Johnson dan Gueutal (2017), menyatakan bahwa adanya keterlibatan strategi teknologi dengan pembiayaan sumber daya manusia.

Menurut Prasanna et al. (2019) menyatakan digitalisasi teknologi dapat meningkatkan kinerja pertumbuhan UMKM. Menurut Indra dan Apriani (2018) menyatakan Internet banking menjadi salah satu solusi dari transaksi keuangan modern yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi dan berdampak yang positif pada perilaku UMKM dalam menggunakan internet banking. Penelitian lain yang dilakukan Nurliya Ni Matul Rohmah (2019) terbukti bahwa digitalisasi marketing dapat meningkatkan keuntungan bagi para pengusaha dengan penelitian yang berjudul Efektivitas Digitalisasi Marketing Para Pelaku UMKM studi kasus media *Equation Theory* di Lombok.

Dari perbedaan hasil penelitian tersebut, peneliti memutuskan untuk menggunakan digitalisasi teknologi sebagai variabel yang akan diteliti karena peneliti ingin tahu seberapa besar pengaruh digitalisasi teknologi terhadap perkembangan teknologi di era New Normal ini. Pada masa pandemi ini membuat perekonomian Indonesia menjadi tidak stabil banyak sekali keluhan yang dirasakan oleh semua orang khususnya dalam hal keuangan, banyak orang tua yang kesusahan dalam mengelolah keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari khususnya membayar uang kuliah. Oleh karena itu peneliti tertarik dan ingin tahu untuk meneliti digitalisasi teknologi di era New Normal ini dalam penggunaan *fintech* DANAKU untuk pembayaran uang kuliah.

Penelitian ini menggunakan model TAM (*Technology Acceptance Model*), yang telah dikembangkan berdasarkan teori yang ada, yaitu TRA (*Theory of Reasoned Action*). Teori ini dibuat berdasarkan suatu objek yang membentuk setiap individu dalam bersikap, dengan berperilaku baik terhadap objek tersebut. TAM sudah banyak digunakan dalam model penelitian yang terkait dengan teknologi informasi, termasuk penggunaan *fintech* DANAKU. Alasan utama untuk menggunakan model TAM adalah karena kesederhanaan dan kemampuan untuk menjelaskan suatu hubungan sebab akibat. Model ini pernah dilakukan oleh Venkatesh & Davis (1996) dengan menambah variabel *trust* dengan judul *Trust Enhancement Technology Acceptance Model*, yang telah meneliti hubungan antara variabel TAM dengan *trust*.

Dari penjabaran masalah diatas, penelitian ini dapat dirumuskan untuk menguji pengaruh *fintech* DANAKU terhadap perkembangan digitalisasi teknologi di era New Normal (studi kasus penggunaan *fintech* DANAKU untuk pembayaran uang kuliah). Berdasarkan latar belakang yang ada, persoalan penelitiannya adalah, apakah *fintech* DANAKU berpengaruh terhadap perkembangan digitalisasi teknologi di era New Normal? Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk menguji pengaruh *fintech* DANAKU

terhadap perkembangan digitalisasi teknologi di era New Normal (studi kasus penggunaan *fintech* DANAKU untuk pembayaran uang kuliah).

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat praktis yang dapat diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan digitalisasi teknologi di era New Normal. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memberikan referensi studi dan pemahaman bagi para peneliti lainnya dalam mengembangkan digitalisasi teknologi di masa yang akan datang.

Maka dari itu tujuan diadakan penelitian ini untuk mengidentifikasi adanya pengaruh *fintech* DANAKU terhadap perkembangan digitalisasi teknologi di era New Normal.

TINJAUAN PUSTAKA

Fintech Danaku

Fintech adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model suatu bisnis konvensional ke bisnis modern (Lestari et al., 2020). Pada tahun 2015, mulai dibentuk sebuah organisasi yang bernama Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI). Organisasi ini bertujuan untuk menyadarkan para pelaku bisnis dalam membangun suatu ekosistem *fintech* di Indonesia. Ada beberapa jenis *fintech* diantaranya : (1) *Peer To Peer Lending* (P2P), contohnya : Kredivo, Uang Teman, Danaku, dan Koinworks (2) *Risk and Investment Management*, contohnya : Bareksa, Cekpremi, dan Rajapremi (3) *Market Aggregator*, contohnya : Cekaja, Cermati, dan KreditGogo (4) *Payment gateway, Clearing and Settlement*, contohnya : Doku, Go-pay, dan Ovo. Kehadiran teknologi tersebut dapat membantu para pelaku bisnis dalam melakukan jual beli barang atau jasa agar bisa diterima oleh masyarakat luas. Dengan adanya *fintech* cara pembayaran bisa dilakukan dengan lebih mudah dan aman, karena teknologi tersebut kan terus melakukan trobosan-trobosan baru yang berguna untuk melayani para pelaku bisnis maupun secara pribadi. Salah satu contoh dari jenis *fintech* adalah DANAKU.

Danaku merupakan sebuah aplikasi simpan pinjam yang dapat melayani semua orang dengan memebrikan pinjaman berupa uang dan tanpa jaminan apapun yang dijamin 100% kepercayaannya atau mengirim dana pinjaman hanya beberapa menit (POJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi). Aplikasi ini sangat berguna bagi setiap orang untuk melakukan transaksi peminjaman uang,

karena aplikasi tersebut bisa mengatasi masalah keuangan. Danaku menawarkan pinjaman tanpa jaminan mulai dari Rp. 400.000 sampai Rp. 4000.000, sehingga para peminjam dapat memilih jumlah dana yang sesuai dengan kebutuhan pribadinya.

TAM (Technology Acceptance Model)

TAM merupakan salah satu ekstensi yang paling berpengaruh dari teori dari aksi penalaran oleh Ajzen dan Fishbein (Suyanto & Kurniawan, 2019). TAM menggantikan banyak penelitian tentang TRA dengan menggunakan dua pendekatan yaitu, kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan kegunaan (*usefulness*). Model TAM yang telah dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan suatu model yang banyak digunakan dan berpengaruh terhadap sistem informasi, teknologi informasi dan layanannya. Tujuan model Tam ini untuk memprediksi penerimaan sistem informasi dan mendiagnosis masalah desain sebelum pengguna mempunyai pengalaman yang khusus dalam mengukur determinan penggunaan komputer dalam hal kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Dengan perkembangan yang pesat dari teknologi internet, para periset telah memodifikasi model TAM untuk menunjukkan bukti yang empiris dalam konteks konvergensi. Sehingga hal tersebut dapat mempermudah para peneliti lainnya dalam memanfaatkan penggunaan model TAM.

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Danaku

Menurut Taufan (2018) menyatakan dalam penelitiannya, bahwa persepsi kegunaan dapat mempengaruhi sikap dalam menggunakan layanan *fintech* danaku yang dapat meningkatkan kinerja dari aplikasi tersebut. Proposisi ini telah dibenarkan dari prespektif bahwa niat orang untuk menggunakan teknologi akan semakin besar dibandingkan dari sikap mereka terhadap teknologi yang ada. Penelitian lain oleh Stewart dan Jurjens (2018) menunjukkan bahwa kegunaan yang dapat dirasakan secara langsung dapat mempengaruhi niat pelaku untuk menggunakan sistem online tertentu. Dalam konteks lainnya, peneliti menemukan bahwa kegunaan yang dapat dirasakan merupakan faktor penting yang menentukan adopsi layanan seluler karena setiap pengguna selalu mempertimbangkan manfaatnya (King & He, 2016).

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa teknologi mudah digunakan oleh setiap individu dan akan menimbulkan perilaku individu dalam mengadopsi teknologi tersebut. Sebaliknya apabila setiap individu merasa sulit dalam memahami teknologi, maka hal itu akan berdampak negatif pada perilaku setiap individu dalam mengadopsi teknologi tersebut.

H₁ : Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* danaku

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Danaku

Menurut Yakob & Heni (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Penelitian Nyoman (2014) menyebutkan adanya pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan teknologi. Mengenai penggunaan *fintech*, sikap mengacu pada dampak positif dari penggunaan layanan teknologi *fintech* sebagai alat transaksi atau alat pembayaran.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa suatu teknologi dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, namun penggunaan sebuah teknologi justru akan mempermudah seseorang dalam menyelesaikan suatu pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan teknologi akan bekerja lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan seseorang yang menggunakan sistem manual.

H₂ : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* danaku

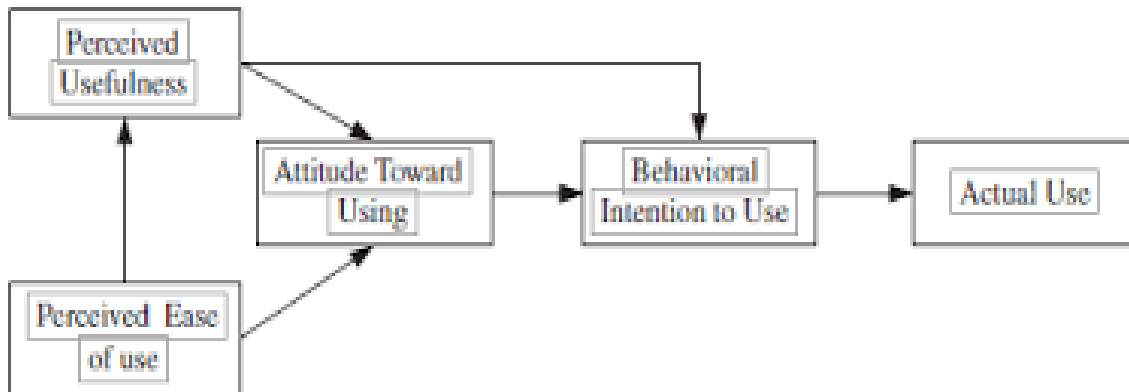
Pengaruh Persepsi Manfaat Penggunaan terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Danaku

Menurut Axel (2020) menyatakan bahwa persepsi terhadap kemanfaatan penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Seseorang akan mengadopsi suatu teknologi apabila orang tersebut sudah mempercayai bahwa teknologi dapat bermanfaat bagi setiap individu. Penelitian Hery & Siti (2019) menyatakan adanya pengaruh positif antara persepsi manfaat penggunaan terhadap minat penggunaan teknologi. Mengenai manfaat penggunaan *fintech*, dapat mengacu pada sejauh mana setiap individu dapat percaya bahwa mereka memperoleh keuntungan dalam menggunakan layanan teknologi *fintech*.

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu percaya bahwa dengan menggunakan layanan teknologi *fintech* dapat memberikan manfaat yang efektif dan efisien terlebih mereka juga merasa nyaman dalam melakukan transaksi melalui layanan teknologi *fintech*.

H₃ : Persepsi manfaat penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *fintech* danaku

Model Kerangka Penelitian



Sumber : Lee dan Shin (2018), Ozili (2018) dan; Billion (2018) dengan modifikasi

Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang akan diperoleh melalui data primer dengan menggunakan kuisioner. Dengan demikian teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana data yang akan diambil dengan menetapkan ciri khusus yaitu remaja yang menggunakan Danaku. Kriteria khusus pada sampel yang akan diambil pada penelitian ini antara lain : (1) Konsumen atau mahasiswa yang pernah menggunakan danaku; (2) Pernah melakukan transaksi peminjaman dengan *platform* danaku; (3) Mahasiswa yang rentang usianya 19-23 tahun atau yang lahir pada tahun 1996-2000. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebesar 100 responden mahasiswa yang menggunakan danaku. Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan 1 variabel independent yaitu *fintech* danaku, dengan masing-masing variabel terdiri dari 5 pertanyaan, 1 variabel dependen yaitu pembayaran uang kuliah bagi mahasiswa, serta 1 variabel moderasi yaitu model TAM (*Technology Acceptance Model*).

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel *fintech* danaku terhadap pembayaran uang kuliah mahasiswa dengan model TAM (*Technology Acceptance Model*). Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian terhadap persamaan regresi sehingga memperoleh ketepatan pada estimasi, tidak bias, dan konsisten. Ketepatan fungsi regresi dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.

Dengan demikian, hipotesis yang diterima akan mempunyai pengaruh signifikan ketika nilai (sig) yang didapatkan kurang dari alfa (α) = 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden dan pengembalian kuesioner pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Responden dan Pengembalian Kuisisioner

Informasi	Jumlah
Jumlah distribusi online	220
Jumlah kuesioner	220
Jumlah kuesioner online yang dikembalikan	100
Jumlah kuesioner online yang dilakukan tidak kembali	0
Jumlah kuesioner yang diproses	220

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Penjelasan	Sub-Kategori	Frekuensi
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	100
		Perempuan	120
2	Usia	17 tahun	0
		18 tahun	0
		19 tahun	18
		20 tahun	15
		21 tahun	84
		22 tahun	44
		23 tahun	30
		24 tahun	17
3	Pekerjaan	25 tahun	12
		Pelajar/Mahasiswa	220
4	Pendapatan Per bulan	Rp 500.000-1.000.000	50
		Rp 1.000.000-2.000.000	61
		Rp 2.000.000-3.000.000	67
		Rp 3.000.000-5.000.000	25
		Rp > 5.000.000	11
5	Pengeluaran Per bulan	Rp 500.000-1.000.000	61
		Rp 1.000.000-2.000.000	67
		Rp 2.000.000-3.000.000	50
		Rp 3.000.000-5.000.000	25
		Rp > 5.000.000	11
6	Pegguna Danaku	Ya	220
		Tidak	0

6	Lama menggunakan aplikasi Danaku	<1 Tahun	40
		< 2 Tahun	70
		< 3 Tahun	100
		< 4 Tahun	10
		> 5 Tahun	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari data pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pada kolom jenis kelamin masih didominasi oleh perempuan dalam perilaku menggunakan *fintech* Danaku dengan 80 responden, sedangkan untuk pria sebesar 50 responden. Pada kolom usia responden juga beragam terdapat ada usia 17-25 tahun yang menggunakan *fintech* Danaku. Akan tetapi, usia yang lebih dominan dalam menggunakan *fintech* melalui Shopee yaitu usia 20 tahun. Kemudian penggunaan *fintech* Danaku ini ditujukan pada kalangan para mahasiswa. Selanjutnya untuk kolom pada pendapatan mayoritas adalah responden dengan total pendapatan perbulannya sebesar Rp. 2.000.000-3.000.000 yang sering melakukan transaksi pada *fintech* Danaku dan pada kolom pengeluaran mayoritas adalah responden dengan total pengeluaran perbulannya sebesar Rp. 1.000.000-2.000.000. Sebanyak 75 responden menggunakan *fintech* Danaku kurang dari 3 tahun.

Tabel 3. Uji Validitas

Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Hasil
Q1	0.676	Valid
Q2	0.680	Valid
Q3	0.672	Valid
Q4	0.670	Valid
Q5	0.677	Valid
Q6	0.540	Valid
Q7	0.684	Valid
Q8	0.672	Valid
Q9	0.588	Valid
Q10	0.695	Valid
Q11	0.703	Valid
Q12	0.715	Valid
Q13	0.701	Valid
Q14	0.704	Valid
Q15	0.685	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari data diatas menunjukkan bahwa setiap variabel dinyatakan valid. Karena pada setiap kolom *Corrected Item-Total Correlation* nilai pada tiap item pertanyaan > 0.30 untuk setiap variabelnya.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Hasil
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0,70	0.60	Reliabel
<i>Perceived Easy of Use</i> (PEOU)	0,78	0.60	Reliabel
<i>Perceived Usefulness of Use</i> (PUOU)	0,89	0.60	Reliabel

Sumber: Data primer yang di olah, 2020

Sedangkan uji reliabilitas berguna mengevaluasi suatu indikator pertanyaan kuesioner sudah konsisten setelah dilakukan penghapusan instrumen yang tidak valid. Pada uji reliabilitas suatu indikator dapat dikatakan reliabel apabila *Alpha Cronbach* > 0.60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan tiap variabel dapat diandalkan, karena mempunyai nilai *Alpha Cronbach* > 0,600.

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

N	Asymp. Sig.	A	Hasil
220	0.323	0.05	Terdistribusi Normal

Sumber: Data primer yang di olah, 2020

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui nilai dari tabel hitung normalitas adalah sebesar 0,323 ini berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (alpha), maka dapat dikatakan bahwa nilai tabel hitung berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

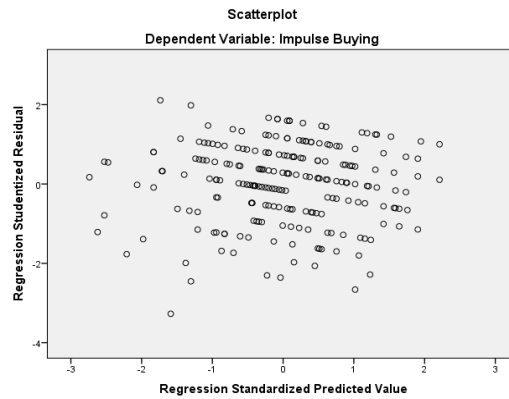
Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model	Nilai Tolerance	VIF
(constant)		
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	0.764	1.309
<i>Perceived Easy of Use</i> (PEOU)	0.764	1.309
<i>Perceived Usefulness of Use</i> (PUOU)	0.764	1.309

Sumber: Data primer yang di olah, 2020

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa nilai *tolerance* kedua variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang di olah, 2020

Gambar 1

Berdasarkan gambar diatas terdapat sebaran titik-titik yang acak baik di atas maupun dibawah angka nol dari sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas (terjadi Homokedastisitas) dalam data penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Selanjutnya, untuk menguji hipotesis dan pengaruh antar variabel akan dilakukan 2 uji yaitu uji t. Untuk mengukur seberapa jauh pengaruh antara variabel *independen* secara terpisah atau sendiri-sendiri dalam menjelaskan variasi variabel, maka data diuji menggunakan t-test dan model regresi untuk mengetahui arah pengaruh.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	11.200	1.685
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	.138	.065
<i>Perceived Easy of Use</i> (PEOU)	.279	.069
<i>Perceived Usefulness of Use</i> (PUOU)	.287	.070

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel *independent* (X1, X2 & X3) yaitu *perceived usefulness* (PU), *perceived easy of use* (PEOU), *perceived usefulness of use* (PUOU) terhadap variabel *dependennya* (Y) yaitu *fintech* danaku. Berdasarkan perhitungan analisa regresi dengan menggunakan SPSS versi 21.0 pada Tabel 6 tersebut, diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

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

$$Y = 11.200 + 0,138X_1 + 0,297X_2 + 0,287X_3$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta a sebesar 11.200. Hal ini dapat diartikan jika nilai *perceived usefulness* (X1), *perceived easy of use* (X2) dan *perceived usefulness of use* (X3) bernilai 0, maka nilai Y (*fintech* danaku) sebesar 11.200 dan bersifat positif yang berarti kenaikan seluruh variabel akan berdampak pada nilai Y (*fintech* danaku) yang juga akan naik.
- Nilai koefisien regresi (b1) X1 adalah sebesar 0,138. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *perceived usefulness* memberikan kontribusi terhadap variabel *fintech* danaku (Y) sebesar 0,138.
- Nilai koefisien regresi (b2) X2 adalah sebesar 0,297. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *perceived easy of use* memberikan kontribusi terhadap variabel *fintech* danaku (Y) sebesar 0,297.
- Nilai koefisien regresi (b3) X3 adalah sebesar 0,287. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *perceived usefulness of use* memberikan kontribusi terhadap variabel *fintech* danaku (Y) sebesar 0,287.

Uji Statistik (T)

Tabel 8. Uji T-test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.026	.295		.083	.000
<i>Perceived Usefulness</i> (PU)	.149	.065	.164	2.283	.023
<i>Perceived Easy of Use</i> (PEOU)	.271	.069	.280	3.904	.001

<i>Perceived Usefulness of Use (PUOU)</i>	.275	.072	.287	4.231	.025
---	------	------	------	-------	------

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Untuk menguji adanya pengaruh variabel-variabel independen yang meliputi *perceived usefulness* (PU), *perceived easy of use* (PEOU), *perceived usefulness of use* (PUOU) terhadap variabel dependennya (Y) yaitu *fintech* danaku. behavior digunakan uji t. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- Diketahui *level of significant* (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan atau $df = n - k - 1 = 220 - 3 - 1 = 216$.
- Kemudian untuk pengujian dua sisi diperoleh t.tabel sebesar -1.970 atau 1.970.
- $T_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- $T_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan perhitungan uji parsial (T) dengan menggunakan SPSS versi 21.0 pada Tabel 6 tersebut, diperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel *perceived usefulness* (X_1)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *perceived usefulness* (X_1) menunjukkan nilai $t = 2.283$ dengan nilai signifikansi 0,023. Dengan t_{hitung} (2.283) tidak terletak diantara -1.970 dan 1.970 atau dilihat dari nilai sig (0,023) lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh dan signifikan dari variabel *perceived usefulness* (X_1) terhadap variable *fintech* danaku (Y).

Variabel *perceived easy of use* (X_2)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *perceived easy of use* (X_2) menunjukkan nilai $t = 3.904$ dengan nilai signifikansi 0,001. Dengan t_{hitung} (3.904) tidak terletak diantara -1.970 dan 1.970 atau dilihat dari nilai sig (0,001) lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh dan signifikan dari *perceived easy of use* (X_2) terhadap variabel *fintech* danaku (Y).

Variabel *perceived usefulness of use* (X_3)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel *perceived easy of use* (X_2) menunjukkan nilai $t = 4.231$ dengan nilai signifikansi 0,025. Dengan t_{hitung} (4.231) tidak terletak diantara -1.970 dan 1.970 atau dilihat dari nilai sig (0,025) lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh dan signifikan dari *perceived easy of use* (X_3) terhadap variabel *fintech danaku* (Y).

Uji F

Tabel 9. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	179.887	2	89.943	19.046	.000 ^b
Residual	1024.745	217	4.722		
Total	1204.632	219			

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 8 nilai signifikansi untuk pengaruh variable *perceived usefulness* (X_1), *perceived easy of use* (X_2), dan *perceived usefulness of use* (X_3) secara simultan terhadap *fintech danaku* (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $19.046 > F$ tabel 3.037 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *perceived usefulness* (X_1), *perceived easy of use* (X_2), dan *perceived usefulness of use* (X_3) terhadap *fintech danaku* (Y).

Pembahasan

Terdapat Pengaruh yang Signifikan antara variabel Presepsi Kegunaan terhadap Minat Menggunakan *Fintech Danaku*

Berdasarkan pembahasan pada tabel 8 diperoleh bahwa nilai t_{hitung} $2.283 > t_{tabel}$ 1.970 dan signifikansi $0.023 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech danaku*. Berdasarkan kriteria tersebut hipotesis 1 diterima. Dengan demikian *perceived usefulness* menyebabkan terjadinya peningkatan pada minat menggunakan *fintech danaku*. Kegunaan yang dapat dirasakan secara langsung dapat mempengaruhi niat pelaku untuk menggunakan sistem online tertentu. Dalam konteks lainnya, peneliti menemukan bahwa kegunaan yang dapat dirasakan merupakan faktor penting yang menentukan adopsi layanan seluler karena setiap pengguna selalu mempertimbangkan manfaatnya (Sijabat et al., 2020). Pada penelitian ini ditujukan pada mahasiswa yang berminat menggunakan *fintech danaku*. Selain itu 120 mayoritas

responden yang berjenis kelamin perempuan juga melakukan transaksi peminjaman menggunakan *fintech* danaku (skor rata-rata 2,20). Serta sebanyak 220 responden baik laki-laki maupun perempuan pernah bertransaksi menggunakan *fintech* danaku. Artinya konsumen menilai bahwa melakukan transaksi secara spontan tanpa perencanaan yang matang, dapat menyebabkan terjadinya peningkatan minat menggunakan *fintech* danaku. Penelitian yang dilakukan oleh (Amil et al., 2020) dan (Susanto & Jimad, 2019) menyatakan adanya pengaruh positif antara variabel persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *fintech* danaku. Dari hasil penelitian ini dapat membuktikan bahwa persepsi kegunaan dapat mempengaruhi minat menggunakan *fintech* danaku.

Terdapat Pengaruh yang Signifikan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Danaku

Berdasarkan pembahasan pada tabel 8 diperoleh bahwa nilai t_{hitung} 3.904 > t_{tabel} 1.970 Dan signifikansi $0.001 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived easy of use* (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat menggunakan *fintech* danaku. Menurut Yakob & Heni (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa suatu teknologi dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, namun penggunaan sebuah teknologi justru akan mempermudah seseorang dalam menyelesaikan suatu pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan teknologi akan bekerja lebih mudah dan praktis dibandingkan dengan seseorang yang menggunakan sistem manual. Sebanyak 68 responden merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan Shopee (skor rata-rata 1,85). Selain itu juga terdapat 87 responden yang berusia 21 tahun setuju bahwa adanya kemudahan dalam menggunakan *fintech* danaku (skor rata-rata 1,85). Jika *fintech* danaku mudah digunakan maka, para konsumen dapat meningkatkan kualitas pada teknologi ini untuk menambah jumlah konsumen yang akan melakukan transaksi simpan pinjam. Penelitian yang dilakukan oleh (Nursalam, 2016 & Fallis, 2013) dan (Nursalam, 2016 & Fallis, 2013) menyatakan adanya pengaruh yang positif signifikan antara variabel persepsi kemudahan kegunaan terhadap minat menggunakan *fintech* danaku. Dari hasil penelitian tersebut dapat membuktikan bahwa kemudahan kegunaan dapat mempengaruhi minat menggunakan *fintech* danaku.

Terdapat Pengaruh yang Signifikan antara Presepsi Manfaat Penggunaan terhadap Minat Menggunakan *Fintech* Danaku

Berdasarkan pembahasan pada tabel 8 diperoleh bahwa nilai t_{hitung} 4.231 > t_{tabel} 1.970 Dan signifikansi $0.025 < 0.05$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness of use* (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat menggunakan *fintech* danaku. Menurut Axel (2020) menyatakan bahwa persepsi terhadap kemanfaatan penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Seseorang akan mengadopsi suatu teknologi apabila orang tersebut sudah mempercayai bahwa teknologi dapat bermanfaat bagi setiap individu. Sebanyak 220 responden baik laki-laki maupun perempuan pernah bertransaksi menggunakan *fintech* danaku. Artinya konsumen menilai bahwa melakukan transaksi secara spontan tanpa perencanaan yang matang, dapat memberikan manfaat dan menyebabkan terjadinya peningkatan minat menggunakan *fintech* danaku. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadhania, n.d.) dan (Nofridasari, 2019) menyatakan adanya pengaruh yang positif signifikan antara variabel persepsi manfaat penggunaan terhadap minat menggunakan *fintech* danaku. Dari hasil penelitian tersebut dapat membuktikan bahwa manfaat penggunaan dapat mempengaruhi minat menggunakan *fintech* danaku.

KESIMPULAN

perceived usefulness (PU), *perceived easy of use* (PEOU), *perceived usefulness of use* (PUOU) terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech* danaku. Variabel *perceived usefulness* (PU) terbukti memiliki pengaruh positif karena dapat meningkatkan minat konsumen menggunakan *fintech* danaku. Variabel *perceived easy of use* (PEOU) juga memiliki pengaruh secara positif terhadap minat konsumen dalam menggunakan *fintech* danaku. Serta *perceived usefulness of use* (PUOU) juga terbukti memiliki pengaruh yang positif terhadap minat konsumen dalam menggunakan *fintech* danaku. Hal ini terbukti dengan adanya kualitas, kepercayaan dan kemudahan yang ditawarkan dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan *fintech* tersebut. Apalagi banyak sekali konsumen yang menginginkan kualitas *fintech* yang berkualitas.

Keterbatasan dan Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada generasi Z yaitu, mahasiswa yang rentang usianya berumur 17-25 tahun saja. Untuk penelitian selanjutnya mungkin dapat

memperluas cakupan yang ada dengan menambah generasi lainnya seperti generasi X dan Y. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas cakupan variabel bebas yang lain atau faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan transaksi pinjaman dengan *fintech* dan akan menimbulkan persepsi-persepsi lainnya terhadap minat para konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amil, B., Nasional, Z., BAZNAS, Badan, K., Zakat, A., Republik, N., د. غسان., Badan Amil Zakat Nasional, Dana, L. P. L. D. A. N., Keuangaii, L., Beraktiir, Y., Relief, H., Hall, J. K., Weinberger, R., Marco, S., Steinitz, G., Moula, S., Accountants, R. P., Report, A. A. S., ... Eddy, S. A. (2020). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.
<https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607><https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.02.034><https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228><https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773><https://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011>
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Nofridasari, E. A. (2019). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan telkomsel cash (T-Cash). *JUndergraduate Thesis*, 53(9), 1689–1699.
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rahmadhania, G. (n.d.). *Konsumen Pada Pengguna Financial Technology Ovo the Effect Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use Toward Loyalty Through Customer Satisfaction of Users of Financial Technology Ovo*. 1–16.
- Sijabat, Y. P., Hirawati, H., & Giovanni, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Penggunaan Teknologi Keuangan Sebagai Alat Pembayaran. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 46. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1316>
- Susanto, E., & Jimad, N. (2019). Pengaruh Persepsi Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Efilling. *Jurnal Akuntansi Peradaban*, 3017, 104–125.
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Fintech pada UMKM dengan Menggunakan Teknologi Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Akmenika*, 16(1), 175–186. <https://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/166>

**PERBANDINGAN PERILAKU BELANJA ONLINE MELALUI SHOPEE DAN TOKOPEDIA DI
MASA PANDEMI COVID-19**Eka Bertuah³²

Satrio Multi Wicaksono

Universitas Esa Unggul

Abstract

Pandemic covid-19 make many countries to lock down, including Indonesia. This is reason to close some stores and shopping centers. Thus, the community must do online shopping to meet their daily needs. The purpose of this research to determine the differences in e-commerce purchasing decisions for Shopee and Tokopedia based on trust, ease, and sales promotion. The research population is consumers who have purchased from e-commerce Shopee or Tokopedia. Consumers who made purchases at Shopee and Tokopedia e-commerce have been conducted during the Covid-19 pandemic. The research use 200 sample, each of 100 Shopee consumers and 100 Tokopedia consumers. The analysis used in this research was multiple discriminant analysis. The results of this research show that there are differences in the e-commerce purchasing decisions of Shopee and Tokopedia. Trust can be a factor that differentiates Shopee and Tokopedia's e-commerce purchasing decisions. In addition, the research also shows could not differences ease and sales promotions that has been performed by Shopee and Tokopedia. The result of this research contributed to the development of consumer behavior theory in the resolution of the purchasing decision and several factors that influence it in terms of trust, ease and sales promotions. Shopee have to increase trust about products offered to consumers, so that consumers feel safety and secure when shopping at e-commerce shopee

Keywords: Trust, Ease, Sales Promotion, Purchase Decision

Abstrak

Pandemi Covid-19 membuat banyak negara melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), termasuk Indonesia. Terkait hal tersebut maka sejumlah toko dan pusat perbelanjaan ditutup. Hal ini mendorong masyarakat untuk melakukan belanja online dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan keputusan pembelian melalui e-commerce Shopee dan Tokopedia berdasarkan kepercayaan, kemudahan, dan promosi penjualan. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah membeli di e-commerce Shopee atau Tokopedia selama masa pandemi Covid-19. Adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 responden, yang terdiri dari 100 konsumen Shopee dan 100 konsumen Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode Multi Diskriminan Analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia. Kepercayaan dapat menjadi faktor yang membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia. Disamping itu, tidak dapat perbedaan kemudahan yang dirasakan konsumen dan promosi penjualan yang telah dilaksanakan e-commerce Shopee dan Tokopedia. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dan beberapa faktor yang mempengaruhinya ditinjau dari kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan. Bagi e-commerce Shopee, harus meningkatkan kepercayaan mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar konsumen merasa aman dan nyaman saat berbelanja di e-commerce Shopee.

Kata kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

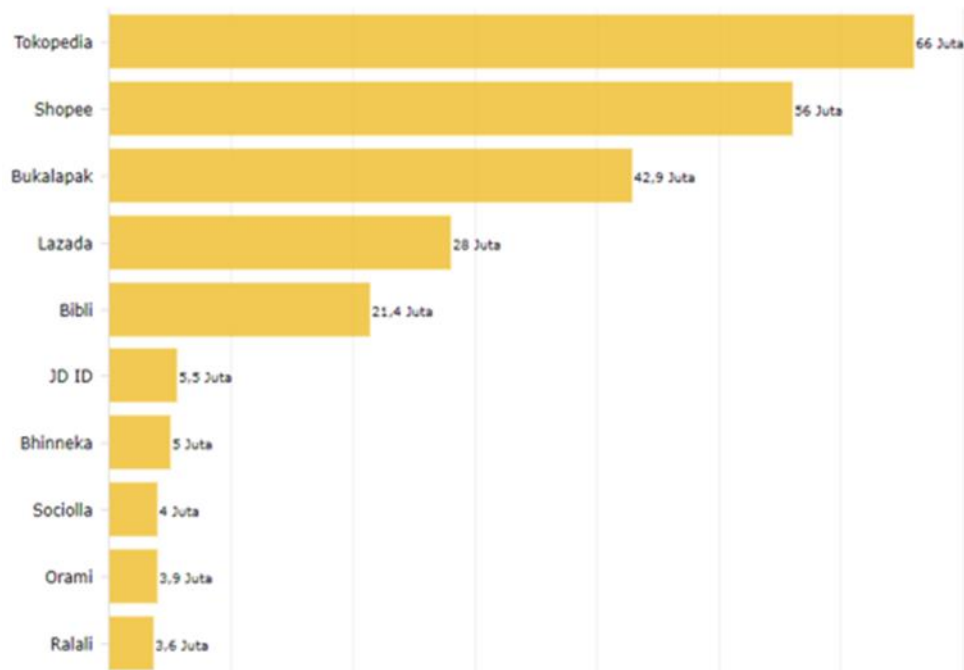
PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 membuat banyak masyarakat di dunia cemas, termasuk Indonesia. Tidak hanya itu, beberapa negara melakukan karantina mandiri dan membatasi kegiatan sosial dengan menjaga jarak fisik antara satu individu dengan individu lainnya, ditambah lagi sejumlah toko dan mal juga sudah mulai banyak yang tutup. Begitu pula dengan beberapa akses jalan juga mulai banyak yang ditutup. Alhasil yang belanja online pun jadi solusi. yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan ikut berdampak pada tren minat belanja online orang Indonesia. Dikutip dari Tempo (2020) ADA Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang data dan artificial intelligence (AI), menganalisis perubahan konsumen akibat Covid-19. Sejak pembatasan jarak diumumkan, penggunaan aplikasi belanja mengalami kenaikan hingga 300 persen. Aplikasi yang banyak digunakan adalah aplikasi belanja yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari, juga aplikasi khusus

³²eka.bertuah@esaunggul.ac.id

jual-beli barang bekas. Penggunaan aplikasi jenis ini mengalami puncaknya pada tanggal 21-22 Maret, hingga lebih dari 400 persen.

Pada tahun 2019 iPrice melakukan survey untuk mengetahui layanan e-commerce yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Hasil survey tersebut membuktikan bahwa e-commerce yang paling sering dikunjungi adalah Tokopedia dengan jumlah penggunanya 66 juta pengunjung. Sedangkan situs e-commerce lainnya yaitu Shopee 56 juta pengunjung, Bukalapak 42,9 juta pengunjung, Lazada 28 juta pengunjung, Blibli 21,4 juta pengunjung, JD.ID 5,5 juta pengunjung, Bhinneka 5 juta Pengunjung, Sociolla 4 juta pengunjung, Orami 3,9 juta pengunjung dan Ralali 3,6 juta pengunjung. Setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda, oleh karena itu setiap e-commerce yang ada harus dapat mengetahui hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut. Bahkan (Manalu, Hermadi, & Ratono, 2020) menyatakan bahwa diantara e-marketplace, penjualan melalui Tokopedia adalah yang paling banyak dibanding bukalapak dan elevania bagi pelaku bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM).



Sumber: iPrice

Gambar 1. Ranking Pengunjung e-commerce Pada Tahun 2019

(Gunawan & Ayuningtiyas, 2018) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga e-commerce yang memiliki sistem yang terpercaya dan memiliki jaminan akan menimbulkan kepercayaan bagi konsumen terhadap ecommerce tersebut. Hasil survey iPrice menunjukkan Tokopedia merupakan salah satu online marketplace yang memberikan peluang bisnis besar kepada setiap pelaku bisnis yang ingin membuat atau membuka toko online secara mudah dan hanya memerlukan biaya yang relatif sedikit dibanding dengan membuka toko offline yang membutuhkan modal lebih besar untuk menyewa tempat berjualan hingga membayar gaji karyawan. Membuka toko online di marketplace sangat memungkinkan untuk berbisnis dengan modal yang kecil, bahkan tanpa modal sekalipun. Karena semua

layanan dasar yang tersedia di Tokopedia bisa digunakan secara gratis tanpa dikenakan biaya pada saat membuka toko ataupun saat ada produk yang terjual ke konsumen. Oleh karena itu, para individu dan pelaku usaha kecil menengah, bisa berbisnis online lewat marketplace tanpa harus mengkhawatirkan dengan masalah yang berhubungan dengan penipuan dan permodalan. Pembeli juga dapat membandingkan harga dari berbagai macam-macam toko yang tersedia di Tokopedia sehingga dimungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga yang lebih murah dan gratisnya biaya pengiriman. Tokopedia menerapkan model bisnis marketplace yang sama dengan yang lainnya yaitu dengan C2C atau Consumer-to-Consumer, yang mana model bisnis seperti ini sangat memudahkan konsumen tanpa harus memakan banyak waktu untuk membeli produk yang diinginkan. Tokopedia sendiri sekarang berkerjasama dengan e-wallet OVO untuk memudahkan konsumen membayar tanpa harus keluar rumah. Selain itu Tokopedia memfasilitasi transaksi online sekaligus dengan metode pembayarannya.

Hasil penelitian (Kahar, Wardi, & Dina, 2018) menunjukkan faktor persepsi kemudahan dapat mempengaruhi konsumen terhadap keputusan untuk menggunakan e-commerce. Demikian pula (Sundström & Hjelm-Lidholm S, 2019) menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses suatu situs web akan mendorong konsumen melakukan pembelian tidak terencana. Shopee merupakan aplikasi marketplace online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion, otomotif, sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan konsumennya dalam melakukan kegiatan-kegiatan belanja online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Shopee menyediakan sarana penjualan dari konsumen ke konsumen dimanapun dan siapapun dapat membuka toko online untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia. Shopee mengenalkan situs ke konsumen dengan memanfaatkan media sosial dan iklan. Iklan yang diolah dengan menarik yang menggunakan brand ambassador yang terkenal dan mengikut tren perkembangan zaman. Dengan demikian membuat Shopee mendapatkan tempat sebagai salah satu e-commerce populer di Indonesia. Sama halnya seperti situs jual beli online lainnya yang berbasis C2C atau Consumer-to-Consumer. Shopee sekarang dengan hadirnya fitur Shopeepay yang sangat membantu penggunaannya untuk menikmati bertansaksi dengan mudah tanpa harus keluar rumah dengan dimasa pandemi Covid-19, selain itu Shopee juga menghadirkan koin Shopee yang berguna untuk menambah diskon harga yang telah dibeli oleh konsumen tersebut.

Hasil penelitian (Familmaleki, Aghighi, & Hamidi, 2015) menunjukkan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. E-commerce yang memiliki promosi yang lebih banyak akan menimbulkan pembelian yang lebih banyak dan meningkatkan kesetiaan konsumen pada e-commerce tersebut. (Wiranata & Hananto, 2020) menunjukkan promosi penjualan mempengaruhi terjadinya pembelian yang tidak terencana (impulse buying) melalui situs web. Promosi yang selama ini sudah dilaksanakan oleh Shopee maupun Tokopedia adalah dengan memberikan diskon dan gratis biaya pengiriman, khususnya menjelang perayaan hari raya.

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan penelitian ini meliputi: (1) Apakah terdapat perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia; (2) Apakah kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan dapat menjadi faktor yang membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Menurut (Tjiptono, 2015) terdapat empat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan yaitu nilai emosional, nilai sosial, nilai kualitas dan nilai fungsional. Nilai emosional berhubungan dengan perasaan, yaitu perasaan positif apa yang akan dialami konsumen pada saat membeli produk. Nilai sosial merupakan nilai yang dianut oleh suatu konsumen, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh konsumen. Nilai kualitas dan nilai fungsional merupakan nilai yang diperoleh dari atribut produk yang memberikan kegunaan (utility).

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) keputusan pembelian adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi bahkan menginginkan suatu produk. Sehingga diketahui bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yang kegiatannya dilakukan agar dapat terpenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen itu sendiri. Dalam membuat suatu keputusan, biasanya seseorang mempertimbangkan mana yang terbaik terlebih dahulu, pertimbangan tersebut dapat didasari oleh informasi yang didapatkan. Menurut (Zwanka & Buff, 2020) menyatakan bahwa marketer harus memperhatikan adanya pergeseran perilaku konsumen dalam jangka panjang sejak terjadinya Pandemi Covid 19.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Sangadji & Sopiah, (2013) menyatakan bahwa kepercayaan adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut, dan manfaat. Berdasarkan konsep tersebut, maka pengetahuan konsumen sangat terkait kepercayaan konsumen.

Menurut (Angkat & Prihatin, 2018) ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan untuk membangun kepercayaan dan hubungan yang baik dengan konsumen, antara lain menciptakan sistem yang mudah dan jelas, konsumen lebih cenderung mempercayai seseorang yang menunjukkan rasa hormat baik dari sikap maupun tutur kata yang disampaikan, menyediakan grup yang berisikan kumpulan reseller serta fasilitas fast respon sebagai wadah untuk keluhan konsumen, masalah konsumen bisa diselesaikan dengan segera dan menampilkan testimonial pelanggan. Dengan demikian bagi konsumen yang pernah melakukan pembelian di Shopee dan Tokopedia, akan memiliki perbedaan kepercayaan pada e-commerce tersebut.

Menurut (Davis, 1989) dalam (Agustinus Mulyadi, 2018), indikator kemudahan antara lain mudah untuk dipelajari (easy to learn) dalam menggunakan aplikasi atau website, dapat di kontrol (controllable), jelas dan dapat dimengerti (clear and understandable), fleksibel (flexible), mudah untuk menjadi mahir (easy to become skillful), mudah digunakan (easy to use) seperti mudahnya bertransaksi, mudah digunakan, dan dapat diandalkan dalam mencari yang diinginkan. Dengan adanya beberapa hal tersebut disetiap aplikasi atau website maka akan menyebabkan adanya perbedaan kemudahan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) dimensi-dimensi promosi penjualan antara lain kupon (coupon), pengembalian tunai (rabates or cash of refund) dan harga khusus (price pack). Dengan adanya dimensi-dimensi tersebut maka dapat menyebabkan perbedaan promosi penjualan antar e-commerce.

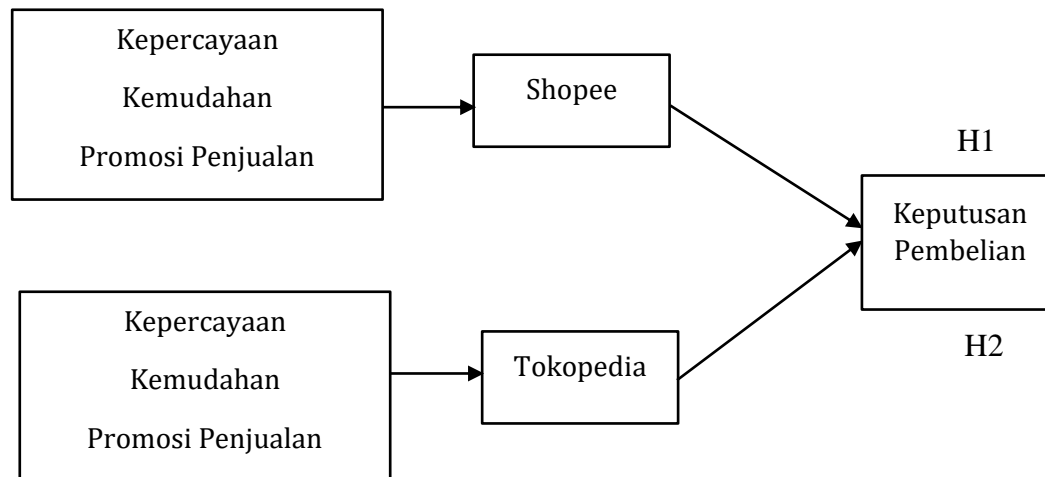
Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian yang dibentuk adalah:

H1: Terdapat perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia

H2: Kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan dapat menjadi faktor yang membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia.

Berdasarkan permasalahan, kerangka teori dan hipotesis yang dibentuk maka model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

METODA

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis komparatif, yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia berdasarkan kepercayaan, kemudahan, dan promosi penjualan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Multiple Discriminant Analysis.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan menggunakan skala Likert. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa data kuesioner yang disebarkan kepada responden. Data sekunder berupa hasil laporan/data yang telah diolah oleh pihak lain yang diperoleh melalui website.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli e-commerce Shopee atau Tokopedia. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan rumus (Hair JF, 2014) dimana banyaknya sampel yang digunakan adalah: $n \times 5$ Observasi.

Keterangan:

n = banyaknya item pertanyaan.

Dalam penelitian ini jumlah item pernyataan dalam kuesioner adalah 26 item pernyataan, maka banyaknya sampel yang digunakan adalah: 18×5 Observasi = 90 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Responden yang di pilih adalah orang yang memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) Berusia minimal 17 Tahun; (2) Pengguna e-commerce Shopee dan Tokopedia; (3) Melakukan pembelian melalui Shopee dan Tokopedia sejak bulan Maret 2020 (masa pandemi Covid-19).

Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2014) definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Penelitian ini akan menguji perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia berdasarkan kepercayaan, kemudahan, dan promosi penjualan.

Kepercayaan

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa dan manfaatnya. Kepercayaan konsumen memiliki kekuatan yang besar dalam keputusan pembelian terhadap penggunaan ecommerce Shopee atau Tokopedia.

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Kepercayaan

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepercayaan Kotler dan Keller (2016)	<i>Kejujuran penjual dalam bertransaksi</i>	<i>Penjual online Shopee/Tokopedia jujur dalam bertransaksi.</i>
	<i>Tanggung jawab penjual kepada pembeli.</i>	<i>Penjual online Shopee/Tokopedia sesuai dengan pesanan saya.</i>
	<i>Kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik</i>	<i>Penjual online Shopee/Tokopedia selalu mengirimkan notifikasi dari barang dipesan hingga barang diterima konsumen. Shopee/Tokopedia memberikan jaminan keamanan atas akun konsumennya.</i>

Kemudahan

Kemudahan adalah suatu kondisi dimana konsumen meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya. Kemudahan dalam bertransaksi dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi merupakan salah satu kemudahan yang didapat pada saat melakukan pembelian di ecommerce Shopee dan Tokopedia.

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel Kemudahan

Variabel	Dimensi	Indikator
Kemudahan (Davis 1989) dalam Mulyadi, Eka dan Nailis (2018)	1. Mudah untuk dipelajari	1. Aplikasi Shopee/Tokopedia memberikan petunjuk untuk konsumen baru pengguna aplikasi tersebut. 2. Petunjuk penggunaa aplikasi Shopee/Tokopedia mudah untuk dipahami
	<i>Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut</i>	<i>Aplikasi Shopee/Tokopedia memudahkan konsumen mencari jenis barang yang diinginkan.</i>
	<i>Sistem mudah digunakan</i>	<i>Saya merasa instruksi aplikasi di Shopee/Tokopedia sangat jelas.</i>
	<i>Fleksibel</i>	<i>Aplikasi Shopee/Tokopedia memberikan berbagai pilihan pembayaran sesuai keinginan konsumen. Aplikasi Shopee/Tokopedia memberikan berbagai pilihan untuk jasa pengiriman barang sesuai keinginan konsumen.</i>

<i>Mudah untuk menjadi mahir</i>	<i>Aplikasi Shopee/Tokopedia memudahkan konsumen untuk semakin mahir dalam menggunakan aplikasi.</i>
<i>Mudah digunakan</i>	<i>Saya merasa aplikasi Shopee/Tokopedia mudah diakses.</i>

Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segala dan meningkatkan jumlah barang yang akan dibeli pelanggan.

Tabel 5. Definisi Operasional Variabel Promosi Penjualan

Variabel	Dimensi	Indikator
Promosi Penjualan, Kotler dan Armstrong (2018)	Kupon	Shopee/Tokopedia sering memberikan potongan harga pada masa Pandemi Covid-19 Besarnya potongan harga yang diberikan oleh Shopee/Tokopedia menarik perhatian konsumen pada masa Pandemi Covid-19 Shopee/Tokopedia memberikan gratis biaya pengiriman barang pada masa Pandemi Covid-19.
	Pengembalian Tunai	Shopee/Tokopedia sering memberikan cashback pada masa Pandemi Covid-19 Cashback yang diberikan Shopee/Tokopedia sangat bermanfaat pada masa Pandemi Covid-19
	Harga Khusus	Shopee/Tokopedia sering memberikan harga khusus pada jam tertentu dimasa Pandemi Covid-19

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan seseorang calon pembeli untuk melakukan keputusan terhadap pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan ecommerce Shopee atau Tokopedia untuk melakukan pembelian.

Tabel 6. Definisi Operasional Keputusan Pembelian

Variabel	Pengukuran
Keputusan Pembelian	Dummy Variabel 1= Keputusan Pembelian Shopee 0= Keputusan Pembelian Tokopedia

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Metode pengumpulan data dari responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dengan model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala Likert.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kemampuan kuesioner tersebut untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (Ghozali, 2018).

Kriteria validitas yang digunakan adalah:

(1) Jika signifikansi dari korelasi (r) < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dikatakan valid ; (2) Jika signifikansi dari korelasi (r) > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dikatakan tidak valid

Menurut Ghozali (2018) bahwa reliabilitas suatu pernyataan ditentukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka kuesioner penelitian dinyatakan reliabel (sangat baik/sangat menyenangkan); (2) Jika nilai Cronbach Alpha < 0,6 maka kuesioner penelitian dinyatakan tidak reliabel (kurang menyenangkan).

Analisis Diskriminan

Analisis diskriminan merupakan teknik multivariat yang termasuk Dependence Method, yakni data variabel dependen yang harus berupa data kategori, sedangkan data independen berupa data non kategori. (A

Rizkiana, 2015) menunjukkan bahwa analisis diskriminan dapat digunakan untuk menguji perbedaan kepuasan pengguna jasa. (Sarwono & Budiono, 2012) menunjukkan bahwa analisis diskriminan dapat digunakan untuk membuat satu model prediksi keanggotaan untuk masing-masing kasus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Responden

Karakteristik responden yang dibahas pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir responden, pekerjaan responden, penghasilan perbulan, dan total pengeluaran dalam melakukan transaksi di e-commerce Shopee/Tokopedia.

Profil responden ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai hasil penelitian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel-tabel berikut:

Jenis Kelamin

Tabel 7. Jenis Kelamin Responden Pembeli di Shopee dan Tokopedia

Jenis Kelamin	Shopee		Tokopedia	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	24	24%	38	38%
Perempuan	76	76%	62	62%
Total	100	100%	100	100%

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa mayoritas yang berbelanja dengan menggunakan e-commerce Shopee dan Tokopedia adalah perempuan.

Usia

Tabel 8. Usia Responden Pembeli di Shopee dan Tokopedia

Usia	Shopee		Tokopedia	
	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
17-21 Tahun	37	37%	35	35%
22-26 Tahun	54	54%	48	48%
26-30 Tahun	7	7%	11	11%
>30 Tahun	2	2%	6	6%
Total	100	100%	100	100%

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang melakukan pembelian di Shopee maupun Tokopedia sebagian besar didominasi oleh responden yang berusia 22-26 tahun lalu diikuti oleh responden yang berusia 17-21 tahun.

Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 9. Pendidikan Terakhir Responden Shopee dan Tokopedia

Pendidikan Terakhir	Shopee		Tokopedia	
	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
SMA	50	50%	39	39%
S1	40	40%	47	47%
S2/S3	1	1%	2	2%
Lainnya	9	9%	12	12%
Total	100	100%	100	100%

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir yaitu yang paling banyak melakukan pembelian di e-commerce Shopee adalah SMA, sementara responden yang melakukan pembelian di e-commerce Tokopedia memiliki pendidikan terakhir S1.

Pekerjaan Responden

Tabel 10. Pekerjaan Responden Pembeli di Shopee dan Tokopedia

Pekerjaan	Shopee		Tokopedia	
	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
Mahasiswa/Pelajar	66	66%	47	47%
Pegawai Swasta	19	19%	34	34%
Pegawai Negeri	2	2%	5	5%
Wiraswasta	3	3%	3	3%
Ibu Rumah Tangga	2	2%	4	4%
Lainnya	8	8%	7	7%
Total	100	100%	100	100%

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa mayoritas responden yang melakukan pembelian di e-commerce Shopee dan Tokopedia memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar lalu diikuti oleh responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta.

Penghasilan Responden

Tabel 11. Penghasilan Responden Pembeli di Shopee dan Tokopedia

Penghasilan Perbulan	Shopee		Tokopedia	
	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
<Rp. 1.000.000	43	43%	20	20%
Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	40	40%	45	45%
Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	14	14%	27	27%
>Rp. 10.000.000	4	4%	8	8%
Total	100	100%	100	100%

Sumber: Data diolah (2020)

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden yang melakukan pembelian di e-commerce Shopee yang paling banyak memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000, sementara responden yang melakukan pembelian di e-commerce Tokopedia paling banyak memiliki penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000.

Total Pengeluaran Melakukan Pembelian

Tabel 12. Pengeluaran Dalam Melakukan Pembelian di e commerce

Pengeluaran	Shopee		Tokopedia	
	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase
< Rp 30.000	0	0%	1	1%
Rp 30.001–Rp 100.000	45	45%	44	44%
Rp 100.001–Rp 1.000.000	50	50%	50	50%
>Rp. 1.000.000	5	5%	5	5%
Total	100	100%	100	100%

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 6, pengeluaran responden untuk melakukan pembelian di e-commerce Shopee dan Tokopedia paling banyak Rp. 100.001 – Rp. 1.000.000

Hasil Uji Validitas

Uji validitas menggunakan 18 pernyataan terhadap 30 responden dengan masing-masing 15 responden pembeli di e-commerce Shopee dan 15 responden pembeli e-commerce Tokopedia. Berikut merupakan rincian pernyataan yang diuji sebagai pre-test sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Kepercayaan				
1.	Penjual online Shopee/Tokopedia jujur dalam bertransaksi	0,000	0,005	Valid
2.	Penjual online Shopee/Tokopedia mengirimkan barang sesuai dengan pesanan saya	0,000	0,005	Valid
3.	Penjual online Shopee/Tokopedia selalu mengirimkan notifikasi dari barang dipesan hingga barang diterima konsumen	0,000	0,005	Valid
4.	Shopee/Tokopedia memberikan jaminan keamanan atas akun konsumennya	0,000	0,005	Valid
Kemudahan				
5.	Aplikasi Shopee/Tokopedia memberikan petunjuk untuk konsumen baru pengguna aplikasi tersebut	0,005	0,005	Valid
6.	Petunjuk penggunaa aplikasi Shopee/Tokopedia mudah untuk dipahami	0,615	0,005	Tidak valid
7.	Aplikasi Shopee/Tokopedia memudahkan saya mencari jenis barang yang diinginkan	0,001	0,005	Valid
8.	Saya merasa instruksi aplikasi di Shopee/Tokopedia sangat jelas	0,000	0,005	Valid
9.	Aplikasi Shopee/Tokopedia memberikan berbagai pilihan pembayaran sesuai keinginan konsumen	0,000	0,005	Valid
10.	Aplikasi Shopee/Tokopedia memberikan berbagai pilihan untuk jasa pengiriman barang sesuai keinginan saya	0,000	0,005	Valid
11.	Aplikasi Shopee/Tokopedia memudahkan saya untuk semakin mahir dalam menggunakan aplikasi	0,003	0,005	Valid
12.	Saya merasa aplikasi Shopee/Tokopedia mudah diakses	0,000	0,005	Valid
Promosi Penjualan				
13.	Shopee/Tokopedia sering memberikan potongan harga pada masa Pandemi Covid-19	0,000	0,005	Valid
14.	Besarnya potongan harga yang diberikan oleh Shopee/Tokopedia menarik perhatian konsumen pada masa Pandemi Covid-19	0,000	0,005	Valid
15.	Shopee/Tokopedia memberikan gratis biaya pengiriman barang pada masa Pandemi Covid-19	0,000	0,005	Valid
16.	Shopee/Tokopedia sering memberikan cashback pada masa Pandemi Covid-19	0,000	0,005	Valid
17.	Cashback yang diberikan Shopee/Tokopedia sangat bermanfaat pada masa Pandemi Covid-19	0,000	0,005	Valid
18.	Shopee/Tokopedia sering memberikan harga khusus pada jam tertentu dimasa Pandemi Covid-19	0,000	0,005	Valid

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil Uji Reliabilitas

Dari pengujian data semua variabel terbukti memiliki koefisien cronbach alpha diatas 0,60. Maka dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukuran setiap variabel dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliable.

Tabel 14. Hasil Output Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut Of	Kesimpulan
Kepercayaan	0,700	0,60	Reliabel
Kemudahan	0,657	0,60	Reliabel
Promosi Penjualan	0,837	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah (2020)

Hasil Analisis Diskriminan

Dalam penelitian ini, analisis diskriminan digunakan untuk mengetahui antara variabel kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan yang menyebabkan perbedaan keputusan pembelian pada e-commerce Shopee dan Tokopedia. Analisis diskriminan mempunyai asumsi bahwa varians variabel bebas untuk setiap grup harus sama dan varians diantara variable-variabel bebas juga harus sama. Langkah awal dapat melihat tabel Box's M untuk melihat apakah diskriminan dapat dilakukan atau tidak, dengan ketentuan sebagai berikut:

(1) Hipotesis

H0: grup covarians matrices adalah relatif sama

H1: grup covarians matrices adalah berbeda secara nyata

(2) Keputusan dengan dasar signifikansi

Jika Signifikansi > 0,05 berarti H0 diterima

Jika Signifikansi < 0,05 berarti H0 ditolak

Tabel 15. Hasil Uji Box' M

Box's M		.873
F	Approx.	.868
	df1	1
	df2	117612.000
	Sig.	.351

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 15 terlihat bahwa nilai Box'M adalah 0,873 dengan nilai Sig. 0,351 lebih besar dari 0,05 yang menandakan bahwa group covariance matrices adalah sama. Hal ini menunjukkan data diatas sudah bisa memenuhi asumsi analisis diskriminan dan dapat dilakukan ke proses selanjutnya.

Selanjutnya yaitu menguji signifikansi dari fungsi diskriminan dengan cara melihat nilai Wilk's Lambda dan tingkat signifikansi chi square. Angka Wilk's Lambda yaitu berkisar antara 0 sampai 1 yang artinya jika mendekati 0 maka data dari setiap kelompok cenderung berbeda, namun jika angka mendekati 1 maka dari tiap kelompok cenderung sama.

Tabel 16. Hasil Wilk's Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.892	22.521	1	.000

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel 16 diperoleh angka dari Wilk's Lambda sebesar 0,892 dimana angka tersebut cenderung mendekati angka 0, maka dapat diartikan bahwa terdapat perbedaan antara e-commerce Shopee dan Tokopedia. Selain itu terdapat varians yang tidak bisa dijelaskan dalam penelitian ini sebesar 89,2% dengan melihat angka dari Wilk's Lambda. Pada tabel tersebut diperoleh nilai Sig. 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05 artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara keputusan pembeli e-commerce Shopee dan Tokopedia. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.

Adapun untuk mengukur ketepatan hasil uji Wilk's Lambda maka dapat diketahui yang didasarkan pada tabel eigenvalues. Eigenvalues bertujuan untuk mengukur presentase variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh varians dari variabel bebas yang dipilih dalam model diskriminan. Persentase diketahui dengan mengkuadratkan angka canonical correlation. Ukuran skala keeratan hubungan yaitu dengan skala 0 sampai 1. Semakin tinggi nilai canonical correlation maka semakin baik fungsi tersebut menjelaskan variabel yang diamati.

Tabel 17. Hasil Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.121 ^a	100.0	100.0	.328

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.11 nilai canonical correlation 0,328 menunjukkan keeratan hubungan yang tidak terlalu tinggi karena mendekati 0, jika dikuadratkan menjadi 0,107 = 10,7% yang berarti varians dari variabel kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan dalam perbedaan keputusan pembelian antara e-commerce Shopee dan Tokopedia.

Uji hipotesis 2 dapat diketahui dengan melihat nilai dari canonical discriminant function coefficients. Tabel tersebut akan menunjukkan varians dari variabel mana yang paling dominan membedakan antara e-commerce Shopee dan Tokopedia.

Tabel 18. Hasil Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
Kepercayaan	.974
(Constant)	-11.226

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 18 menunjukkan adanya 1 variabel yang membedakan keputusan pembelian yaitu variabel kepercayaan dengan nilai 0,974. Sehingga hasil dari penelitian ini hanya variabel kepercayaan yang menjadi pembeda keputusan pembelian antara Shopee dan Tokopedia, sedangkan variabel kemudahan dan promosi penjualan tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian antara Shopee dan Tokopedia maka hipotesis 2 dapat diterima. $Z = -11,226 + 0,974 \text{Kepercayaan}$

Hasil dari tabel 18 juga dapat dilihat bahwa terdapat nilai positif. Dengan demikian semakin meningkatkan kepercayaan kepada konsumen maka semakin besar kecenderungan konsumen memilih belanja di e-commerce Shopee.

Tabel 19. Hasil Function at Group Centroids

Keputusan P	Function
	1
Tokopedia	-.346
Shopee	.346

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 19 dapat dilihat bahwa group centroid yang merupakan nilai dari rata-rata pada diskriminan bagi setiap pernyataan didalam masing-masing kelompok. Group centroid untuk e-commerce Tokopedia -0,346 sedangkan untuk e-commerce Shopee adalah 0,346. Hal ini dapat dikatakan bahwa secara rata-rata skor diskriminan kedua e-commerce berbeda. Sehingga fungsi diskriminan dapat memberikan perbedaan baik pada e-commerce Shopee dan Tokopedia.

Tahapan selanjutnya yaitu menilai validasi analisis diskriminan dengan melihat tabel Classification Result. Dimana tabel Classification Result digunakan untuk menentukan prediksi responden dengan tepat untuk analisis diskriminan.

Tabel 20. Hasil Classification Result

Keputusan P			Predicted Group Membership		Total
			Tokopedia	Shopee	
Original	Count	Tokopedia	58	42	100
		Shopee	34	66	100
	%	Tokopedia	58.0	42.0	100.0
		Shopee	34.0	66.0	100.0
Cross-validated ^b	Count	Tokopedia	58	42	100
		Shopee	34	66	100
	%	Tokopedia	58.0	42.0	100.0
		Shopee	34.0	66.0	100.0

a. 62.0% of original grouped cases correctly classified.

b. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.

c. 62.0% of cross-validated grouped cases correctly classified.

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 20 terlihat bahwa konsumen yang pada data awal yang tergolong membeli di e-commerce Tokopedia adalah sebanyak 100 pembeli. Kemudian dari klasifikasi fungsi diskriminan ternyata yang tetap pada kelompok yang membeli di e-commerce Tokopedia sebanyak 58 pembeli dan 42 pembeli ternyata cenderung masuk kelompok pembeli di Shopee.

Dari model diskriminan dengan data awal yang masuk dalam kelompok membeli di e-commerce Shopee sebanyak 100. Kemudian dari klasifikasi fungsi diskriminan ternyata yang tetap pada kelompok yang tetap membeli di e-commerce Shopee 66 pembeli dan 34 pembeli ternyata cenderung masuk pada kelompok yang membeli di e-commerce Tokopedia. Adanya perpindahan kelompok responden antara responden Shopee dan Tokopedia disebabkan sebagian besar responden memiliki kedua e-commerce tersebut. Dengan demikian ketepatan prediksi dari model adalah: $(58+66) / 200 = 0,62$ atau 62 persen. Model diskriminan layak digunakan

untuk analisis diskriminan atau valid digunakan pada penelitian ini karena diperoleh angka ketepatan yang cukup tinggi yaitu 62%. Dengan demikian maka model yang dibentuk dapat menjadi estimasi kecenderungan pembeli e-commerce sebesar 62%.

PEMBAHASAN

Perbedaan Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee dan Tokopedia

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia. Hal ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh (A Rizkiana, 2015) bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian dengan menggunakan analisis diskriminan. Pernyataan dari kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan mampu membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia. Berdasarkan karakteristik responden, konsumen Shopee maupun Tokopedia yang mayoritas berjenis kelamin perempuan, dengan usia 22-26 tahun, dimana perempuan lebih konsumtif dalam berbelanja dari pada laki-laki. Pembeli Shopee dan Tokopedia memutuskan untuk berbelanja dengan menggunakan e-commerce tersebut karena dapat berbelanja dengan cepat sesuai dengan kebutuhan konsumen, tanpa harus bertemu dengan orang banyak dan tentunya tidak harus keluar rumah karena dimasa Pandemi Covid-19 ini pemerintah melarangnya dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Selain itu terdapat faktor lain yang membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia, adalah dari segi aplikasi di Shopee terdapat fitur yang menarik pelanggan seperti live shopping dimana penjual memasarkan produknya melalui saluran live video dan para konsumen yang ingin membeli dengan cara meninggalkan pesan dikolom komen dan juga terdapat banyak fitur games Shopee seperti Shopee tanam yang dimana konsumen menanam virtual dengan tujuan untuk mendapatkan hadiah seperti beras maupun minuman kemasan. Shopee tidak hanya menjual produk-produk kebutuhan sehari-hari saja melainkan Shopee juga memberikan kesempatan konsumen yang ingin memesan tiket pesawat, tiket bus dan tiket travel dengan mudah dan cepat. Dan yang terakhir Shopee memberikan harga relatif lebih murah. Sementara Tokopedia memberikan potongan harga dengan cara yang mudah, Tokopedia juga menyediakan fitur yang hanya menjual produk-produk buatan Indonesia. Tokopedia juga menyediakan fitur berinvestasi yaitu melalui emas maupun reksadana.

Kepercayaan Dapat Menjadi Faktor Yang Membedakan Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee Dan Tokopedia

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan dapat menjadi faktor yang membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia. Jika dilihat dari table Canonical Discriminant Function Coefficients, dimana dapat terlihat variabel mana yang paling membedakan terhadap keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia adalah variabel kepercayaan, dimana variabel kepercayaan membahas mengenai memberikan jaminan keamanan atas akun konsumen. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Inet Detik (2020) bahwa Tokopedia diberitakan adanya 91 juta data akun konsumen Tokopedia tersebar bebas, yang berisikan nama lengkap, nama akun, email, toko online, tanggal lahir, nomor HP, dan tanggal mendaftar. Dengan demikian dikarenakan sistem keamanan yang kurang maksimal sehingga membuat konsumen kehilangan kepercayaan terhadap Tokopedia. Sementara itu di Shopee menurut Info Komputer (2020) bahwa Shopee meningkatkan strategi untuk menjaga data pelanggannya. Dengan demikian semakin meningkatkan kepercayaan kepada konsumen maka semakin besar konsumen

memilih belanja di e-commerce Shopee. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Ayuningtiyas, 2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu terdapat indikator lainnya di variabel kepercayaan yaitu penjual online e-commerce Shopee atau Tokopedia jujur dalam bertransaksi yang artinya penjual online tersebut memajang produk-produk sesuai dengan barang asli yang akan mereka jual. Penjual online e-commerce Shopee dan Tokopedia mengirimkan barang sesuai dengan pesanan, dimana penjual e-commerce Shopee dan Tokopedia akan mengirimkan barang yang sesuai dengan pesanan kepada pembeli. Hal ini yang membuat konsumen masih percaya ketika berbelanja di e-commerce Shopee dan Tokopedia.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian antara e-commerce Shopee dan Tokopedia. Faktor yang membedakan keputusan pembelian antara e-commerce Shopee dan Tokopedia adalah variabel kepercayaan. Tidak dapat perbedaan keputusan pembelian antara e-commerce Shopee dan Tokopedia pada dari variabel kemudahan dan promosi penjualan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis komparatif (analisis perbandingan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Terdapat perbedaan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia.; (2) Kepercayaan dapat menjadi faktor yang membedakan keputusan pembelian e-commerce Shopee dan Tokopedia.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya, sehingga berpengaruh terhadap penelitian yang diperoleh secara keseluruhan. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: (1) Penelitian ini hanya dilakukan oleh 100 konsumen e-commerce Shopee dan Tokopedia yang membeli dari bulan Maret atau awal terjadinya Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia; (2) Penelitian ini hanya berfokus pada variabel kepercayaan, kemudahan, promosi penjualan dan keputusan pembelian.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa nilai implikasi yang diharapkan dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

Implikasi Teoritis : Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan teori perilaku konsumen dalam keputusan pembelian dan beberapa faktor yang mempengaruhinya ditinjau dari kepercayaan, kemudahan dan promosi penjualan. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian dalam variabel kepercayaan e-commerce Shopee dan Tokopedia. Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai suatu produk atau jasa dan manfaatnya.

Implikasi Praktis: Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi dalam dunia praktis khususnya untuk kedua e-commerce yaitu Shopee dan Tokopedia agar memperhatikan faktor kepercayaan konsumen dalam agar meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Perusahaan: Bagi e-commerce Shopee, harus meningkatkan kepercayaan mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar konsumen merasa aman dan nyaman saat berbelanja di e-commerce Shopee. Dari faktor kemudahan, mengupayakan pembenahan sistem yang ada supaya pengguna tidak merasakan kesulitan untuk mengikuti proses yang harus dijalani. Sementara bagi e-commerce Tokopedia harus mampu menjamin keamanan dan kerahasiaan serta privasi maupun informasi konsumen agar kejadian pembobolan data pribadi konsumen tidak terulangi, dengan begitu konsumen akan mempercayai kembali untuk berbelanja di e-commerce Tokopedia. Dari faktor kemudahan, mengupayakan pembenahan sistem yang ada supaya pengguna tidak merasakan kesulitan untuk mengikuti proses yang harus dijalani. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Tokopedia diharapkan untuk memberikan gratis pengiriman barang yang dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.

Penelitian Selanjutnya: Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel lain yang diduga memiliki perbedaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang menggunakan e-commerce lainnya yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A Rizkiana, P. H. (2015). *Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Analisis Diskriminan*. Jurnal MIPA, 89-100.
- Agustinus Mulyadi, D. E. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 87-94.
- Angkat, D., & Prihatin, A. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Lazada*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 441-448.
- Davis, F. D. (1989). *Perceive Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, 319-340.
- Familmaleki, M., Aghighi, A., & Hamidi, K. (2015). *Analyzing the Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing Behavior*. International Journal of Economics & Management Sciences, 1-6.
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. Journal of Applied Business Administration, 152-162.
- Hair JF, B. W. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Kahar, A., Wardi, Y., & D. P. (2018). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived*. Advances in Economics, Business and Management Research, 429-438.
- Kotler, P., & Armstrong, G. T. (2018). *Principles of Marketing*. UK: Pearson.
- Manalu, L. D., Hermadi, I., & Ratono, J. (2020). *Studying The Determinant Of Intention To Use Tokopedia For SME's Agribusiness Products Purchase*. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, 1-11.
- Nelwan, F., Mananeke, L., & Tawas, H. N. (2019). *Analisis Faktor Determinan Keputusan Pembelian Digerai Starbaucks Manado Town Square*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 5147-5156.

- Sarwono, J., & Budiono, H. (2012). *Statistik Terapan : Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi Menggunakan Spss, Amos dan Excel*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Sulawesi Selatan: Alfabeta.
- Sundström, M., & Hjelm-Lidholm S, R. A. (2019). Clicking the boredom away – Exploring impulse fashion buying behavior online. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 150-156.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wiranata, A. T., & Hananto, A. (2020). Do Website Quality, Fashion Consciousness, and Sales Promotion Increase Impulse Buying Behavior of E-Commerce Buyers? *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 74-85.
- Zwanka, R. J., & Buff, C. (2020). COVID-19 Generation: A Conceptual Framework of the Consumer Behavioral Shifts to Be Caused by the COVID-19 Pandemic. *Journal Of International Consumer Marketing*, 58-67.

PILIHAN PRAKTIK MANAJEMEN LABA *FAMILY BUSINESS* DAN *NON-FAMILY BUSINESS*

Veron Beatrix Umboh³³

Universitas Pelita Harapan

Golrida Karyawati P

Universitas Pelita Harapan

Abstract

Previous research has shown that family businesses are more intensive in conducting earnings management than non-family companies (Chi et al., 2015; Margono et al., 2019; Paiva et al., 2019). Socioemotional wealth theory indicates that family businesses tend to prefer accrual earnings management because real earnings management has the potential to reduce firm value in the long run (Achleitner et al., 2014). As far as the author is concerned, research on earnings management strategy preferences has not been conducted in Indonesia, although companies in Indonesia are generally family businesses. This study is intended to analyze the tendency of earnings management strategies by family businesses and non-family businesses listed on the Indonesia Stock Exchange. This study used logistic regression to analyze the tendency of earnings management strategies from 1,008 observations from 2017 to 2019. The results showed that accrual earnings management tends to be conducted by family business than non-family business. The results showed that accrual earnings management tends to be carried out by family business than non-family business. However, with the increasing size of the company the more limited the family businesses did accrual earnings management, and these companies began to shift to real earnings management.

Keywords: *Family business, non-family business, size, earnings management*

Abstrak

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa perusahaan keluarga lebih intensif melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan non-keluarga (Chi et al., 2015; Margono et al., 2019; Paiva et al., 2019). Teori socioemotional wealth mengindikasikan bahwa perusahaan keluarga cenderung lebih memilih manajemen laba akrual karena manajemen laba riil berpotensi menurunkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Achleitner et al., 2014). Penelitian mengenai kecenderungan pilihan manajemen laba sejauh yang diketahui peneliti belum dilakukan di Indonesia, meskipun perusahaan di Indonesia pada umumnya adalah perusahaan keluarga. Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba family business dan non-family business perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan regresi logistik untuk menganalisis kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba dari 1.008 observasi penelitian dalam kurun waktu 2017 sampai 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba akrual lebih cenderung dilakukan family business dibandingkan non-family business. Akan tetapi dengan semakin besar ukuran perusahaan, family business terbatas melakukan manajemen laba akrual dan semakin beralih ke manajemen laba riil.

Kata kunci: *Family business, non-family business, size, manajemen laba*

³³veronumbogh@gmail.com

PENDAHULUAN

Sebagian besar perusahaan di Indonesia merupakan perusahaan keluarga (*family business*) (Claessens et al., 2000; Madyan et al., 2019). Dalam *family business* terdapat asimetri informasi antara keluarga (pemegang saham mayoritas) dan pemegang saham minoritas yang menimbulkan motivasi bagi keluarga untuk melakukan ekspropriasi melalui praktik manajemen laba (Tian et al., 2018; Cherif et al., 2020). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa manajemen laba lebih intensif dilakukan oleh *family business* dibandingkan *non-family business* (Chi et al., 2015; Paiva et al., 2019; Margono et al., 2019).

Praktik manajemen laba dapat dilakukan melalui manajemen laba akrual maupun manajemen laba riil (Roychowdhury, 2006; Zang, 2012). Teori *socioemotional wealth* mengindikasikan bahwa *family business* lebih berorientasi pada keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang, sehingga *family business* lebih cenderung melakukan manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil (Achleitner et al., 2014). Hal ini dikarenakan kecenderungan praktik manajemen laba riil menyebabkan pengeluaran kas yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Graham et al., 2005; Roychowdhury, 2006). Akan tetapi setelah adanya *Sarbanes-Oxley Act*, perusahaan semakin terbatas untuk melakukan manajemen laba akrual karena lebih mudah terdeteksi dibandingkan manajemen laba riil (Cohen et al., 2008; Cohen dan Zarowin, 2010).

Penelitian Achleitner et al. (2014) di Jerman dan Chen et al. (2015) di Jepang menemukan bahwa *family business* lebih cenderung memilih manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil. Namun sebaliknya, Cherif et al. (2020) menemukan bahwa *family business* di Prancis cenderung melakukan manajemen laba riil, karena dinilai lebih tidak mengancam reputasi perusahaan. Sejauh ini, sepemahaman peneliti, penelitian mengenai kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba *family business* dan *non-family business* belum dilakukan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kecenderungan praktik manajemen laba *family business* dan *non-family business* di Indonesia.

TELAAH PUSTAKA

Karakteristik *Family Business* di Indonesia

Survey yang dilakukan PricewaterhouseCoopers tahun 2014 menyatakan bahwa 60 persen perusahaan publik di Asia Tenggara merupakan *family business*. Di Indonesia *family business* bahkan lebih dari 95 persen. *Family business* ditandai dengan adanya kepemilikan

saham baik secara langsung maupun tidak langsung, dan keterlibatan anggota keluarga dalam operasi bisnis seperti menduduki posisi *top management* perusahaan (Wijayanti, 2014; Atmaja, 2018; Margono et al., 2019). *Family business* Asia Tenggara umumnya dikendalikan oleh anggota keluarga. Keluarga mengambil kebijakan yang dinilai paling efisien bagi perusahaan sehingga performa dan operasi *family business* cenderung efisien (Anderson dan Reeb, 2003; Herrero, 2011).

Family business seringkali membentuk grup dengan struktur piramida, yakni struktur yang berjenjang dengan kepemilikan tidak langsung (Claessens et al., 2000). Tujuannya adalah untuk mempertahankan kontrol/kendali keluarga atas perusahaan yang terafiliasi dalam grup bisnis tersebut (Peng dan Jiang, 2010). Menurut Claessens et al. (2000), sebagian besar perusahaan publik di Indonesia memiliki struktur kepemilikan piramida. Hal ini menyebabkan *family business* di Indonesia sulit untuk diidentifikasi karena banyaknya jenjang dalam rantai kepemilikan perusahaan, sehingga informasi mengenai pihak pengendali terbatas dan pemilik akhir dari rantai kepemilikan tersebut sulit ditelusuri.

Manajemen Laba Family Business

Manajemen laba merupakan tindakan yang merekayasa laporan keuangan dengan tujuan untuk mencapai target tertentu dengan meningkatkan persepsi positif pengguna laporan keuangan terhadap kinerja perusahaan (Yaping, 2005). Dalam kondisi yang tidak menguntungkan, perusahaan meningkatkan laba untuk menyembunyikan kondisi yang kurang menguntungkan tersebut (Martin et al., 2014). Sebaliknya, apabila profitabilitas perusahaan sangat tinggi perusahaan cenderung mengecilkan laba agar terhindar dari perhatian yang bersifat politis dari publik, terutama pemerintah (Schroeder et al., 2014: 139). Perusahaan dengan laba yang stabil lebih diminati investor sehingga praktik manajemen laba juga sering dilakukan melalui perataan laba (*income smoothing*) (Kristanti, 2019; Khanifah et al., 2020).

Manajemen laba dilakukan melalui dua pendekatan atau strategi, yaitu manajemen laba akrual dan manajemen laba riil (Roychowdhury, 2006; Zang, 2012). Manajemen laba akrual dilakukan dengan memanfaatkan celah-celah kebijakan akuntansi. Standar akuntansi umumnya menyediakan alternatif metode akuntansi. Perusahaan memiliki kesempatan untuk memilih metode yang menghasilkan laba yang diinginkan, seperti metode pencatatan *inventory* (persediaan), depresiasi aset tetap, ataupun estimasi cadangan piutang tak tertagih. Manajemen laba akrual sering dilakukan ketika melakukan

adjustment sebelum laporan keuangan diterbitkan (Cohen dan Zarowin, 2010; Zang, 2012; Cherif et al., 2020).

Adapun manajemen laba riil dilakukan dengan aktivitas perusahaan dan mempengaruhi arus kas secara langsung (Roychowdhury, 2006; Cohen dan Zarowin, 2010), contohnya tindakan memberikan diskon atau meringankan persyaratan kredit bagi pelanggan; mengurangi beban-beban diskresioner (seperti beban penelitian dan pengembangan, beban iklan, dan beban penjualan dan administrasi umum); ataupun melakukan produksi secara berlebihan untuk mengurangi harga pokok produksi (*cost of goods sold*). Manajemen laba riil berpotensi menurunkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Graham, et al. 2005; Roychowdhury, 2006; Zang, 2012; Achleitner et al., 2014). Namun, manajemen laba riil lebih sulit dideteksi, karena tindakan yang dilakukan dapat dikamufleskan sebagai aktivitas normal perusahaan (Roychowdhury, 2006; Zang, 2012).

Dalam *family business* penentuan berbagai kebijakan dilakukan untuk kesejahteraan keluarga (Cahyani dan Sanjaya, 2014). Menurut penelitian Siregar dan Utama (2010), *family business* melakukan manajemen laba efisien yang berdampak positif terhadap kinerja perusahaan di masa depan (Siregar dan Utama, 2010). Artinya, manajemen laba dilakukan dengan tetap memperhatikan jangka panjang perusahaan.

Agency Theory dan Socioemotional Wealth Theory dalam Family Business

Dalam *family business*, *agency problem* yang terjadi adalah antara pemegang saham mayoritas, yakni keluarga, dan pemegang saham minoritas (Villalonga dan Amit, 2006; Paiva et al., 2016; Setia-Atmaja, 2016). Oleh karena manajer berasal dari keluarga, maka manajer akan berpihak pada kepentingan keluarga sebagai pengendali walaupun dapat merugikan kepentingan pemegang saham minoritas. Manajer memanfaatkan informasi mengenai kondisi perusahaan sebesar-besarnya untuk keuntungan keluarga dan melakukan ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas, di antaranya dilakukan melalui praktik manajemen laba (Tian et al., 2018; Cherif et al., 2020). Namun dalam *family business* tindakan manajemen laba dilakukan dengan batasan-batasan tertentu sehingga tidak membahayakan masa depan perusahaan. Oleh sebab itu, manajemen laba dalam *family business* efisien (tidak menurunkan kinerja perusahaan di masa mendatang) (Siregar dan Utama, 2010).

Socioemotional wealth theory menjelaskan bahwa tujuan utama dari keluarga pendiri/pemilik perusahaan tidak semata-mata hanya fokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada aspek non-ekonomi misalnya ikatan emosional keluarga yang tak terbatas atas

perusahaan, adanya identitas keluarga yang terikat dengan perusahaan, serta terjaganya keberlanjutan generasi keluarga (Gómez-Mejía et al., 2007). Keluarga akan mengambil keputusan yang dapat mempertahankan *socioemotional wealth* mereka dalam jangka panjang (Berrone et al., 2012).

Menurut Chen et al. (2015), *family business* lebih mengutamakan nilai perusahaan dalam jangka panjang dibandingkan *non-family business*. *Family business* melakukan manajemen laba yang tidak berpotensi memperlemah *socioemotional wealth* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen laba riil cenderung berdampak negatif terhadap nilai perusahaan di masa mendatang karena mengorbankan arus kas perusahaan secara langsung (Graham et al., 2005; Roychowdhury, 2006; Zang, 2012). Hal ini menyebabkan *family business* menghindari praktik manajemen laba riil dan cenderung memilih manajemen laba akrual. Tujuannya adalah agar *socioemotional wealth* keluarga, salah satunya yaitu suksesi perusahaan ke generasi berikutnya, dapat dipertahankan (Achleitner et al., 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Achleitner et al. (2014) dan Chen et al. (2015) membuktikan *family business* lebih cenderung melakukan manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil.

Ukuran Perusahaan (Size)

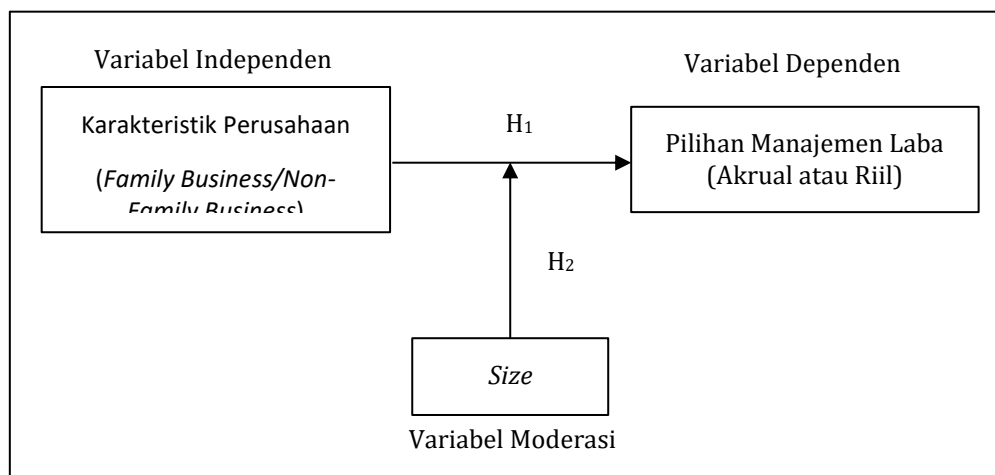
Ukuran perusahaan (*size*) merupakan ukuran atau skala yang menggambarkan besar/kecilnya suatu perusahaan yang ditentukan berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan, total penjualan, ataupun kapitalisasi pasar (Mahawyaharti & Budiasih, 2016). Semakin besar ukuran perusahaan semakin besar peluang perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi (Amertha et al., 2014). Oleh karena itu dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula sumber daya yang dimiliki.

Perusahaan besar memiliki jangkauan *stakeholder* (pemangku kepentingan) yang lebih luas, sehingga memiliki tanggung jawab yang lebih besar atas kebijakan yang diambil (Mahawyaharti dan Budiasih, 2016; Saftiana et al., 2017). Dengan banyaknya *stakeholder* yang terlibat dengan perusahaan, maka perusahaan besar lebih dituntut untuk memenuhi ekspektasi publik dan juga menyajikan laporan keuangan yang terpercaya dan kredibel (Ali et al., 2015). Hal tersebut mendorong perusahaan besar untuk melakukan manajemen laba agar kinerja perusahaan terlihat baik. Namun, perusahaan besar lebih menarik perhatian dan dipandang kritis oleh publik, termasuk investor, pemerintah, dan kreditur dibandingkan perusahaan kecil (Medyawati dan Dayanti, 2016; Saftiana et al., 2017). Dengan demikian, perusahaan besar memiliki reputasi yang harus dipertahankan

(Wuryani, 2012). Reputasi perusahaan bisa terancam hancur apabila terbukti melakukan tindakan yang merugikan publik, seperti memanipulasi laba dan mendistorsi laporan keuangan (Martin et al., 2014). Oleh sebab itu, perusahaan besar cenderung mengambil kebijakan dan strategi, termasuk strategi manajemen laba, yang dinilai tidak mengancam reputasinya.

Kerangka Konseptual

Agency theory mengindikasikan bahwa *family business* memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Menurut teori *socioemotional wealth*, *family business* memiliki tujuan jangka panjang dalam mempertahankan keberlanjutan perusahaannya. Oleh sebab itu, *family business* cenderung memilih manajemen laba yang tidak berisiko menurunkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, yakni manajemen laba akrual (Achleitner et al., 2014). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa *family business* lebih cenderung melakukan manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil (Achleitner et al., 2014; Chen et al., 2015). Akan tetapi, semakin besar ukuran perusahaan semakin ketat pengawasan oleh publik (Wuryani, 2012; Medyawati dan Dayanti, 2016; Saftiana et al., 2017), sehingga *family business* semakin terbatas untuk melakukan manajemen laba akrual dan cenderung memilih manajemen laba yang lebih sulit terdeteksi, yakni manajemen laba riil. Gambar 1 menyajikan kerangka konseptual penelitian.



Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh Chi et al. (2015), Paiva et al. (2019), dan Margono et al. (2019) membuktikan bahwa intensitas manajemen laba lebih tinggi di *family business* dibandingkan di *non-family business*. Teori *socioemotional wealth* mengindikasikan bahwa *family business* cenderung lebih memilih manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil karena manajemen laba riil berpotensi menurunkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Achleitner et al., 2014; Chen et al., 2015). Masa depan perusahaan merupakan prioritas *family business* (Cahyani dan Sanjaya, 2014; Chen et al., 2015). *Family business* lebih menekankan efisiensi dalam operasi bisnisnya (Herrero, 2011), termasuk dalam memilih strategi manajemen laba.

Penelitian Achleitner et al. (2014) membuktikan bahwa *family business* di Jerman cenderung memilih manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil karena keluarga memiliki tujuan jangka panjang yakni mewariskan perusahaan ke generasi berikutnya. Di Jepang, Chen et al. (2015) menemukan bahwa meskipun manajemen laba akrual dan riil lebih sedikit dilakukan oleh *family business* dibanding dengan *non-family business*, namun *family business* lebih cenderung melakukan manajemen laba akrual karena manajemen laba riil membutuhkan pengeluaran biaya. Masri (2018) dan Tian et al. (2018) juga membuktikan bahwa manajemen laba riil lebih rendah di *family business* dibandingkan di *non-family business*. Namun sebaliknya, hasil penelitian Razzaque et al. (2016) dan Cherif et al. (2020) menunjukkan bahwa *family business* cenderung melakukan manajemen laba riil, karena risiko terdeteksinya kecil dan lebih fleksibel dari segi waktu (*timing*) pelaksanaannya (dapat dilakukan kapan saja selama tahun berjalan). Hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

H₁: *Family business* lebih cenderung memilih manajemen laba akrual dibandingkan dengan *non-family business*.

Keterlibatan anggota keluarga dalam jajaran *top management* memberikan keluarga keleluasaan dalam menentukan strategi *family business*, termasuk strategi manajemen laba. Namun dengan semakin besarnya ukuran perusahaan, tindakan perusahaan semakin dipantau oleh publik (Wuryani, 2012; Medyawati dan Dayanti, 2016; Saftiana et al., 2017) sehingga *family business* semakin terbatas untuk melakukan manajemen laba akrual dan mulai beralih ke manajemen laba riil yang lebih tidak terdeteksi (Roychowdhury, 2006; Zang, 2012).

Perusahaan besar memiliki tantangan yang lebih untuk menjaga reputasi perusahaan (Wuryani, 2012). Teori *socioemotional wealth* menjelaskan bahwa salah satu tujuan *family business* adalah menjaga reputasi dan *image* perusahaan (Gómez-Mejía et al., 2007). Oleh sebab itu dengan semakin besar ukurannya, *family business* semakin cenderung memilih manajemen laba riil. Penelitian Cherif et al. (2020) di Prancis membuktikan bahwa *family business* cenderung melakukan manajemen laba riil, karena dinilai lebih tidak membahayakan reputasi perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H₂: *Size* memperlemah hubungan antara karakteristik perusahaan (*family business/non-family business*) dengan pemilihan strategi manajemen laba.

METODA

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan data perusahaan dari tahun 2017 sampai 2019. Teknik pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling*, dengan kriteria pengambilan sampel seperti tersaji pada tabel 1.

Tabel 1. Penyaringan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019	550
Perusahaan dalam sektor keuangan	(94)
Perusahaan yang <i>delisting</i> selama tahun 2017 sampai 2019	(3)
Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam Rupiah	(87)
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap	(18)
Perusahaan yang tidak menyajikan data-data yang dibutuhkan secara lengkap	(12)
Perusahaan yang dijadikan sampel	336
Total Sampel Penelitian (336 Perusahaan x 3 Tahun)	1008

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Sumber Data

Data-data keuangan perusahaan perusahaan diperoleh dari S&P Capital IQ. Sedangkan data-data sehubungan penentuan karakteristik *family business* dan *non-family business* diperoleh dari berbagai sumber yaitu *annual report*, prospektus perusahaan saat melakukan IPO (*Initial Public Offering*), *website* resmi perusahaan, dan berita dari *platform* yang terpercaya seperti Detik.com, Tribunnews.com, CNN Indonesia, Kompas.com, Liputan6.com, Viva.co.id, Okezone.com, dan CNBC Indonesia.

Model Empiris Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik, sebagai berikut:

$$EM_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 DFAM_{i,t} + \beta_2 DFAM * SIZE_{i,t} + \epsilon_{i,t}$$

Keterangan:

EM = Variabel *dummy*; 1 jika manajemen laba akrual > manajemen laba riil (cenderung ke manajemen laba akrual) dan 0 jika manajemen laba riil > manajemen laba akrual (cenderung ke manajemen laba riil)

DFAM = Variabel *dummy*; 1 untuk *family business* dan 0 untuk *non-family business*

SIZE = Ukuran perusahaan i pada tahun t; diukur dengan logaritma natural dari total

aset

DFAM*SIZE = Interaksi antara karakteristik perusahaan (*family business/non-family business*) dan ukuran perusahaan (*size*)

Variabel Penelitian

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah Pilihan Manajemen Laba yang diukur dengan variabel *dummy*. Jika kecenderungan praktik manajemen laba akrual nilainya adalah 1. Jika kecenderungan praktik manajemen laba adalah riil maka diberi nilai 0. Penelitian ini menggunakan model Lang et al. (2003) dan Barth et al., (2008) dalam menentukan kecenderungan praktik manajemen laba akrual atau riil, dengan model sebagai berikut:

$$\Delta NI_{i,t} = \alpha + \beta_1 SIZE_{i,t} + \beta_2 GROWTH_{i,t} + \beta_3 EISSUE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 DISSUE_{i,t} + \beta_6 TURN_{i,t} + \beta_7 CFO_{i,t} + \beta_8 AUD_{i,t} + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

ΔNI = Selisih laba bersih pada tahun t dan tahun t-1 dibagi dengan total aset)

SIZE = Ukuran perusahaan; diukur dengan logaritma natural dari total aset

GROWTH = Pertumbuhan penjualan (persentase perubahan total penjualan tahun t-1 ke tahun t)

EISSUE = Persentase perubahan saham biasa dari tahun t-1 ke tahun t

LEV = *Leverage*; diukur dengan total liabilitas dibagi total aset

DISSUE = Persentase perubahan total liabilitas tahun t-1 ke tahun t

TURN = Perputaran total aset (total penjualan dibagi total aset)

CFO = Arus kas operasi dibagi total aset

AUD = Variabel *dummy*; 1 jika diaudit oleh KAP *Big 4* dan 0 jika diaudit oleh KAP *Non-Big 4*

Dalam penelitian ini, model perubahan *net income* pada rumus (1) dianggap merupakan total manajemen laba. Lang et al. (2003) dan Barth et al. (2008) menurunkan rumus (2) untuk menentukan manajemen laba akrual dengan model sebagai berikut:

$$ACC_{i,t} = \alpha + \beta_1 SIZE_{i,t} + \beta_2 GROWTH_{i,t} + \beta_3 EISSUE_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 DISSUE_{i,t} + \beta_6 TURN_{i,t} + \beta_7 AUD_{i,t} + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (2)$$

Dimana:

ACC = Selisih dari laba bersih dan arus kas operasi dibagi dengan total aset

SIZE = Ukuran perusahaan; diukur dengan logaritma natural dari total aset

GROWTH = Pertumbuhan penjualan (persentase perubahan total penjualan tahun t-1 ke tahun t)

EISSUE = Persentase perubahan saham biasa dari tahun t-1 ke tahun t

LEV = *Leverage*; diukur dengan total liabilitas dibagi total aset

DISSUE = Persentase perubahan total liabilitas tahun t-1 ke tahun t

TURN = Perputaran total aset (total penjualan dibagi total aset)

AUD = Variabel *dummy*; 1 jika diaudit oleh KAP *Big 4* dan 0 jika diaudit oleh KAP *Non-Big 4*

Oleh karena total manajemen laba merupakan gabungan manajemen laba akrual dan manajemen laba riil, maka persamaan manajemen laba riil adalah sebagai berikut:

$$REM = \Delta NI - ACC \dots \dots \dots (3)$$

Dimana:

REM = Manajemen laba riil

ΔNI = Total manajemen laba

ACC = Manajemen laba akrual

Variabel Independen

Variabel independen adalah karakteristik perusahaan (*family business/non-family business*) yang diukur menggunakan *dummy variable*. Perusahaan yang dikategorikan sebagai *family business* diberi nilai 1, sedangkan *non-family business* diberi nilai 0. Kriteria penentuan karakteristik perusahaan *family business* adalah sebagai berikut:

- a) Adanya kepemilikan langsung, dimana jika kepemilikan saham atas nama anggota keluarga lebih besar dari 5 persen (Lestari dan Harindahyani, 2017).
- b) Kepemilikan tidak langsung, dimana apabila kepemilikan saham perusahaan dimiliki keluarga secara tidak langsung melalui perusahaan atau institusi lain bukan atas namanya sendiri (Wijayanti, 2014).

- c) Keterlibatan anggota keluarga dalam jajaran direksi ataupun komisaris perusahaan (Anderson dan Reeb, 2003; Masri, 2018).

Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah ukuran perusahaan (*size*) yang diukur dengan logaritma natural total aset sesuai dengan penelitian terdahulu (Wuryani, 2012; Amertha et al., 2014; Ali et al., 2015; Saftiana et al., 2017).

$Size = \ln(\text{Total Aset})$

Metode Analisis Data

- 1) Analisis statistik deskriptif, untuk mendapatkan gambaran secara keseluruhan mengenai statistik sampel, yakni nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, dan *variance*.
- 2) Uji model, untuk mengetahui apakah model yang digunakan signifikan atau tidak. Dalam regresi logistik terdapat tiga bentuk pengujian model:

a) Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Overall model fit dapat dilihat dari nilai signifikansi *Omnibus Tests of Model Coefficients*. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan model dikatakan *fit*. Sebaliknya, nilai signifikansi yang berada di atas 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan model tidak *fit*.

b) Uji Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit*)

Uji kelayakan model (*goodness of fit*) bertujuan untuk melihat apakah model mampu memprediksi data yang diobservasi. Dalam regresi logistik, pengujian ini menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Syarat agar suatu model dikatakan *fit* (cocok dengan data) adalah dengan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka model dinyatakan tidak *fit* dan pengujian hipotesis tidak dapat dilakukan.

c) Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Nagelkerke R Square bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen.

- 3) Uji hipotesis (uji *Wald*), untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, sehingga dapat menentukan apakah hipotesis yang dirumuskan dapat diterima atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Statistik Deskriptif

Tabel 2 dan 3 menyajikan statistik deskriptif dari sampel penelitian.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EM	1008	0	1	.05	.221
DFAM	1008	0	1	.72	.449
SIZE	1008	8.56	19.68	14.7176	1.69933
DFAMxSIZE	1008	.00	19.68	10.6017	6.76398
Valid N (listwise)	1008				

Sumber: Data Olahan (Output) SPSS 23, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai variabel karakteristik *family business* dan *non-family business* mendekati 1, sehingga mengindikasikan bahwa pada umumnya sampel penelitian adalah *family business*. Hal ini diperkuat dalam tabel 3.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Frekuensi (Dummy)

Variable	Dummy = 1		Dummy = 0	
	Frequency	Percentage	Frequency	Percentage
DFAM	726	72%	282	28%

Sumber: Data Olahan (Output) SPSS 23, 2020

Tabel 3 menunjukkan persentase *family business* adalah sebesar 72 persen sedangkan sisanya 28 persen merupakan *non-family business*.

Hasil Uji Model Regresi Logistik

- 1) Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Hasil pengujian keseluruhan model disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Omnibus Test of Model Coefficient

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	36.768	3	.000
	Block	36.768	3	.000
	Model	36.768	3	.000

Sumber: Data Olahan (Output) SPSS 23, 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *Omnibus Test of Model Coefficient* adalah 0,000, sehingga berada di bawah 0,05. Dengan demikian variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dan model penelitian ini *fit*.

2) Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Tabel 5 menyajikan hasil pengujian *Hosmer and Lemeshow Test*.

Tabel 5. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	8.788	8	.360

Sumber: Data Olahan (Output) SPSS 23, 2020

Hasil pengujian dalam tabel 5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari *Hosmer and Lemeshow Test* adalah 0,360, yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga model penelitian *fit* (cocok) dengan data observasinya dan pengujian hipotesis dapat dilakukan.

3) Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Hasil uji *Nagelkerke R Square* tersaji dalam tabel 6.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	372.808 ^a	.036	.107

Sumber: Data Olahan (Output) SPSS 23, 2020

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa nilai *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 10,7 persen, yang artinya variabel independen pada penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 10,7 persen.

Hasil Pengujian Hipotesis (Uji Wald)

Hasil pengujian hipotesis diselaskan pada tabel 7:

Tabel 7. Uji Wald

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	DFAM	5.070	2.596	3.814	1	.051	159.147	.982	25801.569
	SIZE	-.201	.151	1.755	1	.185	.818	.608	1.101
	DFAMxSIZE	-.394	.185	4.518	1	.034	.674	.469	.970
	Constant	.215	2.167	.010	1	.921	1.240		

Sumber: Data Olahan (Output) SPSS 23, 2020

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai koefisien bertanda positif dan nilai signifikansi dari karakteristik perusahaan untuk pengujian dua arah adalah 0,051 sehingga untuk satu arah adalah 0,025. Hubungan positif antara karakteristik perusahaan (1 untuk *family business* dan 0 untuk *non-family business*) dan pilihan manajemen laba (1 untuk akrual atau 0 untuk riil) menunjukkan bahwa dibandingkan *non-family business*, *family business* lebih cenderung melakukan manajemen laba akrual. Nilai Exp (B) atau *odds ratio* dalam tabel 7 sebesar 159,147 menunjukkan bahwa probabilitas (kecenderungan) *family business* untuk memilih manajemen laba akrual lebih besar 159,147 kali dibandingkan *non-family business*. Dengan demikian, H₁ diterima.

Size memiliki nilai signifikansi 0,0925 dan koefisien bertanda negatif, yang berarti *size* berpengaruh negatif dan signifikan (pada tingkat 10 persen) terhadap kemungkinan dipilihnya manajemen laba akrual. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin kecil probabilitas untuk memilih manajemen akrual. Pada variabel DFAMxSIZE (interaksi antara karakteristik perusahaan dan *size*), nilai signifikansinya adalah 0,017 dengan arah koefisien negatif, yang artinya *size* memperlemah hubungan antara karakteristik perusahaan (*family business/non-family business*) dengan kecenderungan pilihan manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin kecil kemungkinan *family business* untuk memilih manajemen laba akrual, sehingga mendukung H₂.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *family business* di Indonesia lebih cenderung melakukan manajemen laba akrual dibandingkan dengan *non-family business*. Hasil

penelitian yang sama diperoleh di Jerman (Achleitner et al., 2014) dan di Jepang (Chen et al., 2015). Karakteristik *family business* di Jerman dan Jepang memiliki kesamaan dengan di Indonesia, yakni kepemimpinan perusahaan didominasi oleh anggota keluarga (Klein, 2000; Abdellatif et al., 2010; Untoro et al., 2017). Manajemen yang berasal dari keluarga cenderung lebih menguasai informasi internal perusahaan termasuk pelaporan keuangan sehingga lebih leluasa untuk melakukan manajemen laba akrual.

Family business memiliki orientasi jangka panjang (Berrone et al, 2012; Goto, 2014) cenderung melakukan praktik manajemen laba yang tidak berpotensi menurunkan nilai perusahaan di masa mendatang (Achleitner et al., 2014). Fenomena yang ada saat ini menunjukkan bahwa pada umumnya *family business* di Indonesia masih terus bertahan sampai generasi kedua, misalnya Ace Hardware Indonesia, PT Agung Podomoro Land, PT AKR Corporindo, PT Bank Central Asia, PT Blue Bird, dan Gudang Garam. Hal ini mengonfirmasi bekerjanya teori *socioemotional wealth* yang mengutamakan keberlangsungan *family business* dalam jangka panjang.

Hal yang menarik adalah temuan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin terbatas kemampuan *family business* untuk melakukan manajemen laba akrual, sehingga cenderung beralih ke manajemen laba riil yang risiko terdeteksinya lebih kecil. *Family business* di Prancis banyak yang merupakan perusahaan besar (Lussier dan Sonfield, 2006). Perusahaan-perusahaan besar cenderung mendapat sorotan yang lebih intense dari publik sehingga lebih lebih terbatas melakukan rekayasa akrual. Hasil penelitian Cherif et al. (2020) yang membuktikan bahwa *family business* di Prancis cenderung melakukan manajemen laba riil. *Family business* yang berukuran besar semakin cenderung melakukan manajemen laba riil meskipun membutuhkan pengeluaran biaya. Ketersediaan sumber daya yang lebih besar menyebabkan perusahaan besar mampu untuk melakukan manajemen laba riil.

Oleh karena pada umumnya perusahaan publik di Indonesia adalah *family business* (Claessens et al., 2000; Cahyani dan Sanjaya, 2014; Madyan et al., 2019) hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa manajemen laba yang cenderung terjadi di Indonesia adalah manajemen laba akrual. Manajemen laba riil juga tetap dilakukan terutama oleh *family business* yang berukuran besar.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa dibandingkan dengan *non-family business*, *family business* di Indonesia lebih cenderung memilih manajemen laba akrual. Akan tetapi dengan

semakin besar ukuran *family business*, semakin terbatas untuk melakukan manajemen laba akrual karena adanya pengawasan yang lebih ketat sehingga *family business* cenderung beralih ke manajemen laba riil.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* investor untuk mengantisipasi risiko yang berbeda dari praktik manajemen laba yang dilakukan *family business* dan *non-family business* agar pengambilan keputusan untuk berinvestasi lebih tepat. Dalam melakukan proses audit, tindakan atau tingkah laku tertentu dari manajemen mempengaruhi persepsi dan pertimbangan auditor (Commerford et al., 2018). Auditor dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai salah satu bahan pertimbangan ketika melaksanakan *substantive test* untuk *family business* dan *non-family business* agar melakukan pendekatan yang berbeda berdasarkan kecenderungan praktik manajemen laba mereka.

Dalam menentukan klasifikasi *family business* dan *non-family business*, peneliti menggunakan berbagai sumber terpercaya. Namun, kecenderungan struktur piramida perusahaan di Indonesia menyebabkan sulitnya mengidentifikasi karakteristik *family business* dan *non-family business*. Penelitian selanjutnya diharapkan mengambil sampel dari negara Asia yang ketersediaan informasi *family business* lebih besar. Penelitian selanjutnya juga diharapkan menggunakan metode lain dalam menentukan klasifikasi *family business* dan *non-family business*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdellatif, M., Amann, B., & Jaussaud, J. (2010). Family versus nonfamily business: A comparison of international strategies. *Journal of Family Business Strategy*, 1(2), 108–116.
- Achleitner, A.-K., Günther, N., Kaserer, C., & Siciliano, G. (2014). Real Earnings Management and Accrual-based Earnings Management in Family Firms. *European Accounting Review*, 23(3), 431-461.
- Ali, U., Noor, M. A., Khurshid, M. K., & Mahmood, A. (2015). Impact of Firm Size on Earnings Management: A Study of Textile Sector of Pakistan. *European Journal of Business and Management*, 7(28), 47-56.
- Amertha, I. S. P., Ulupui, I. G. K. A., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2014). Analysis of firm size, leverage, corporate governance on earnings management practices (Indonesian evidence). *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 17(2), 259-268.
- Anderson, R. C., & Reeb, D. M. (2003). Founding-Family Ownership and Firm Performance: Evidence from the S&P 500. *The Journal of Finance*, 58(3), 1301–1328.
- Atmaja, H. E. (2018). Sukses Kepemimpinan Perusahaan di Indonesia. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 1(2), 45-55.
- Barth, M. E., Landsman, W. R., & Lang, M. H. (2008). International Accounting Standards and Accounting Quality. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 467-498.

- Berrone, P., Cruz, C., & Gómez-Mejía, L. R. (2012). Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research. *Family Business Review*, 25, 258-279.
- Cahyani, K. A. & Sanjaya, I. P. S. (2016). Analisis Perbedaan Dividen pada Perusahaan Keluarga dan Non Keluarga Berdasarkan Kepemilikan Ultimat. *MODUS Journals*, 26(2), 133-144.s
- Chen, T.-Y., Gu, Z., Kubota, K., & Takehara, H. (2015). Accrual-Based and Real Activities Based Earnings Management Behavior of Family Firms in Japan. *The Japanese Accounting Review*, 5, 21-47.
- Cherif, Z. F., Ayadi, S. D., & Hamad, S. B. B. (2020). The effect of family ownership on accrual-based and real activities based earnings management: Evidence from the French context. *Accounting and Management Information Systems*, 19(2), 283-310.
- Chi, C. W., Hung, K., Cheng, H. W., & Lieu, P. T. (2015). Family firms and earnings management in Taiwan: Influence of corporate governance. *International Review of Economics and Finance*, 36, 88-98.
- Claessens, S., Djankov, S., & Lang, L. H. P. (2000). The separation of ownership and control in East Asian Corporations. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 81-112.
- Cohen, D. A. & Zarowin, P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *Journal of Accounting and Economics*, 50(1), 2-19.
- Cohen, D. A., Dey, A., & Lys, T. Z. (2008). Real and Accrual-Based Earnings Management in the Pre- and Post-Sarbanes-Oxley Periods. *The Accounting Review*, 83(3), 757-787.
- Commerford, B. P., Hatfield, R. C., & Houston, R. W. (2018). The Effect of Real Earnings Management on Auditor Scrutiny of Management's Other Financial Reporting Decisions. *The Accounting Review*, 93(5), 145-163.
- Gómez-Mejía, L. R., Cruz, C., Berrone, P., & De Castro, J. (2011). The Bind that Ties: Socioemotional Wealth Preservation in Family Firms. *Academy of Management Annals*, 5(1), 653-707.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K. J. L., & Moyano- Fuentes, J. (2007). Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106-137.
- Goto, T. (2014). Family Business and Its Longevity. *Kindai Management Review*, 2, 78-96.
- Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1-3), 3-73.
- Khanifah, K., Yuyetta, E., & Sa'diyah, E. (2020). Analisis Komparatif Tingkat Manajemen Laba Berbasis AkruaI dan Riil pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Tergabung dalam Indeks Saham Syari'ah Indonesia (ISSI). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 27(1), 69-88.
- Klein, S. B. (2000). Family Businesses in Germany: Significance and Structure. *Family Business Review*, 13(3), 157-181.
- Kristanti, I. N. (2019). Motivasi dan Strategi Manajemen Laba pada Organisasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 68-80.
- Lang, M., Raedy, J. S., & Yetman, M. H. (2003). How Representative Are Firms That Are Cross-Listed in the United States? An Analysis of Accounting Quality. *Journal of Accounting Research*, 41(2), 363-386.
- Lestari, G. M. I. & Harindahyani, S. (2017). Pengaruh Perusahaan Keluarga dan Peran Komisaris Independen. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi informasi (JATI)*, 11, 1-16.
- Lussier, R. N., & Sonfield, M. C. (2006). The effect of family business size as firms grow: a USA-France comparison. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(3), 314-325.
- Madyan, M., Meidiaswati, H., Sasikirono, N., & Herlambang, M. H. (2019). Family Control, Institutional Ownership, dan Kebijakan Dividen Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 97-106.

- Mahawyaharti, P. T. & Budiasih, I. G. A. N. (2016). Asimetri Informasi, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan pada Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 11(2), 100-110.
- Margono, A. S., Tanujaya, Y. I., Hidayat, A. A., & Yuliati, R. (2019). Pengaruh Kontrol Keluarga Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 239-250.
- Martin, G., Campbell, J. T., & Gomez-Mejia, L. (2014). Family Control, Socioemotional Wealth and Earnings Management in Publicly Traded Firms. *Journal of Business Ethics*, 133(3), 453-469.
- Masri, I. (2018). The Role of Corporate Governance In The Relationships of Family Company With Real Earnings Management. *Jurnal Akuntansi*, 22(1), 51-67.
- Medyawati, H. & Dayanti, A. S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba: Analisis Data Panel. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21(3), 142-152
- Paiva, I. S., Lourenço, I. C., & Branco, M. C. (2016). Earnings management in family firms: current state of knowledge and opportunities for future research. *Review of Accounting and Finance*, 15(1), 85-100.
- Paiva, I. S., Lourenço, I. C., & Curto, J. D. (2019). Earnings management in family versus non-family firms: the influence of analyst coverage. *Spanish Journal of Finance and Accounting / Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 48(2), 113-133.
- Peng, C.-Y. J., Lee, K. L., & Ingersoll, G. M. (2002). An Introduction to Logistic Regression Analysis and Reporting. *The Journal of Educational Research*, 96(1), 3-14.
- Peng, M. W., & Jiang, Y. (2010). Institutions Behind Family Ownership and Control in Large Firms. *Journal of Management Studies*, 47(2), 253-273.
- PriceWaterhouseCooper. (2014, November). Survey Bisnis Keluarga Indonesia. Diakses dari <https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/indonesia-report-family-business-survey-2014.pdf>
- Razzaque, R. M. R., Ali, M. J., & Mather, P. R. (2016). Real earnings management in family firms: Evidence from an emerging economy. *Pacific-Basin Finance Journal*, 40, 237-250.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.
- Saftiana, Y., Mukhtaruddin, Putri, K. W., & Ferina, I. S. (2017). Corporate Governance Quality, Firm Size and Earnings Management: Empirical study in Indonesia Stock Exchange. *Investment Management and Financial Innovations*, 14(4), 105-120.
- Schroeder, R. G., Clark, M. W., & Cathey, J. M. (2014). *Financial Accounting Theory and Analysis: Text and Cases (11th ed)*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Setia-Atmaja, L. (2016). The Impact of Family Control on Dividend Policy: Evidence from Indonesia. *International Research Journal of Business Studies* 9(3), 147-156.
- Siregar, S. V., & Utama, S. (2008). Type of earnings management and the effect of ownership structure, firm size, and corporate-governance practices: Evidence from Indonesia. *The International Journal of Accounting*, 43(1), 1-27.
- Swastika, D. L. T. (2013). Corporate Governance, Firm Size, and Earnings Management: Evidence in Indonesia Stock Exchange. *IOSR Journal of Business and Management*, 10(4), 77-82.
- Tian, X., Yang, T., & Yu, T. R. (2018). Real earnings management in family firms: evidence from Chinese listed firms. *International Journal of Revenue Management*, 10(2), 77-106.
- Untoro, W., Permatasari, W., Trinugroho, I., & Setiawan, D. (2017). Past performance, family business and CEO succession: the case of Indonesia. *International Journal of Trade and Global Markets*, 10(2/3), 236-250.
- Villalonga, B. & Amit, R. (2006). How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics*, 80(2), 385-417.

- Wijayanti, L. (2014). Pengaruh Kontrol Keluarga dan Komisaris Independen terhadap Kebijakan Dividen dan Struktur Modal pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 81-89.
- Wuryani, E. (2012). Company Size in Response to Earnings Management and Company Performance. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 15(3), 491-506.
- Yaping, N. (2005). The Theoretical Framework of Earnings Management. *Canadian Social Science*, 1(3), 32-38.
- Zang, A. Y. (2012). Evidence on the Trade-Off between Real Activities Manipulation and Accrual-Based Earnings Management. *The Accounting Review*, 87(2), 675-703.

POTRET MANAJEMEN USAHA PADA USAHA KULINER TRADISIONAL (STUDI TERHADAP USAHA WEDANG RONDE DI KOTA SALATIGA)

Andy Wirawan

Lieli Suharti*

Universitas Kristen Satya Wacana

ABSTRACT

This research aims to preserve traditional culinary businesses so they can develop, compete and be sustainable. Indicators of success of a business are adopted from the implementation of aspects of company management consisting of management of production, marketing management, financial management and human resource management. Data was collected through interview techniques on 22 round entrepreneurs in Salatiga City. Data analysis method used is descriptive qualitative analysis. Based on the results of data analysis, the authors conclude that the majority of round-wedang businesses in Salatiga City have not been maximally managed, entrepreneurs have not even implemented business management aspects.

Keywords: *company management, business management, business continuity, culinary business, traditional culinary.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melestarikan usaha kuliner tradisional agar dapat berkembang, bersaing dan berkelanjutan. Indikator kesuksesan sebuah usaha diadopsi dari penerapan aspek-aspek manajemen perusahaan yang terdiri dari manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara pada 22 pengusaha ronde di Kota Salatiga. Metode analisa data yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisa data, penulis menyimpulkan bahwa mayoritas usaha wedang ronde di Kota Salatiga belum dikelola secara maksimal, pengusaha kurang bahkan tidak menerapkan aspek-aspek manajemen usaha.

Kata Kunci: *manajemen perusahaan, manajemen usaha, keberlangsungan usaha, usaha kuliner, kuliner tradisional.*

PENDAHULUAN

Banyak kuliner tradisional Indonesia yang tidak dikenal generasi milenial karena sudah langka ditemukan dan terancam punah, seperti misalnya bubur Ase khas Betawi yang saat ini sudah sangat sulit ditemukan di Jakarta. Kelangkaannya disebabkan antara lain kerumitan pengelolaan bahan baku, resep yang hanya diwariskan kepada keluarga, dan pemasaran yang konvensional (PYA, 2019). Kemudian ada sate kuah, kuliner yang berdiri sejak tahun 1960, merupakan perpaduan sate sapi dan soto Tankar khas Betawi, sempat

mengharumkan nama Indonesia di tengah perhelatan kuliner internasional “*World Street Food Congres*” di Singapura tahun 2013, namun sekarang juga sudah susah ditemui.

*ieli.suharti@uksw.edu

Tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan dan melestarikan kuliner tradisional semakin berat dalam situasi masa kini. Saat ini kuliner bukan hanya menjadi kebutuhan pokok, seiring berkembangnya jaman dan teknologi, kuliner telah menjadi gaya hidup. Namun demikian, jenis kuliner yang diminati juga banyak mengalami perubahan sesuai selera konsumen. Demikian juga, cara pemasaran produk kuliner banyak mengalami perubahan ke arah pemasaran *online* (Dwi, 2019; Setyowati, 2019)

Wisata kuliner diharapkan menjadi salah satu andalan pariwisata Indonesia. Eksistensi kuliner tradisional daerah yang kuat dan pengembangannya diyakini menjadi faktor pendukung daerah untuk wisata. Destinasi wisata yang menonjolkan kekayaan budaya di suatu daerah termasuk kulinernya, akan memberi kesan baik bagi wisatawan. Kementerian Pariwisata (Kemenpar) berharap pemerintah di daerah berupaya keras melestarikan kuliner tradisional, bahkan perlu berupaya menaikkan kelas kuliner tradisional di daerah. Hal ini dapat dilakukan mulai dengan mendata, mengembangkan, dan mematenkan kuliner tradisional itu (Dani, 2015).

Mayoritas usaha kuliner tradisional merupakan usaha skala mikro dan kecil (UMK). Menurut Ling (2013), pertumbuhan UKM di Indonesia didominasi oleh industri makanan dan minuman, sejak beberapa tahun lalu pertumbuhannya sangat signifikan bahkan hingga saat ini masih diyakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang bagus dalam kondisi krisis sekalipun. Meski begitu, banyak juga usaha kuliner yang gulung tikar karena tidak mampu mempertahankan eksistensinya.

Keberlangsungan hidup sebuah usaha agar tetap bisa eksis menjadi penting. Menurut *Business Continuity Management* (BCM) model, keberlangsungan hidup sebuah bisnis bisa dipertahankan dengan sistem manajemen yang baik. BCM merupakan suatu rangkaian proses sistem manajemen yang terencana, terukur, dan menyeluruh yang mencakup identifikasi dini permasalahan manajemen, pengembangan langkah ketahanan, kemampuan pengendalian setiap potensi insiden secara efektif, agar proses penyelenggaraan kegiatan bisnis berjalan normal untuk menjamin keberlangsungan bisnis/organisasi (Halim, 2018).

Menurut kerangka BCM, untuk langkah awal, sebuah bisnis atau UKM perlu dianalisis kondisi manajemen usahanya yang meliputi manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen SDM. Hal ini dapat memberikan gambaran kondisi awal sebuah usaha dan menentukan langkah langkah pemulihan agar bisa bertahan (*sustain*) kedepan. Manajemen perusahaan merupakan pedoman pengelolaan, meski tergolong usaha kecil atau menengah, pengusaha harus tetap menerapkan manajemen perusahaan agar Prinsip-prinsip manajemen berjalan dengan baik sehingga pengusaha dimudahkan dalam mengetahui perkembangan usahanya dan evaluasi (Bismala, 2016).

Manajemen usaha merupakan indikator proses bisnis inti usaha, termasuk untuk para UMKM. Model manajemen usaha UMKM dapat mengadopsi dari manajemen perusahaan yang meliputi aspek manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, dan manajemen sumber daya manusia (Bismala, 2016). Lebih lanjut, David (2009), merinci pengelolaan usaha dilihat dari beberapa faktor meliputi: (1) Produksi dan Operasi, yaitu aktivitas mengubah input menjadi barang dan jasa. Produksi dan operasi meliputi proses, persediaan, kapasitas, dan kualitas produk; (2) Pemasaran, proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa; (3) Keuangan, merupakan keputusan pembiayaan dan investasi; dan (4) Sumber Daya Manusia (SDM), merupakan proses memperoleh, melatih, memotivasi, menilai, memberikan kompensasi, dan memperhatikan hubungan kerja.

Di Kota Salatiga, Jawa Tengah terdapat kuliner lokal berupa minuman legendaris yang dikenal dengan sebutan Wedang Ronde. Saking terkenalnya, ada pernyataan bahwa "Belum ke Salatiga kalau belum minum wedang ronde". Selain terkenal karena kelezatannya, wedang ronde juga bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Wedang ronde merupakan minuman dengan kuah jahe yang manis dan legit dan umumnya dapat dikonsumsi oleh semua kalangan dan usia. Namun karena rasa kuahnya yang sedikit pedas karena jahe, wedang ronde lebih digemari orang dewasa.

Jumlah usaha wedang ronde di Kota Salatiga cukup banyak, seperti terlihat disepanjang Jalan Jenderal Sudirman dan berbagai jalan utama di Kota Salatiga. Hasil survei awal menemukan bahwa sejumlah pengusaha wedang ronde tidak ingin anaknya mewarisi usahanya karena usaha wedang ronde masih sering dipandang sebelah mata atau diremehkan dan berharap anaknya mendapatkan pekerjaan yang dianggap lebih baik. Hal ini dapat mengancam kelangsungan usaha kuliner tradisonal dimasa depan. Di sisi lain,

survei awal juga menemukan adanya sejumlah pengusaha wedang ronde yang telah Berinovasi melakukan pengembangan varian produk, seperti wedang ronde rasa susu, rasa jeruk, ronde isi coklat maupun keju.

Mengingat wedang ronde merupakan ikon kuliner tradisional Kota Salatiga, menjadi menarik untuk meneliti mengenai kondisi usaha ronde di Salatiga dan bagaimana potensi usaha wedang ronde untuk dapat berkembang, bersaing dan berkelanjutan di masa yang akan datang. Adapun secara lebih spesifik, persoalan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran manajemen usaha pada usaha wedang ronde di Kota Salatiga, dilihat dari fungsi produksi, pemasaran, keuangan dan fungsi organisasi?
2. Apa permasalahan yang dihadapi usaha wedang ronde di Kota Salatiga, dilihat dari fungsi produksi, pemasaran, keuangan dan fungsi organisasi?
3. Apa upaya yang harus dilakukan oleh pengusaha dan pemerintah daerah agar usaha wedang ronde di Kota Salatiga dapat tetap bisa berkelanjutan?

TINJAUAN PUSTAKA

Kuliner Tradisional

Menurut Rismiyanto dan Danangdjojo (2015), kuliner adalah kegiatan yang ada kaitannya dengan konsumsi makanan. Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang sulit dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, di mana kuliner dapat meningkatkan perekonomian, menciptakan lapangan pekerjaan dan mengentaskan kemiskinan melalui kegiatan wisata kuliner. Kuliner tradisional Indonesia adalah semua jenis masakan yang berasal dari berbagai daerah di seluruh Negara Kesatuan Republik Indonesia (Wiharyanto, 2006). Resep dan cara pembuatan kuliner tradisional biasanya bersifat turun temurun. Rasa kuliner tradisional yang khas dari satu daerah akan berbeda dengan daerah lainnya. Kuliner tradisional mencerminkan budaya lokal mulai dari sejarah, bahan baku, hingga proses pembuatannya. Mengonsumsi kuliner tradisional sama dengan melestarikan kebudayaan. Keragaman budaya termasuk kuliner pun menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, dampak bisnis kuliner pun luas dari petani, pemasok, pedagang bahan baku hingga pedagang bumbu (Widodo, 2019).

Fungsi - Fungsi Manajemen Organisasi

UKM merupakan salah satu perekonomian rakyat yang berdampak bagi perekonomian negara. UKM membutuhkan model manajemen usaha yang diadopsi dari

manajemen perusahaan dalam pengelolaannya yang meliputi aspek manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, dan sumber daya manusia (Bismala, 2016). Berikut ini adalah fungsi dari masing-masing bidang manajemen.

Fungsi Produksi

Manajemen produksi menurut (Husein Umar, 2000) merupakan proses yang dilakukan secara efektif dan berkelanjutan untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Fungsi produksi adalah kegiatan menciptakan dan menambah nilai atau kegunaan sebuah produk dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efisien. Sebuah usaha tidak dapat terlepas dari kata produksi karena kegiatan produksi merupakan salah satu hal yang secara maksimal memberikan profit. Dalam pelaksanaannya dibutuhkan system manajemen untuk mengkoordinasi, mengontrol dan mengambil keputusan (Pranata & Indriyani, 2013).

Menurut David (2009), kegiatan produksi meliputi fasilitas perusahaan, skala ekonomi, kapasitas produksi, kemampuan berproduksi tepat waktu, keahlian dalam berproduksi, biaya bahan baku dan ketersediaan pemasok, lokasi, layout, optimalisasi fasilitas, persediaan, penelitian dan pengembangan, hak paten, merek dagang, proteksi hukum, pengendalian operasi dan efisiensi serta biaya manfaat peralatan. Efisiensi dan efektivitas produksi dapat dilihat melalui beberapa hal contohnya tingkat pemborosan yang terjadi akibat kesalahan produksi, ketepatan perencanaan kapasitas produksi, persediaan, dan lainnya. Pengukuran ini akan memerlukan kriteria yang berbeda di antara jenis usaha yang berbeda (Bismala, 2016).

Fungsi Pemasaran

Pemasaran merupakan proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa (David, 2009). Menurut Pranata dan Indriyani (2013) terdapat 6 dasar fungsi pemasaran yaitu analisa pelanggan, menjual produk, perencanaan produk, menentukan harga, menyalurkan kekonsumen, dan evaluasi aspek pemasaran termasuk yang dilakukan kompetitor. Manajer pemasaran harus peka terhadap pasar, termasuk membaca peluang, memiliki ide kreatif, menemukan solusi serta menjaga hubungan dengan berbagai pihak yang menjadi mitra perusahaan.

Pemasaran dapat dikatakan sukses apabila suatu perusahaan mampu melakukan penjualan produk sesuai dengan target yang ditentukan bahkan melebihi volume penjualan (Sudarsono, 2020). Dalam mencapai Keberhasilan pemasaran, setiap pelaku usaha perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengkombinasikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi (Mawardi & Martha, 2015).

Fungsi Keuangan

Manajemen keuangan memiliki peran besar dalam sebuah perusahaan yaitu *financing, investmen, dan dividend* (Mokhamad Anwar, 2019). Sedangkan keuangan merupakan hal penting yang dibutuhkan perusahaan. Perencanaan dalam keuangan dibutuhkan sebagai penentu strategi yang dilakukan perusahaan. Perencanaan keuangan sangat diperlukan agar keuangan perusahaan teratur, contohnya pada hal laporan keuangan, pembelian bahan baku dll. (Pranata & Indriyani, 2013). Pelaku UKM seringkali tidak memperhatikan aspek keuangan, sehingga keuangan usaha dan keuangan pribadi tercampur, hal ini menyulitkan pengusaha dalam melihat kondisi usahanya. Laporan keuangan atau pembukuan merupakan hal yang penting untuk mengetahui perkembangan usaha dari segi profit dan pengembalian modal, selain itu pembukuan dapat digunakan sebagai pedoman evaluasi perusahaan (Bismala, 2016).

Fungsi Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai penggerak roda organisasi atau perusahaan sehingga jika tidak dikelola dengan baik dan benar maka organisasi atau perusahaan tersebut tidak dapat berjalan baik. Dalam penerapannya harus digabungkan dengan ilmu terkait seperti sosiologi & psikologi manusia sebagai makhluk hidup memiliki perasaan (Elbadiansyah, 2019). Aspek Sumber Daya Manusia meliputi langkah-langkah mengenai manajemen SDM, keterampilan dan motivasi kerja, produktivitas, dan sistem imbalan (Ling, 2013). Pengelola UMKM memerlukan pelaku usaha yang memiliki kreativitas, rasa tidak mudah menyerah, berani mengambil Risiko, dan selalu berusaha menemukan hal-hal baru untuk meningkatkan kinerja (Bismala, 2016). Sumber Daya Manusia (SDM), merupakan proses memperoleh, melatih, memotivasi, menilai, memberikan kompensasi, dan memperhatikan hubungan kerja (David, 2009).

Manajemen Usaha Sebagai Indikator Proses Bisnis

Berdasarkan fungsi – fungsi manajemen yang telah dipaparkan, berikut ini adalah tabel penerapan fungsi manajemen pada UKM yang baik.

Tabel 1. Manajemen Usaha Sebagai Indikator Proses Bisnis yang Baik

Fungsi Manajemen pada UKM	Penerapan Fungsi Manajemen		
Manajemen Produksi	Perencanaan produksi, pengadaan bahan baku, analisa / prediksi kapasitas produksi, proses produksi, evaluasi.	1.	Bahan baku
		2.	Proses pembuatan produk .
		3.	Kapasitas produksi
		4.	Ketahanan produk.
Manajemen Pemasaran	Segmentasi pasar dan bauran pemasaran 4P	1.	Produk
		2.	Harga
		3.	Tempat
		4.	Promosi
Manajemen Keuangan	Laporan keuangan, penganggaran, keputusan pembiayaan dan investasi, evaluasi.	1.	Sumber modal usaha.
		2.	Aset dan investasi.
		3.	Pembukuan.
		4.	Omset usaha.
Manajemen Sumber Daya Manusia	Perektrutan tenaga kerja, pelatihan, motivasi, kompensasi, dan evaluasi tenaga kerja, monitor kinerja & produktivitas, evaluasi.	1.	Tenaga kerja.
		2.	Rencana suksesi.
		3.	Organisasi.

Sumber: (Bismala, 2016; David, 2009; Ling, 2013; Pranata & Indriyani, 2013).

METODA

Jenis Penelitian

Metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti. Tujuan penelitian ini agar peneliti dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan kenyataan, menggali, dan menganalisa lebih mendalam terkait manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan manajemen sumber daya manusia pada usaha wedang ronde di Kota Salatiga.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah para pengusaha wedang ronde yang terdapat di Kota Salatiga. Populasi UMK Ronde di kota Salatiga tidak diketahui. Peneliti telah mengunjungi Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga untuk mencari informasi tentang jumlah UMK Ronde, namun tidak tersedia data yang dimaksud. Data sekunder di Dinas Koperasi dan UKM Kota Salatiga, hanya tersedia data tentang usaha kuliner di Salatiga tanpa terinci mengenai jenis kulinernya. Dengan demikian, maka peneliti melakukan upaya terjun ke lapangan langsung mencari UMK ronde yang banyak terdapat di jalan jalan utama di kota Salatiga.

Selama empat minggu melakukan penelitian lapangan, diperoleh sebanyak 22 usaha wedang ronde Kota Salatiga di Jalan Langensuko, Jalan Jendral Sudirman, Jalan A. Yani, Jalan Merapi, Jalan Sukowati, Jalan Imam Bonjol, dan Jalan Nakula Sadewa yang bisa

diwawancarai dan dijadikan responden. Menurut informasi di lapangan yang diperoleh dari salah seorang pengusaha ronde, yang juga merupakan ketua Paguyuban pengusaha ronde di kota di Salatiga, jumlah pengusaha ronde di Salatiga diperkirakan berjumlah kurang lebih 50 UKM. Dengan demikian, jumlah responden penelitian sejumlah 22 UMK, diharapkan sudah dapat mewakili kondisi rata rata UKM ronde di Kota Salatiga.

Mayoritas responden berpendidikan rendah yaitu pada tingkat Sekolah Dasar, hanya 1 pengusaha yang memiliki gelar sarjana. Usaha wedang ronde paling banyak dikelola oleh pengusaha yang memiliki rentang umur 40 tahun – 50 tahun (45%), meski begitu terdapat usaha wedang ronde yang dikelola remaja berumur 23 tahun, namun yang berusia <31 -40 tahun hanya 28%, dan yang berusia 51-60 tahun ada sejumlah 18%. Hal ini menunjukkan, pengelola usaha ronde mayoritas berusia lanjut, dan hal ini dapat mengindikasikan proses regenerasi yang rendah. Tahun berdirinya usaha wedang ronde dari para responden sudah cukup lama, kebanyakan dimulai sebelum tahun 2000 bahkan terdapat usaha wedang ronde yang didirikan sejak tahun 1947 yang hingga saat ini masih beroperasi dan dikelola oleh generasi ke tiga. Selain itu, sejumlah 55% usaha wedang ronde telah dikelola generasi ke dua bahkan generasi ke 3. 77% usaha wedang ronde merupakan pekerjaan utama, 23% sisanya merupakan pekerjaan sampingan.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan observasi secara langsung dengan mendatangi 22 usaha wedang ronde di ronde Kota Salatiga. Disamping itu, peneliti telah mempersiapkan daftar pertanyaan terbuka yang digunakan sebagai acuan untuk wawancara mendalam yang pada pelaksanaannya masih diperdalam dan dikembangkan lagi menyesuaikan situasi dan kondisi di lapangan. Selain mewawancarai pemilik usaha ronde, peneliti juga melakukan wawancara singkat pada beberapa pengunjung usaha wedang ronde yang ada saat dilakukannya proses pengumpulan data, untuk maksud *cross check* data.

Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles & Huberman yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini benar-benar berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung. Lalu data yang telah didapatkan dicek keabsahannya melalui triangulasi. Triangulasi menurut Bachri (2010), merupakan metode sintesa data terhadap kebenarannya dengan menggunakan metode pengumpulan data yang lain atau berbagai paradigma triangulasi. Data yang dinyatakan valid melalui triangulasi akan memberikan

keyakinan terhadap peneliti tentang keabsahan datanya, sehingga tidak ragu dalam pengambilan kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Manajemen Usaha Wedang Ronde di Kota Salatiga

Secara umum, para pengusaha wedang ronde di Kota Salatiga kurang memperhatikan aspek-aspek manajemen pada pengelolaan usahanya. Berikut ini adalah gambaran setiap aspek manajemen pada pengelolaan usaha wedang ronde di Kota Salatiga.

Aspek Produksi

Aspek produksi meliputi bahan baku, proses produksi, dan kapasitas produksi serta ketahanan produk.

Tabel 2. Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan Bahan Baku	Jumlah	Persentase	Keterangan
Mudah diperoleh	18	81,6%	-
Sulit diperoleh	3	18,3%	Kelangkaan dan kenaikan harga jahe hingga Rp 80.000 per kilogram

Sumber: analisa data primer, 2020

Bahan baku produk wedang ronde original pada setiap usaha wedang ronde relatif sama meliputi Air, Jahe, Gula, Garam, Pandan, Serai, Tepung Ketan, Kacang, Kolang-Kaling, Agar-Agar. Bahan baku tersebut mudah ditemukan, banyak pengusaha yang berbelanja di pasar tradisional, namun ada juga yang sudah memiliki langganan yang bersedia mengirim seperti kolang-kaling dan sarang semut yang dikirim langsung dari Papua. Dari sekian banyak bahan baku tersebut, seringkali terjadi kelangkaan maupun kenaikan harga pada bahan baku jahe seperti yang dikatakan delapan pengusaha wedang ronde.

Tabel 3. Proses Produksi

Proses produksi	Jumlah	Persentase	Keterangan
Teknologi / Mesin	0	0%	Proses pembuatan produk wedang ronde masih konvensional.
Konvensional	22	100%	

Sumber: analisa data primer, 2020

Wedang ronde merupakan produk kuliner tradisional, begitu juga dengan proses pembuatannya. 22 pengusaha wedang ronde yang menjadi responden penelitian ini belum menggunakan mesin atau teknologi pada proses produksi wedang ronde. Alasannya karena produk wedang ronde merupakan kuliner tradisional sehingga proses pembuatannya juga masih dilakukan secara tradisional yang sebagian merupakan warisan.

Tabel 4. Standarisasi Proses Produksi

Standarisasi Proses	Jumlah	Persentase	Keterangan
Ada standarisasi dengan areng, gula diberikan secara terpisah, pengolahan sarang semut	4	18,1%	Kuah ronde dipanaskan terus mengingat selera konsumen berbeda,
Tidak ada standarisasi	18	81,8%	-

Sumber: analisa data primer, 2020

Standarisasi proses hanya dilakukan empat pengusaha wedang ronde, yaitu dengan memisahkan gula karena mempertimbangkan selera konsumen yang berbeda, lalu memanaskan kuah secara terus menerus dengan areng dan pengolahan sarang semut.

Tabel 5. Kapasitas Produksi

Kapasitas	Produksi	Jumlah	Persentase	Rata – rata
	50 – 75 Porsi	12	54,5%	69 Porsi
	76 – 100 Porsi	10	45,4%	

Sumber: analisa data primer, 2020

Setiap harinya, para pengusaha wedang ronde mampu memproduksi 50 hingga 100 porsi. Berdasarkan hasil yang didapatkan, rata-rata kapasitas produksi mencapai angka 69 porsi per hari. Banyak pengusaha wedang ronde yang mengatakan berbeda dengan akhir pekan dan hari libur tertentu, para pengusaha wedang ronde dapat meningkatkan kapasitas produksinya hingga 100 porsi per hari.

Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

Tabel 6. Diferensiasi Produk

Diferensiasi Produk	Jumlah	Persentase	Keterangan
Ada diferensiasi	12	54,5%	Citarasa, dikenal sejak lama, jahe yang pedas, keunikan (sarang semut)
Tidak ada diferensiasi	10	45,5%	-

Produk merupakan cerminan sebuah usaha. Namun pada kasus usaha wedang ronde, banyak pengusaha wedang ronde yang tidak bisa menjawab ketika ditanya mengenai diferensiasi produk. Diantara 12 pengusaha yang memiliki diferensiasi produk pun jawabannya sebatas citarasa dan telah dikenal sejak lama. Hanya ronde sarang semut yang memiliki diferensiasi yang kuat, dan ronde Bu Muryati yang mengunggulkan rasa pedas dari jahe.

Tabel 7. Varian Produk

Varian Produk	Jumlah	Persentase	Keterangan
1 Varian	7	31,8%	Ronde Original
2 Varian	15	68,1%	Ronde Original dan Ronde Susu
Lebih dari 2 varian	6	27,2%	Ronde Sekoteng, Ronde Cokelat, Ronde Tape, Ronde jeruk, dll.

Sumber: analisa primer, 2020

Varian produk wedang ronde cukup bervariasi, seperti wedang ronde original, ronde susu, ronde sekoteng, ronde coklat, ronde tape, ronde jeruk, dll. Terdapat tujuh pengusaha wedang ronde yang hanya menjual satu varian yaitu wedang original, paling banyak adalah pengusaha wedang ronde dengan dua varian yaitu ronde original & ronde susu dengan jumlah 15, dan enam lainnya berjualan lebih dari dua varian.

Tabel 8. Varian yang Paling Diminati

Paling Diminati	Jumlah	Persentase	Keterangan
Ronde Original	20	90,9%	-
Varian lain	2	9%	Ronde Sekoteng

Dari sekian banyak varian produk wedang ronde, 20 pengusaha wedang ronde mengatakan bahwa varian original masih menjadi yang paling diminati konsumen, lalu disusul oleh wedang ronde sekoteng. Hal ini didukung oleh *cross check* data dengan sembilan pembeli wedang ronde yang memfavoritkan varian produk wedang ronde original.

Tabel 9. Harga Produk

Harga	Jumlah	Persentase	Keterangan
Rp 5.000	9	40,9%	Harga yang dianalisa adalah harga varian wedang ronde original karena varian ini yang paling diminati
Rp 5.500	1	4,5%	
Rp 6.000	8	36,3%	
Rp 7.000	3	13,6%	
Rp 10.000	1	4,5%	

Sumber: analisa data primer, 2020

Penetapan harga juga merupakan suatu hal yang penting. Produk wedang ronde masih mudah ditemukan dengan harga Rp5.000 disepanjang jalanan Kota Salatiga. Namun ada juga produk wedang ronde yang dijual dengan harga Rp10.000 per porsi seperti Ronde Ny. Ong. Meski selisih harganya dua kali lipat, tetapi tetap laku karena masing-masing usaha wedang ronde memiliki segmen pasar yang berbeda.

Tabel 10. Tempat Usaha

Tempat Usaha	Jumlah	Persentase
Bangunan	3	13,6%
Kaki lima	19	86,3%

Sumber: analisa data primer, 2020

Usaha wedang ronde mayoritas berjualan dipinggir jalan. Hanya tiga usaha wedang ronde yang memiliki bangunan dengan latar belakang berbeda yaitu Ronde Ny Ong dengan ruko hak milik, Ronde Mak Pari yang mengkontrak sebuah rumah, dan Ronde Mb Dwi yang menyewa ruko. Seperti halnya penetapan harga, perbedaan tempat usaha tidak menjadi persoalan karena segmen pasar yang berbeda.

Tabel 11. Cabang Usaha

Cabang Usaha	Jumlah	Persentase
Memiliki cabang usaha	9	40,9%
Tidak memiliki cabang usaha	13	59%

Sumber: analisa data primer, 2020

Sembilan usaha wedang ronde memiliki cabang usaha yang berada di Kota Salatiga dan sekitarnya. Satu dari sembilan usaha tersebut merupakan cabang usaha yaitu Ronde Ny Ong yang merupakan cabang usaha dari Istana Wedang Semarang.

Tabel 12. Promosi Media Sosial

	Jumlah	Persentase	Keterangan
Ada promosi	3	13,6%	Instagram, FB, Whatsapp
Tidak ada promosi	19	86,3%	-

Sumber: analisa data primer, 2020

Hanya tiga usaha wedang ronde yang melakukan promosi dengan media sosial yaitu Instagram, Facebook dan Whatsapp. 19 usaha lainnya sama sekali tidak melakukan promosi, mereka hanya berjualan dengan MMT menunggu datangnya pengunjung.

Tabel 13. Penjualan Online

Penjualan <i>Online</i>	Jumlah	Persentase	Keterangan
Ada penjualan <i>online</i>	3	13,6%	Grabfood dan Gofood
Tidak ada penjualan <i>online</i>	19	86,3%	-

Sumber: analisa data primer, 2020

Sama seperti halnya promosi dengan media sosial, hanya tiga usaha yang melakukan penjualan *online* dengan menjadi mitra Gofood & Grabfood. Ketika ditanya mengenai promosi media sosial dan penjualan *online* atau hal lain yang berhubungan dengan teknologi banyak pengusaha yang mengaku kurang bahkan tidak paham penggunaan teknologi.

Aspek Keuangan

Aspek keuangan meliputi sumber modal usaha, pembukuan, dan perhitungan omset usaha serta laba bersih penjualan.

Tabel 14. Sumber Modal Usaha

Sumber Modal Usaha	Jumlah	Persentase
Warisan	12	54,5%
Tabungan	7	31,8%
Pinjaman	3	13,6%

Sumber: analisa data primer, 2020

Dilihat dari sumber modal usahanya, mayoritas usaha wedang ronde merupakan bisnis keluarga karena 12 dari 22 usaha merupakan warisan. Lalu terdapat tujuh usaha yang bermodalkan tabungan dan tiga usaha yang memulai usahanya dengan pinjaman.

Tabel 15. Pembukuan

	Jumlah	Persentase	Keterangan
Ada pembukuan	1	4,5%	Pembukuan hanya
Tidak ada pembukuan	21	95,4%	dilakukan oleh Ronde Ny. Ong dengan nota penjualan & Ms. Excel

Sumber: analisa data primer, 2020

Sejumlah 21 pengusaha wedang ronde tidak melakukan pembukuan dalam pengelolaan usahanya, ketika ditanya mengenai pembukuan atau laporan keuangan banyak dari pengusaha weang ronde yang menjawab “Hasil berjualan juga dipakai untuk kebutuhan sehari-hari, yang penting jualannya laris dan bisa membeli bahan baku untuk berjualan besok”. Pembukuan hanya dilakukan oleh Ronde Ny. Ong dengan nota penjualan & Ms. Excel.

Tabel 16. Perhitungan Omset Usaha

	Jumlah	Persentase	Keterangan
Omset Usaha < 10 juta	10	45,4%	Harga produk dikalikan kapasitas produksi dikalikan 30
10 juta – 20 juta	9	40,9%	
> 20 juta	3	13,6%	

Perhitungan omset usaha digeneralisasi melalui produk ronde original karena merupakan varian yang paling diminati dan dimiliki semua responden. Oleh karena itu, perhitungan dilakukan dengan mengalikan kapasitas produksi dengan harga produk ronde original. Lalu dikalikan 30 untuk perhitungan per bulan. Hasilnya, omset usaha ronde berkisar antara Rp7.500.000 hingga Rp30.000.000 setiap bulannya.

Tabel 17. Laba Bersih Penjualan

Labas bersih (per bulan)	Jumlah	Persentase	Keterangan
< 5 juta	15	68,1%	Labas per porsi 40%.
5 juta – 10 juta	6	27,2%	40% dikalikan omset
> 10 juta	1	4,5%	penjualan

Sumber: analisa data primer, 2020

Labas bersih yang didapatkan pengusaha wedang ronde adalah 40% per porsi. Angka ini ditentukan berdasarkan *cross check* data antar pengusaha wedang ronde. Perhitungan labas bersih dilakukan dengan mengalikan omset usaha dengan 40%. Hasilnya berkisar antara Rp3.000.000 hingga Rp12.000.000 setiap bulannya.

Aspek Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi

Aspek manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi meliputi tenaga kerja, suksesi, dan organisasi.

Tabel 18. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
0 Tenaga kerja	3	13,6%
1 Tenaga kerja	13	59,0%
2 Tenaga kerja	3	13,6%
3 tenaga kerja	3	13,6%

Sumber: analisa data primer, 2020

Pengelolaan usaha wedang ronde tidak membutuhkan banyak tenaga kerja. Terdapat tiga usaha wedang ronde yang tidak memiliki tenaga kerja yang dikelola pengusahanya sendiri tanpa bantuan orang lain. Berikutnya terdapat 13 usaha wedang ronde yang kegiatan operasionalnya dibantu oleh satu tenaga kerja, dan paling banyak ditemukan tiga tenaga kerja dalam operasional usaha wedang ronde.

Tabel 19. Jenis Tenaga Kerja

Jenis Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
Keluarga	13	59,0%
Profesional	7	31,8%
Keluarga & Profesional	2	9%

Sumber: analisa data primer, 2020

Berdasarkan data yang didapatkan, terdapat 13 usaha yang memperkerjakan anggota keluarga seperti generasi sebelumnya, pasangan dan generasi penerus pada operasional usaha wedang ronde. Hanya tujuh usaha wedang ronde yang memperkerjakan tenaga profesional, dan didapati dua usaha wedang ronde yang memperkerjakan tenaga profesional dan keluarga.

Tabel 20. Rencana Suksesi

Rencana Suksesi	Jumlah	Persentase
Ada rencana suksesi	12	54,5%
Tidak ada rencana suksesi	8	45,4%

Sumber: analisa data primer, 2020

Meski mayoritas merupakan bisnis keluarga, hanya 54,5% atau sejumlah 12 usaha wedang ronde yang memiliki rencana suksesi. Delapan pengusaha wedang ronde lainnya tidak memiliki rencana suksesi dan ketika ditanya mengenai suksesi jawaban yang paling banyak didapatkan “Semoga anak saya mendapat pekerjaan lain yang lebih baik dari berjualan ronde”.

Tabel 21. Suksesor

Suksesor	Jumlah	Persentase
Keluarga	12	100%
Profesional	0	0%

Sumber: analisa data primer, 2020

Dari 12 usaha wedang ronde yang memiliki rencana suksesi, suksesor merupakan keluarga dan tidak ada yang diwariskan ke tenaga profesional.

Permasalahan yang dihadapi pada setiap Aspek Manajemen

Berikut ini merupakan permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha wedang ronde di Kota Salatiga:

Tabel 23. Permasalahan Pengelolaan Usaha Wedang Ronde di Kota Salatiga.

Aspek Manajemen	Permasalahan yang Dihadapi
Manajemen Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelangkaan dan kenaikan harga bahan baku jahe 2. Kualitas bahan baku tepung ketan tidak menentu sehingga berdampak pada ketahanan produk 3. Kurang adanya standarisasi pemilihan bahan baku maupun standarisasi proses produksi
Manajemen Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang adanya diferensiasi produk yang lebih spesifik 2. Akibat kurangnya penguasaan teknologi, banyak usaha wedang ronde yang tidak melakukan promosi media social maupun

	penjualan <i>online</i>
Manajemen Keuangan	1. Tidak adanya pembukuan 2. Keuangan usaha tercampur dengan keuangan pribadi
Manajemen Organisasi dan Sumber Daya Manusia	1. Anggapan bahwa UKM seperti usaha wedang ronde merupakan pekerjaan yang remeh dan dipandang sebelah mata sehingga sebagian usaha wedang ronde tidak memiliki rencana suksesi.

Sumber: analisa data primer, 2020

Berdasarkan penelitian ini pengelolaan usaha wedang ronde masih dilakukan secara konvensional tanpa menerapkan sistem manajemen usaha yang baik. Pernyataan ini disimpulkan berdasarkan wawancara dengan pengusaha wedang ronde yang berjualan dengan prinsip “Yang penting laku dan bisa membeli bahan baku untuk berjualan besok”. Meski hingga saat ini hasil atau angka penjualan usaha wedang ronde dapat dibilang baik, apabila pengusaha wedang ronde tidak memperhatikan dan segera menerapkan fungsi – fungsi manajemen usaha pada pengelolaannya dikuatirkan akan menghambat perkembangan bahkan menyebabkan ancaman pada keberlangsungan usaha wedang ronde.

PEMBAHASAN

Dilihat dari aspek produksi, bahan baku dan proses pembuatan produk wedang ronde relatif sama, dikarenakan wedang ronde merupakan produk kuliner tradisional dengan resep yang turun temurun. Hal inilah yang harus dilestarikan, dan dikembangkan dengan inovasi dan kreativitas agar usaha wedang ronde tidak mengalami kepunahan. Selain itu, seharusnya masing-masing pengusaha memiliki standarisasi khusus agar produk yang dihasilkan konsisten dan memiliki diferensiasi produk atau ciri khas tersendiri. Kapasitas produksi usaha wedang ronde berkisar antara 50 hingga 100 porsi per hari. Kapasitas produksi ditentukan oleh situasi tertentu seperti hari libur dan akhir pekan dengan mempertimbangkan ketahanan produk.

Selanjutnya aspek pemasaran yang mengacu pada bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Varian produk wedang ronde yang ditawarkan cukup banyak, tetapi varian original masih menjadi favorit karena kekhasannya. Berikutnya dapat dilihat bahwa faktor harga berhubungan dengan tempat yang dimiliki, usaha wedang ronde kaki lima menetapkan harga untuk wedang ronde original senilai Rp5.000 hingga Rp6.000 dan untuk usaha wedang ronde yang memiliki bangunan menetapkan harga senilai

Rp7.000 hingga Rp10.000. Meski usaha wedang ronde kaki lima menetapkan harga lebih rendah, mereka memiliki daya tarik tersendiri karena kesederhanaannya yang menciptakan nuansa tradisional, seperti mudah ditemukannya usaha wedang ronde kaki lima disepanjang Jalan Jendral Sudirman Kota Salatiga pada sore hingga malam hari. Sedangkan untuk usaha wedang ronde yang memiliki bangunan juga memiliki segmen pasar tersendiri. Perbedaan ini justru berdampak positif karena usaha wedang ronde di Kota Salatiga menjadi beragam.

Berikutnya adalah promosi, banyak dari pengusaha wedang ronde yang sudah memiliki cabang, sedang merencanakan cabang dan berkeinginan membuka cabang baru. Tetapi disamping cabang usaha, para pengusaha wedang ronde harus mulai beradaptasi dengan perkembangan jaman dan mulai menggunakan teknologi sebagai media promosi karena media sosial saat ini masih menjadi yang paling efektif, terlebih lagi didukung dengan penjualan *online*. Apabila promosi dan penjualan *online* telah diterapkan, setidaknya produk wedang ronde dapat bersaing dengan produk kuliner modern dan mengalami peningkatan pada penjualan.

Selanjutnya aspek manajemen keuangan. Modal yang diperlukan untuk memulai usaha wedang ronde dapat dikatakan tidak besar, selain tabungan dan wairisan, ada juga pengusaha wedang ronde yang memulai usahanya dengan modal senilai Rp650.000 yang berasal dari pinjaman PKK. Meski dapat dimulai dengan modal yang kecil, pengusaha wedang ronde harus memiliki pembukuan untuk pengelolaan usahanya. Dengan adanya pembukuan, pengusaha dapat mengevaluasi kegiatan operasional usaha agar semakin efektif dan pembukuan dapat dijadikan dasar dalam pengambilan berbagai keputusan.

Yang terakhir adalah aspek manajemen sumber daya manusia yang meliputi tenaga kerja, suksesi dan organisasi usaha. Masih sedikit pengusaha ronde yang mempekerjakan tenaga profesional, mungkin karena mayoritas usaha wedang ronde merupakan bisnis keluarga. Tetapi ketika ditanya mengenai suksesi dan perencanaannya, banyak juga usaha wedang ronde yang belum atau tidak memiliki penerus. Ada juga pengusaha wedang ronde yang tidak ingin usahanya diteruskan, dengan harapan keturunannya mendapatkan pekerjaan yang dianggap lebih baik.

Dalam upaya pelestarian usaha wedang ronde, suksesi merupakan hal terpenting karena mayoritas merupakan bisnis keluarga dengan sedikit bahkan tanpa bantuan tenaga profesional. Apabila saat ini para pengusaha wedang ronde tidak mulai memikirkan rencana suksesi, hal ini sangat mengancam keberlangsungan usaha wedang ronde.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa UKM benar memiliki peran penting dalam perekonomian, sedangkan usaha kuliner memiliki peluang yang baik dimasa depan. Mayoritas usaha wedang ronde adalah bisnis keluarga, hal ini terbukti dari profil usaha wedang ronde yang saat ini telah dikelola oleh generasi ke dua hingga generasi ke tiga dan banyaknya tenaga kerja yang dipekerjakan merupakan keluarga.

Kemudian jika dilihat dari profil pengusahanya, usia dan pendidikan tidak menjadi penghambat dalam pengelolaan usaha wedang ronde karena dapat dijalankan oleh remaja berusia 20 tahun hingga orang dewasa dengan latar belakang pendidikan yang sangat bervariasi dari tingkat SD hingga S1. Selain itu, usaha wedang ronde dapat dijadikan sebagai pekerjaan utama maupun pekerjaan sampingan dengan hasil yang tidak dapat diremehkan karena dapat melebihi UMK Kota Salatiga tahun 2020 senilai Rp2.034.915. Terlebih lagi apabila usaha wedang ronde dikelola secara maksimal dengan memperhatikan dan menerapkan setiap aspek manajemen usaha.

Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan pada tahap *Business Impact Analysis (BIA)* yang merupakan bagian penting dari *Business Continuity Management (BCM)* dan sebagai langkah awal dalam penyusunan *Business Continuity Plan (BCP)*. Manajemen usaha merupakan indikator proses bisnis inti pada pengelolaan usaha wedang ronde di Kota Salatiga. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap analisa yang telah dilakukan dapat menunjukkan potret manajemen usaha dan menguraikan permasalahan yang dihadapi usaha wedang ronde di Kota Salatiga. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melanjutkan tahap-tahap *Business Continuity Management (BCM)* agar usaha kuliner tradisional wedang ronde ini dapat berkembang, bersaing dan tidak mengalami kepunahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25.
- Dani. (2015, December 13). Ini Cara Membangkitkan Kuliner Indonesia yang Nyaris Punah. *Kompas*. Retrieved from

- <https://travel.kompas.com/read/2015/12/13/093100427/Ini.Cara.Membangkitkan.Kuliner.Indonesia.yang.Nyaris.Punah>
- David. (2009). *Manajemen Strategi* (10th ed.). Jakarta: salemba empat. Dwi. (2019). 10 Alasan Membeli Makanan Secara Online.
- Elbadiansyah. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: CV. IRDH.
- Halim, S. (2018). *Business Continuity Management*. Retrieved from Medium website: <https://medium.com/@stevanihalim/business-continuity-management-ae5aa67f3be4>
- Husein Umar. (2000). *Business an Introduction*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Ige, E. P. (2018). *Wedang Ronde, Minuman Imlek Persembahan untuk Dewa*. Liputan6. Retrieved from <https://www.liputan6.com/regional/read/3274676/wedang-ronde-minuman-imlek-persembahan-untuk-dewa>
- Ika. (2019). *Industri Kuliner Jadi Penopang Terbesar Perekonomian Kreatif Indonesia*. pp. 4–5. Retrieved from <https://www.ugm.ac.id/id/berita/18389-industri-kuliner-jadi-penopang-terbesar-perekonomian-kreatif-indonesia>
- Ling, A. (2013). *Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya)*. AGORA, 1(1).
- Mawardi, I., & Martha, D. O. (2015). *Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Ritel Modern terhadap Keberlangsungan Usaha Ritel Tradisional di Gresik*. JESTT, 2(9), 759–771.
- Mokhamad Anwar. (2019). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan (Pertama)*. Jakarta: Kencana.
- Pranata, Y., & Indriyani, R. (2013). *Pengelolaan dan Pengembangan Fungsi Sumber Daya Manusia pada UD . Delta Alumunium Surabaya*. 1(1).
- PYA, H. A. A. /. (2019). *Tantangan Melestarikan Makanan Khas Indonesia di Era Digital*. Beritasatu. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/543350-tantangan-melestarikan-makanan-khas-indonesia-di-era-digital>
- Rismiyanto, E., & Danangdjojo, T. (2015). *Dampak Wisata Kuliner Oleh-oleh Khas Yogyakarta terhadap Perekonomian Masyarakat*. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 5(1), 46. <https://doi.org/10.30588/jmp.v5i1.144>
- Setyowati, T. K. Y. (2019). *Layanan Pesan-Antar Makanan Jadi Tren, Riset Nielsen: GoFood Pionirnya*. Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Layanan Pesan-Antar Makanan Jadi Tren, Riset Nielsen: GoFood Pionirnya” , <https://katadata.co.id/berita/2019/09/19/layanan-pesa>. Katadata. Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2019/09/19/layanan-pesan-antar-makanan-jadi-tren-riset-nielsen-gofood-pionirnya>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Widodo, L. (2019). *Melestarikan Jajanan Tradisional, Melestarikan Budaya Lokal*. Suara Merdeka. Retrieved from <https://www.suaramerdeka.com/travel/baca/204955/melestarikan-jajanan-tradisional-melestarikan-budaya-lokal>
- Wiharyanto. (2006). *Sejarah Indonesia Madya (1st ed.)*. Yogyakarta.

PREFERENSI DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP SALES PROMOTION PADA MARKETPLACE DI INDONESIA

Karin Suryaningsih Wulanditia

Albert Kriestian Novi Adhi Nugraha, S.E, M.M, Ph.D

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

The era of digitalization shifts today's consumer spending patterns. Everything started from offline shopping and nowadays it has become online shopping. E-marketplace is an online shopping platform where consumers can find any product indefinitely and e-marketplace always tries to attract consumer interest by conducting sales promotion activities. The purpose of this study was to determine consumer preferences and knowledge of sales promotions in the marketplace. Methods of data analysis using descriptive methods with Chi-square analysis tools and Rank Spearman. From the research results, it was found that the characteristics of respondents in this study were generally unmarried women, aged between 16 - 61 years, with the majority of their jobs as students, spending in one time spending ranged > Rp. 600,000. We also found consumer preferences for 6 (six) sales promotion features offered by the marketplace, namely Discount with a percentage of 52.5% occupying the first preference followed by Free Shipping, Cashback, Flash sales, Installments without Credit Cards and Purchased Awards. Then the respondent's knowledge of 6 (six) Sales Promotion features is based on 3 important components, namely Knowledge of Benefits, Knowledge of terms and conditions and Knowledge of how to use with 68.3% of respondents answering understanding.

Keywords: Preference, Sales Promotion, Knowledge

Abstrak

Era digitalisasi berpengaruh besar terhadap pola belanja konsumen masa kini. Semua berawal dari offline shopping dan saat ini menjadi online shopping. E-marketplace merupakan salah satu wadah online shopping dimana konsumen dapat menemukan produk apa saja tanpa batas waktu dan e-marketplace selalu berupaya menarik minat konsumen dengan melakukan kegiatan sales promotion. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi dan pengetahuan konsumen terhadap sales promotion pada marketplace. Metode analisis data menggunakan teknik statistik non-parametrik dengan alat analisis Chi-square dan Rank Spearman. Dari hasil penelitian ditemukan karakteristik responden dalam penelitian ini umumnya adalah perempuan belum menikah, berusia antara 16 – 61 tahun, dengan mayoritas pekerjaannya sebagai mahasiswa, pengeluaran dalam sekali belanja berkisar > Rp.600.000,-. Ditemukan juga preferensi konsumen terhadap 6 (enam) fitur sales promotion yang ditawarkan oleh marketplace yaitu Discount dengan presentase 52,5% menempati preferensi pertama kemudian diikuti Gratis Ongkos Kirim, Cashback, Flashsale, Cicilan tanpa Kartu Kredit dan Purchased Award. Kemudian pengetahuan responden terhadap 6 (enam) fitur Sales Promotion berdasarkan 3 komponen penting yaitu Pengetahuan Manfaat, Pengetahuan syarat dan ketentuan dan Pengetahuan cara penggunaan dengan 68,3% responden menjawab memahami.

Kata kunci : Preferensi, Sales Promotion, Pengetahuan

PENDAHULUAN

Masyarakat pada saat ini menghabiskan waktu lebih banyak menggunakan internet dibandingkan berinteraksi secara langsung. Dapat diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 64,8% dari sebelumnya hanya 54,68% pada tahun 2017 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal jumlah, pemanfaatan teknologi digital di Indonesia sangat besar dan telah mengubah perilaku masyarakat hampir pada semua aspek kehidupan, termasuk dalam perilaku berbelanja secara *online*.

Akibat dari perilaku berbelanja *online* maka muncul beragam *marketplace* yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja. Salah satu cara yang digunakan *marketplace* untuk menarik pembeli adalah dengan menawarkan promo penjualan misalnya seperti memberikan *cashback*, *discount*, kupon gratis biaya pengiriman, dan masih banyak lagi. Selain menawarkan promo penjualan, *e-marketplace* ini juga menyediakan layanan kredit bagi pembeli tanpa syarat yang rumit dan tanpa kartu kredit. Misalnya *e-marketplace* Bukalapak bekerjasama dengan Kredivo untuk memudahkan pembeli yang ingin membeli tanpa harus membayar penuh saat itu juga. Program promo yang ditawarkan pada *e-marketplace* itulah yang disebut dengan *sales promotion*.

Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-marketplace* kepada masyarakat saat ini ternyata belum banyak dimaksimalkan oleh konsumen sendiri. Berdasarkan data awal yang didapatkan oleh penulis pada saat memulai penelitian ini adalah dari 5 konsumen pengguna *e-marketplace* terdapat 3 konsumen yang tidak tahu menggunakan promo yang ditawarkan oleh *e-marketplace* tempat dia berbelanja. Sedangkan 2 lainnya sudah terbiasa dan bisa menggunakan. Hal tersebut membuat penulis berasumsi bahwa tidak semua pengguna dari *e-marketplace* ini mengerti dan memahami cara penggunaan dari promo *online* yang ditawarkan. Oleh sebab itu maka penulis berniat untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap *sales promotion* pada *e-marketplace* dan juga untuk mengetahui sampai mana pengetahuan konsumen pengguna mengenai *sales promotion* pada *e-marketplace*.

Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APJII (2018) terdapat 4 *e-marketplace* yang paling sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia untuk membeli barang dan jasa antara lain Shoppe dengan presentase 11,2%, Bukalapak dengan presentase 8,4%, Lazada dengan presentase 6,7%, dan Tokopedia dengan presentase 4,3%. Selain itu Shopee merupakan salah satu situs jual beli *online* yang paling banyak di unduh oleh konsumen sepanjang tahun 2018 dengan total pembeli aktif

mencapai 49,9 juta orang yang berarti meningkat 130% dibandingkan tahun lalu yang hanya memiliki 21,7 juta pembeli aktif (Syarizka, 2019). Salah satu *e-marketplace* yaitu Shopee sering mengadakan program promo bulanan. Dalam promo bulanan tersebut Shopee menawarkan berbagai macam promosi penjualan seperti *cashback*, *flashsale*, kupon gratis ongkos kirim, dan *sale* pada brand- brand ternama pada Shopee Mall. Selain Shopee banyak marketplace lain yang menggunakan strategi yang sama hanya saja tidak banyak konsumen yang mengerti.

Berdasarkan fenomena diatas, dimana konsumen sekarang mulai lebih tertarik untuk berbelanja secara *online* maka penulis mencari beragam referensi untuk topik ini dan menemukan bahwa hanya ada beberapa penelitian yang sudah pernah membahas perihal *e-sales promotion* ini. Di samping itu, penulis juga menemukan penelitian yang membahas mengenai preferensi konsumen terhadap media sosial dalam mencari dan membeli produk secara online (Anugraheni & Kusdiartini, 2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objeknya, dimana pada penelitian terdahulu peneliti meneliti alat yang digunakan konsumen dalam berbelanja secara luas dalam hal ini media sosial. Sedangkan pada penelitian sekarang peneliti meneliti khusus preferensi konsumen terhadap *e-sales promotion* yang di tawarkan oleh *e-marketplace* di Indonesia. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berbelanja menggunakan *e-marketplace*.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Sales Promotion

Akibat dari menjamurnya *e-marketplace* di Indonesia, maka persaingan antar perusahaan penyedia *marketplace* juga semakin marak. Salah satu cara perusahaan memikat konsumen dengan melakukan berbagai pendekatan salah satunya adalah pendekatan bauran promosi. Bauran promosi sendiri adalah bagian dari *variable marketing mix* (bauran pemasaran) dalam memasarkan suatu produk (Ilmu Ekonomi ID, 2016). Dalam bauran Promosi (*Promotion Mix*) terdapat 6 strategi yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal, pemasaran langsung, dan media interaktif. Dalam studi ini yang dijelaskan lebih dalam adalah kaitan promosi penjualan (*sales promotion*) *online dan offline*.

Promosi penjualan atau *sales promotion* adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh pelaku agen pemasar untuk menginformasikan, membujuk atau memengaruhi pengguna produk (Kamus Bisnis dan Bank). Tujuan dari *sales promotion* sendiri adalah untuk menarik

pelanggan baru, memengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, meningkatkan *impulsive buying* atau pembelian tanpa perencanaan serta menyerang aktivitas promosi pesaing (Ilmu Ekonomi ID, 2017). Secara garis besar pengertian dan penerapan *sales promotion* dan *e-sales promotion* sama, hanya bedanya terletak di penerapan pada toko *online* dan *offline*.

Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan suatu sikap konsumen terhadap satu pilihan merek produk yang terbentuk melalui evaluasi atas berbagai macam merek dalam berbagai pilihan yang tersedia (Kotler, Philip, & Keller, 2007). Banyak variabel yang dapat memengaruhi persepsi konsumen, seperti keadaan produk, ciri fisiknya, rancangan kemasan, merek, iklan cetak dan iklan tv (Schiffman, Leon, & Kanuk, 2009). Preferensi konsumen muncul saat konsumen dihadapkan pada pilihan untuk memutuskan pembelian, pada tahap ini konsumen akan dihadapkan pada macam – macam produk yang berbeda – beda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia.

Terdapat 6 tahap preferensi konsumen yang dijabarkan oleh Kotler Philip dan Keller (2007) kedalam 6 model *hierarchi of effect* yaitu kesadaran (*awareness*), pengetahuan (*knowledge*), menyukai (*liking*), memilih (*preference*), keinginan untuk membeli (*conviction*), dan terakhir adalah membeli (*purchased*).

Tahap preferensi yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah produk, adalah awal dari tahap loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga perusahaan harus mempelajari bagaimana cara menimbulkan rasa suka/preferensi terhadap penawaran di *e-marketplace*.

E-Marketplace

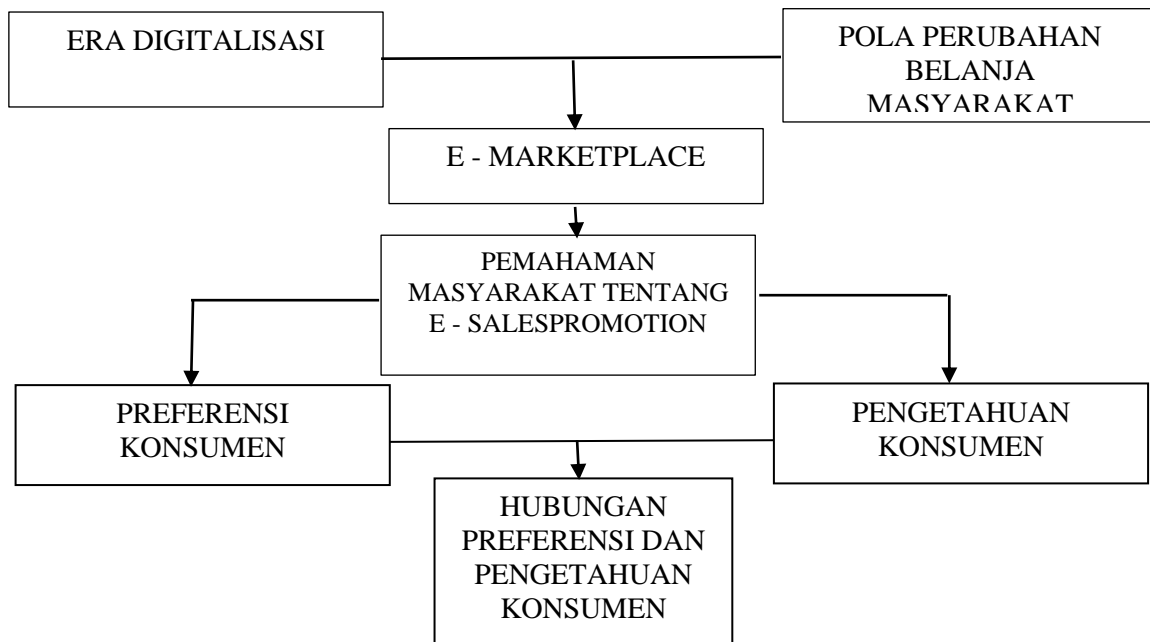
Marketplace adalah salah satu model bisnis di internet yang menyerupai pasar tradisional dalam perdagangan *offline*. Sehingga *marketplace* memiliki peran sebagai pihak yang mempertemukan penjual dan pembeli didalam web mereka (Pahlevi, 2017). Adapun macam – macam *e-marketplace* terbagi menjadi 3 bagian yaitu *marketplace vertikal*, *marketplace horizontal* dan *marketplace global*. Dalam penelitian ini peneliti akan melihat preferensi konsumen terhadap *e-marketplace global*. Yang termasuk dalam *e-marketplace global* adalah *platform* penyedia situs jual beli online seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak dan lain sebagainya.

Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen memiliki peran penting dalam menjelaskan perilaku konsumen, khususnya yang berkaitan dengan pencarian informasi dan pemrosesan informasi (Klerck & Sweeney, 2007). Demikian pula, pengetahuan menjadi penting ketika konsumen berhadapan dengan pilihan dalam hal ini adalah pilihan dari berbagai jenis promo yang ditawarkan oleh *E-marketplace*. Terdapat dua komponen pengetahuan yang berbeda yaitu pengetahuan subjektif, yang mengacu pada persepsi seseorang tentang jumlah informasi dan kelas produk yang disimpan dalam ingatannya, kemudian pengetahuan obyektif yang berkaitan dengan jumlah aktual dari informasi akurat yang tersimpan dalam ingatannya (Raju, Lonial, & Manggold, 1995). Masing-masing tipe pengetahuan ini memiliki efek berbeda pada pemrosesan informasi dan perilaku konsumen selanjutnya. Dalam penelitian ini, penulis akan menguji dampak dari tiga jenis pengetahuan yaitu pengetahuan subjektif, pengetahuan obyektif, dan pengalaman penggunaan konsumen terhadap jenis – jenis *e-salepromotion* dalam pengambilan keputusan konsumen.

Pengembangan Hipotesis (Kerangka konseptual).

Seperti yang sudah dijabarkan dalam pendahuluan bahwa era digitalisasi memicu perubahan pola berbelanja masyarakat saat ini, yang menyebabkan banyaknya *e-marketplace* baru bermunculan dan berbondong – bondong untuk menarik minat konsumen dengan cara menawarkan berbagai macam promo. Promo pada *e-marketplace* inilah yang disebut dengan *e-salespromotion*.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Adapun hipotesis yang dapat peneliti rumuskan adalah sebagai berikut :

H₀ : Tidak ada hubungan antara Preferensi Konsumen dan Pengetahuan Konsumen.

H_a: Ada hubungan antara Preferensi Konsumen dan Pengetahuan Konsumen.

METODE

Metode penelitian yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah metode eksploratori dan deskriptif. Menurut Arikunto (2010), metode eksploratori adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggali suatu informasi. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai preferensi konsumen terhadap sales promotion pada e-marketplace di Indonesia. Menurut Sedarmayanti dan Hidayat (2011), metode deskriptif adalah suatu metode pencarian fakta suatu sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat. Metode deskriptif pada umumnya bertujuan untuk memberikan suatu profil kepada peneliti atau untuk mendeskripsikan suatu aspek dari suatu fenomena yang terjadi pada individu, organisasi, ataupun perspektif lainnya.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2012), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian yang mencari preferensi konsumen biasanya menggunakan model pengujian preferensi yaitu *chi square* dan *spearman*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis *chi square* dan *rank spearman*. Analisis *chi square* untuk mengetahui hubungan antara preferensi dan juga pengetahuan konsumen. Sedangkan analisis *Rank spearman* untuk mengetahui urutan preferensi dan pengetahuan konsumen.

Populasi dan Sampel

Menurut Sedarmayanti & Syarifudin (2011) populasi adalah keseluruhan himpunan dan karakteristik dari objek yang akan diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang selanjutnya akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, populasi yang dipakai yaitu konsumen pengguna *e-marketplace* di Indonesia.

Menurut Sedarmayanti & Syarifudin (2011) sampel adalah sekelompok kecil bagian dari populasi yang diamati dan memiliki sifat dan karakteristik populasi. Dikarenakan populasi tidak diketahui jumlahnya, maka untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan persamaan Bernoulli berikut ini :

$$n \geq \frac{[z_{\alpha/2}]^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimum

Z = Kuadrat dari confidence interval

$\alpha/2$ = Tingkat kepercayaan yang masih dapat diterima (95%=1,96)

e = Tingkat kesalahan yang masih diterima

p = Perkiraan proporsi keberhasilan

q = Perkiraan proporsi kegagalan/ 1-p

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 5%. Sedangkan probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing 0,5. Setelah diketahui tingkat kepercayaan, nilai Z, tingkat kesalahan dan probabilitas diterima yang telah ditentukan maka selanjutnya dimasukkan kedalam persamaan rumus bernoulli :

$$n \geq \frac{[1,96]^2 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2} = 384,16$$

Sehingga jumlah sampel yang diambil $n > 384$ sampel. Maka dalam penelitian ini diambil sampel yang dibulatkan menjadi 400 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non – probability sampling yaitu pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu. Selanjutnya teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Di dalam penelitian ini, penulis memilih konsumen ataupun orang yang pernah belanja pada *e-marketplace* di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Mayoritas responden berjenis kelamin wanita (73,3%). Salah satu pertanyaan kuesioner mengenai jumlah pengeluaran responden dalam sekali belanja rata-rata menulis Rp 600.000,- dalam sekali transaksi. Responden memilih Shopee sebagai *e-marketplace* yang paling sering digunakan untuk bertransaksi secara *online* (53%) disusul Tokopedia (21,5%) dan Bukalapak (15,5%). Terkait dengan kategori barang yang dibeli responden adalah *fashion* wanita (45,7%), kecantikan (44,8%) serta makanan & minuman (35,3%).

Analisis Faktor Penting Konsumen

Dalam penelitian ini, langkah pertama adalah dengan mengumpulkan data dari responden tentang semua atribut yang menjadi pertimbangan dan preferensi responden dalam menggunakan *e-sales promotion*. Responden disodorkan beberapa pilihan *e-marketplace* seperti Lazada, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Zalora dan OLX dan memilih yang responden sering gunakan. Berdasarkan Tabel 1. Memerlihatkan preferensi responden mengenai *platform e-marketplace* yang responden gemari dalam berbelanja dan ditemukan bahwa Shopee (49,9%) menjadi *e-marketplace* yang paling digemari.

Tabel 1 Preferensi Responden Terhadap Marketplace yang Paling Digemari

Marketplace	Frekuensi	%
Lazada	37	9,1
Tokopedia	93	22,9
Shopee	203	49,9
Bukalapak	60	14,7
Zalora	11	2,7
OLX	3	0,7

Sumber : data primer diolah

Tabel 2 Perangkat yang digunakan Responden untuk Membuka Marketplace

Perangkat	Frekuensi	%
Smartphone	302	74,4

Laptop	74	18,2
Personal Computer	29	7,1

Sumber : data primer diolah

Dari tiga pilihan yang diberikan, responden memilih perangkat yang paling sering mereka gunakan untuk membuka *e-marketplace*. Pada tabel 3 menunjukkan bahwa kebanyakan responden lebih menyukai berbelanja *online* dengan sistem pembayaran tunai (96,1) dibandingkan dengan sistem pembayaran kredit.

Selanjutnya, responden yang telah memilih lebih menyukai sistem pembayaran tunai diminta untuk memilih kategori pembayaran secara tunai yang paling sering responden gunakan dalam kegiatan berbelanja *online* dan pada tabel 4 ditemukan bahwa pembayaran tunai secara *virtual account* (Gopay, Dompetku, Dana, OVO dll) paling sering digunakan oleh responden (42,2%).

Tabel 3 Sistem Pembayaran Responden

Sistem Pembayaran	Frekuensi	%
Tunai	390	96,1
Kredit	16	3,9
Total	406	100%

Sumber : data primer diolah

Tabel 4 Kategori Pembayaran Tunai

Pembayaran	Frekuensi	%
Tunai ATM	113	29
Virtual Acoount	164	42,2
Gerai Retail	59	15,2
Pembayaran Instan	53	13,6

Sumber : data primer diolah

Responden juga ditanya mengenai berapa kali frekuensi responden berbelanja online dalam satu tahun dan pada tabel 5 ditemukan bahwa rata – rata responden dalam setahun dapat berbelanja *online* sebanyak 1-15 kali.

Tabel 5 Frekuensi Belanja Responden Per Tahun

Belanja/thn	Frekuensi	%
0	6	
1-15 kali	335	
16-30 kali	48	
31-45kali	7	
46-60 kali	8	
70-154 kali	7	

TOTAL	407	100%
-------	-----	------

Sumber : data primer diolah

Analisis Preferensi Konsumen

Dari peringkat *e-marketplace* diatas konsumen sebanyak 49,9% memilih Shopee sebagai *e-marketplace* yang paling sering digunakan untuk berbelanja. Kemudian penulis mengumpulkan enam (6) jenis kategori *e-sales promotion* pada *e-marketplace* yaitu cicilan tanpa kartu kredit, promo gratis ongkir, *cashback*, *purchased award*, *flashsale*, dan *discount*. Langkah selanjutnya peneliti meminta responden untuk menentukan urutan preferensi terhadap kategori sales promotion ini dan ditemukan sebanyak 213 responden memilih Gratis ongkir sebagai preferensi mereka dalam menggunakan *e-sales promotion* pada *e-marketplace*.

Hubungan Preferensi dan Pengetahuan Konsumen

Setelah mengetahui preferensi dan pengetahuan konsumen selanjutnya peneliti mencari apakah ada hubungan antara preferensi dan pengetahuan konsumen. Hal ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara keduanya dan seberapa besar hubungan antara kedua variabel tersebut. Oleh karena itu peneliti menggunakan analisis *chi-square* dengan memasukkan data 278 responden yang memilih diskon sebagai preferensinya dan 122 responden yang memilih pengetahuan cara menggunakan *sales promotion*. Kemudian keluar hasil berikut ini:

Tabel 6 Chisquare test

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	386,190 ^a	2	,000
Likelihood Ratio	463,776	2	,000
Linear-by-Linear Association	161,954	1	,000
N of Valid Cases	400		

Sumber : data diolah SPSS

SIMPULAN

Berdasarkan hasil diatas maka dapat diketahui bahwa preferensi konsumen terhadap 6 fitur yang ditawarkan oleh peneliti dan yang paling sering konsumen gunakan adalah fitur *discount*, selanjutnya konsumen juga paham dengan tata cara penggunaan fitur

e-salespromotion ini dan manfaatnya. Setelah mengetahui preferensi dan pengetahuan konsumen selanjutnya peneliti mencari apakah ada hubungan antara preferensi dan pengetahuan konsumen. Berdasarkan tabel olah SPSS dengan menggunakan metoda chisquare diketahui bahwa nilai asymp sig (2-sided) pada uji chi square adalah sebesar 0,000. Dikarenakan hasil nilai chisquare asymp sig (2-sided) $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diartikan bahwa terdapat hubungan antara preferensi dan pengetahuan konsumen terhadap sales promotion pada marketplace di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). www.apji.or.id. Diambil kembali dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Budi, W. (2012, Oktober 11). Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen. Diambil kembali dari Pendidikan Ekonomi: <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html>
- Budi, W. (2014, Juni 29). Pengertian Dan Level Brand Awareness (Kesadaran Merek). Diambil kembali dari Pendidikan Ekonomi: <http://www.pendidikanekonomi.com/2014/06/pengertian-dan-level-brand-awareness.html>
- Ilmu Ekonomi ID. (2016). Pengertian Bauran Promosi (Promotion Mix). Diambil kembali dari www.ilmu-ekonomi-id.com: <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/10/bauran-promosi-promotion-mix.html>
- Ilmu Ekonomi ID. (2017). Pengertian Promosi Penjualan, Tujuan, dan 4 Jenis Promosi Penjualan. Diambil kembali dari [Ilmu-Ekonomi-id.com](http://www.ilmu-ekonomi-id.com) : <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/01/pengertian-promosi-penjualan-tujuan-dan-4-jenis-promosi-penjualan.html>
- Kamus Bisnis dan Bank. (t.thn.). Promosi Penjualan. Diambil kembali dari [mediabpr.com](http://www.mediabpr.com): http://www.mediabpr.com/kamus-bisnis-bank/promosi_penjualan.aspx
- Klerck, D., & Sweeney, J. C. (2007). The effect of Knowledge Types on Consumer Perceived Risk and Adoption of Genetically Modified Foods. *Psychology & Marketing*, 24(2), 171-193.
- Kotler, Philip, & Keller, K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (12 ed.). Indonesia: Macan Jaya Cemerlang.
- Mahfud, A. G., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study on The Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*, 7(4), 61-67.
- Nurzanah, I., & Sosianika, A. (2019). Promosi Penjualan dan Minat Beli : Modifikasi Tecnology Acceptence Model di E-Marketplace Shopee di Indonesia. *Polban*, 7, 706-714.
- Pahlevi. (2017, Desember 25). Pengertian Marketplace dan Jenis-jenis Marketplace. Diambil kembali dari www.Pahlevi.net: <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>
- Raju, P. S., Lonial, S. C., & Manggold, W. G. (1995). Differential Effects of Subjective Knowledge, Objective Knowledge, and Usage Experience on Decision Making: An Exploratory Investigation. *Journal Of Consumer Psychology*, 153-180.

- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. L. (2009). *Perilaku Konsumen* (07 ed.).
- Sedarmayanti, & Syarifudin, H. (2011). *Metodologi Penelitian*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Soetanto, A. (2012). Pengaruh Sales Promotion dan Physical Environment dalam Membangun Brand Equity Terhadap Konsumen Repurchase Intention Gerai Icy Blue di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 01.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarizka, D. (2019, Maret 04). Shopee Layani 900.000 Order Per Hari di Indonesia. Diambil kembali dari [www.teknologi.bisnis.com:https://teknologi.bisnis.com/read/20190304/266/895740/shopee-layani-900.000-order-per-hari-di-indonesia](https://teknologi.bisnis.com/read/20190304/266/895740/shopee-layani-900.000-order-per-hari-di-indonesia)
- Ujia, N., & Munawaroh, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19, 42-50.

STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI MANAJEMEN LABA

Cornelia Fransisca³⁴

Golrida Karyawati P

Universitas Pelita Harapan

Abstract

Previous research has shown that earnings management practices occur both by utilizing accruals and by real activities (Roychowdhury, 2006; Cohen et al., 2008; Gunny, 2010). Contingency theory (Heiens & Pleshko, 2011; Lathifah, 2014; Vidal et al., 2017) indicates that preference for earnings management methods is based on company conditions or characteristics. This study intends to examine the preference for earnings management strategies based on business strategies, namely cost leadership strategies and differentiation strategies, which as far as the author's knowledge has not been conducted by previous researchers. This study analyzed 262 samples of manufacturing and service companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2019. Logistic regression analysis is used to test the company's earnings management strategy preferences based on the applied business strategy. The results prove that business strategy has a significant effect on earnings management strategy preferences. Companies that implement a cost leadership strategy tend to use accrual earnings management rather than real earnings management. Conversely, companies that implement a differentiation strategy tend to use real earnings management.

Keywords: Business level strategy, cost leadership, differentiation, earnings management

Abstrak

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa praktik manajemen laba terjadi baik dengan memanfaatkan akrual maupun dengan aktivitas riil (Roychowdhury, 2006; Cohen et al., 2008; Gunny, 2010). Teori kontijensi (Heiens & Pleshko, 2011; Lathifah, 2014; Vidal et al., 2017) mengindikasikan bahwa pilihan metode manajemen laba adalah didasarkan pada kondisi atau karakteristik perusahaan. Penelitian ini hendak menguji kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis, yakni strategi cost leadership dan strategi diferensiasi, yang sejauh pengetahuan penulis belum dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini menganalisis 262 sampel yang merupakan perusahaan manufaktur dan jasa yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019. Analisis regresi logistik digunakan untuk menguji kecenderungan pilihan strategi manajemen laba perusahaan berdasarkan strategi bisnis yang diterapkan. Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba. Perusahaan yang menerapkan strategi cost leadership cenderung menggunakan manajemen laba akrual dibandingkan riil. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi cenderung menggunakan manajemen laba riil dibandingkan akrual.

Kata Kunci: manajemen laba, strategi bisnis, strategi cost leadership, strategi diferensiasi

³⁴corneliafransisca13@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada umumnya, perusahaan *listed* cenderung melakukan praktik manajemen laba (Zang, 2012; Dinh et al., 2015; Li, 2019). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa praktik manajemen laba terjadi baik dengan memanfaatkan akrual maupun manipulasi aktivitas riil (Roychowdhury, 2006; Cohen et al., 2008; Gunny, 2010). Manajemen laba akrual dilakukan dengan memanfaatkan akrual diskresioner, dimana manajer memiliki keleluasaan menentukan jumlah transaksi akrual (Bartov et al., 2002; Khanifah et al., 2020). Setelah era *Sarbanes-Oxley Act* (SOX), praktik manajemen laba akrual lebih sulit untuk diterapkan karena lebih mudah terdeteksi dengan adanya pengawasan yang ketat. Oleh karena itu, manajemen laba riil lebih sering digunakan dalam beberapa tahun terakhir setelah dikeluarkannya regulasi SOX (Enomoto & Yamaguchi, 2017; Sohn, Byungcherl Charlie; Shim, 2018; Mughal et al., 2021).

Teori kontijensi (Heiens & Pleshko, 2011; Lathifah, 2014; Vidal et al., 2017) mengindikasikan bahwa pilihan metode manajemen laba adalah didasarkan pada faktor situasional, salah satunya strategi bisnis. Strategi bisnis berperan besar dalam pengambilan keputusan manajer (Wardani et al., 2016; Islami et al., 2020) sehingga perbedaan karakteristik strategi bisnis mampu mempengaruhi pemilihan strategi manajemen laba. Perusahaan yang mengadopsi strategi *cost leadership* cenderung mengutamakan efisiensi dan berupaya meminimalisir pengeluaran biaya. Konsekuensi yang dihadapi adalah, terbatasnya penggunaan praktik manajemen laba riil yang membutuhkan biaya besar. Praktik manajemen laba riil lebih leluasa dilakukan dalam strategi diferensiasi yang mampu menghasilkan tingginya *profit margin* bagi perusahaan (Cohen & Zarowin, 2010; Badertscher, 2011; Zang, 2012; Braam et al., 2015; Ali & Kamardin, 2018).

Penelitian terdahulu menyimpulkan adanya hubungan yang signifikan antara strategi bisnis dengan praktik manajemen laba (Wu et al., 2015; Brigita & Adiwibowo, 2017; Asih, 2019; Widuri & Sutanto, 2019). Beberapa peneliti seperti Asih (2019) dan Widuri & Sutanto (2019) menguji pengaruh strategi diferensiasi terhadap praktik manajemen laba riil dan menyimpulkan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh dalam penentuan keputusan manajemen terhadap penggunaan manajemen laba riil. Namun, sejauh ini sepengetahuan penulis, belum ada yang menguji pilihan strategi bisnis terhadap kecenderungan pilihan strategi manajemen laba baik manajemen laba akrual maupun riil. Perusahaan nyatanya tidak terpaku pada satu metode dalam upaya pencapaian target laba (Badertscher, 2011; Zang, 2012). Porter menguraikan strategi bisnis ke dalam *cost*

leadership dan diferensiasi (Porter, 1985). Penelitian ini ingin menguji kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis Porter, yang belum dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Strategi Bisnis

Strategi bisnis menurut Porter (1985) utamanya terdiri dari strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi. Strategi *cost leadership* mengutamakan efisiensi biaya untuk menghadapi persaingan pasar (Tanwar, 2013; Abdillah et al., 2017; Wibowo et al., 2017). Efisiensi biaya dilakukan melalui pengendalian biaya, efisiensi kegiatan operasional, serta cenderung menghindari segala aktivitas yang menimbulkan biaya besar. Aulakh et al. (2000) menyatakan bahwa strategi *cost leadership* cenderung digunakan oleh negara berkembang termasuk Indonesia karena biaya tenaga kerjanya lebih rendah sehingga mampu meminimalisir biaya produksi yang berpengaruh terhadap harga output yang dihasilkan.

Strategi diferensiasi berfokus pada keunikan yang memberikan nilai tambah terhadap produk atau jasa. Keunikan yang ditawarkan dapat berupa desain, fitur, teknologi, sampai layanan konsumen sehingga mampu menjadi poin penting yang membedakan perusahaan dengan pesaing. Perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi melakukan investasi pada kegiatan atau komponen yang dapat mendukung terciptanya produk baru, seperti aktivitas riset dan pengembangan, training karyawan, serta *brand building* (Tanwar, 2013; Abdillah et al., 2017; Wibowo et al., 2017). Penerapan strategi diferensiasi menyebabkan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan strategi *cost leadership*.

Strategi bisnis merupakan faktor penting yang mampu mendorong atau menstimulasi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba (Bentley et al., 2013; Chung & Choi, 2017). Perbedaan karakteristik strategi *cost leadership* maupun strategi diferensiasi dapat menimbulkan kecenderungan perbedaan pilihan strategi manajemen laba yang digunakan. Perusahaan selalu berupaya mengadopsi sistem akuntansi manajemen terbaik yang dapat berjalan efektif sesuai dengan kondisi dan karakteristik perusahaan (Purwati & Zulaikha, 2006; Soleha et al., 2014). Peneliti terdahulu (Cohen & Zarowin, 2010; Badertscher, 2011; Zang, 2012; Braam et al., 2015; Ali & Kamardin, 2018) menyatakan bahwa praktik manajemen laba riil membutuhkan biaya yang lebih besar dibandingkan manajemen laba akrual.

Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan tindakan manajer dalam melakukan rekayasa kualitas laba sehingga dapat menyajikan laporan keuangan dengan performa baik. Hal ini kemudian mempengaruhi persepsi pihak berkepentingan terhadap kinerja perusahaan yang mengacu pada hasil pengambilan keputusan (Ahmar et al., 2016; Kristanti, 2019). Tindakan manajemen laba dilakukan melalui beberapa pola, seperti upaya menurunkan laba, meningkatkan laba, juga perataan laba yang dilakukan agar perusahaan terlihat stabil dan berisiko rendah.

Praktik manajemen laba dapat dilakukan dengan memanfaatkan akrual maupun aktivitas riil (Roychowdhury, 2006; Cohen et al., 2008; Cohen & Zarowin, 2010; Gunny, 2010). Manajemen laba akrual memanfaatkan *discretionary accruals*, yaitu kondisi dimana manajer memiliki keleluasaan untuk menentukan pilihan kebijakan akrual, seperti metode depresiasi, piutang tak tertagih, persediaan, dan estimasi kebijakan dalam provisi (Bartov et al., 2002; Khanifah et al., 2020). Manajemen laba akrual tidak mempengaruhi arus kas perusahaan secara langsung karena terjadi pada akhir tahun fiskal dengan cara mengubah metode estimasi akuntansi dalam penyajian laporan keuangan (Cohen & Zarowin, 2010; Zang, 2012). Manajer melakukan manajemen laba akrual dengan maksud menurunkan atau meningkatkan laba.

Manajemen laba riil didefinisikan sebagai tindakan manajer untuk memenuhi target laba melalui keputusan yang berhubungan dengan kegiatan operasional atau aktivitas riil (Ningsih, 2015). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa manajer mulai beralih pada manajemen laba riil setelah era *Sarbanes Oxley Act* karena dinilai lebih aman dan sulit terdeteksi oleh pihak auditor maupun regulator (Graham et al., 2005; Roychowdhury, 2006; Zang 2012). Berbeda dengan manajemen laba akrual, manajemen laba riil dapat dilakukan sepanjang tahun dan mempengaruhi arus kas perusahaan secara langsung.

Praktik manajemen laba riil dapat dilakukan dengan manipulasi penjualan, beban diskresioner, dan produksi berlebihan. Manipulasi penjualan dilakukan manajer dengan cara memberikan potongan harga secara berlebihan atau menawarkan persyaratan kredit yang lebih fleksibel sehingga penjualan meningkat secara temporer. Tindakan ini dapat meningkatkan jumlah perolehan laba, namun berpengaruh terhadap penurunan arus kas perusahaan. Manajer juga akan berusaha meningkatkan atau menurunkan biaya diskresioner sesuai kebutuhan sehingga mampu mencapai target laba, seperti biaya riset

dan pengembangan, iklan dan pemasaran, serta biaya umum dan administrasi. Manajemen laba riil mempengaruhi arus kas perusahaan periode berjalan dan periode mendatang.

Teori Kontijensi dan Pemilihan Strategi Manajemen Laba

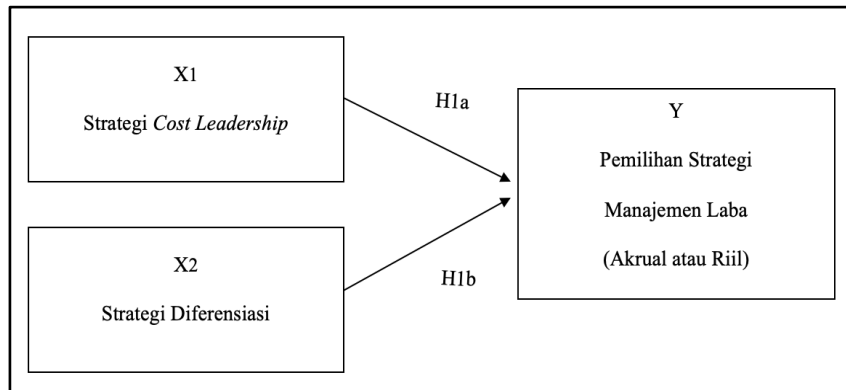
Menurut teori kontijensi, tidak ada sistem akuntansi manajemen terbaik yang dapat diterapkan secara efektif untuk setiap perusahaan. Pada kenyataannya, akuntansi manajemen selalu berupaya mengadopsi sistem terbaik yang dapat berjalan efektif dengan mempertimbangkan faktor situasional (Purwati & Zulaikha, 2006; Soleha *et al.*, 2014). Sistem akuntansi yang baik untuk suatu perusahaan belum tentu dipandang sama dengan perusahaan lain karena berbagai faktor situasional, seperti lingkungan eksternal, teknologi, struktur dan ukuran perusahaan, juga strategi bisnis (Heiens & Pleshko, 2011; Lathifah, 2014; Vidal *et al.*, 2017). Apabila perusahaan mampu memahami hubungan sistem akuntansi dengan faktor situasional, maka manajemen dapat bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan dan secara tidak langsung meningkatkan kinerja perusahaan.

Bozkurt *et al.* (2014) menyatakan bahwa eksekutif perusahaan cenderung mengadopsi struktur yang dapat mendukung penerapan strategi bisnis. Perbedaan karakteristik strategi bisnis dapat menimbulkan preferensi dalam memilih metode manajemen laba yang digunakan. Metode manajemen laba tidak dapat diterapkan secara universal pada setiap perusahaan. Namun, perlu mempertimbangkan kondisi dan karakteristik dari perusahaan maupun strategi bisnis sehingga sistem akuntansi manajemen dapat bekerja secara efektif dan mampu membantu perusahaan dalam mencapai tujuan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi faktor situasional dan hubungannya terhadap sistem akuntansi sehingga manajemen dapat berjalan secara efektif dan efisien (Purwati & Zulaikha, 2006; Soleha *et al.*, 2014; Costin, 2017; Karsam, 2017).

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori kontijensi, sistem akuntansi yang terbaik sekalipun tidak dapat diterapkan secara universal (Heiens & Pleshko, 2011; Lathifah, 2014; Vidal *et al.*, 2017). Sistem akuntansi harus disesuaikan dengan kebutuhan termasuk strategi bisnis agar dapat bekerja secara efektif dalam mencapai tujuan perusahaan. Strategi bisnis berperan penting dalam pengambilan keputusan manajer (Wardani *et al.*, 2016; Islami *et al.*, 2020) dan mempengaruhi preferensi manajer dalam memilih metode manajemen laba yang sesuai dengan kondisi dan karakteristik perusahaan. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap manajemen laba (Wu *et al.*, 2015; Brigita &

Adiwibowo, 2017; Asih, 2019; Widuri & Sutanto, 2019). Praktik manajemen laba tidak terpaku pada satu metode dalam upaya pencapaian target laba (Badertscher, 2011; Zang, 2012) sehingga penelitian ini bermaksud menguji pengaruh pilihan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis perusahaan.



Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Menurut teori kontijensi, sistem yang terbaik adalah sistem yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan. Perbedaan karakteristik yang signifikan antara strategi bisnis mendorong adanya kecenderungan perusahaan dalam menentukan metode manajemen laba dimana pemilihan metode disesuaikan dengan kondisi dari setiap perusahaan. Perusahaan perlu mengenali metode manajemen laba yang sesuai dengan karakteristik strategi bisnis agar sistem akuntansi manajemen dapat bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan (Purwati & Zulaikha, 2006; Soleha *et al.*, 2014; Costin, 2017; Karsam, 2017). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa strategi bisnis berpengaruh terhadap praktik manajemen laba (Wu *et al.*, 2015; Brigita & Adiwibowo, 2017; Asih, 2019; Widuri & Sutanto, 2019). Berdasarkan kajian teori tersebut, peneliti merumuskan hipotesis bahwa perbedaan karakteristik pada strategi bisnis dapat mendorong adanya kecenderungan perusahaan dalam menentukan metode manajemen laba.

H₁ : Strategi bisnis mempengaruhi pemilihan strategi manajemen laba

Penelitian terdahulu (Cohen & Zarowin, 2010; Badertscher, 2011; Zang, 2012; Braam *et al.*, 2015; Ali & Kamardin, 2018) menyatakan bahwa praktik manajemen laba riil membutuhkan biaya yang lebih besar dibandingkan manajemen laba akrual karena melibatkan aktivitas diskresioner. Strategi cost leadership menghindari aktivitas yang mengeluarkan biaya besar sehingga metode manajemen laba yang digunakan lebih

terbatas. Oleh sebab itu, strategi *cost leadership* cenderung memilih strategi manajemen laba akrual yang penerapannya relatif mudah dan biaya yang dikeluarkan cenderung lebih kecil.

Keunikan dari output perusahaan dengan strategi diferensiasi menghasilkan kapabilitas harga premium (*profit margin*) yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan strategi *cost leadership* (Krismiaji, 2017). Metode manajemen laba riil biasanya melibatkan banyak aspek dan menimbulkan biaya yang lebih tinggi dibandingkan manajemen laba akrual (Cohen & Zarowin, 2010; Badertscher, 2011; Zang, 2012; Braam et al., 2015; Ali & Kamardin, 2018). Walaupun membutuhkan biaya besar, manajemen laba riil ini dinilai lebih aman dan sulit terdeteksi oleh auditor maupun regulator. Perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi secara kondisi mampu memenuhi kebutuhan penerapan manajemen laba riil.

Penelitian terdahulu (Asih, 2019; Widuri & Sutanto, 2019) membuktikan bahwa strategi diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba riil. Perusahaan dengan strategi diferensiasi cenderung memilih manajemen laba riil untuk mencapai target laba dibandingkan perusahaan dengan strategi *cost leadership*. Dengan demikian, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{1a} : Perusahaan yang mengadopsi strategi *cost leadership* cenderung menggunakan manajemen laba akrual dibandingkan perusahaan dengan strategi diferensiasi

H_{1b} : Perusahaan yang mengadopsi strategi diferensiasi cenderung menggunakan manajemen laba riil dibandingkan perusahaan dengan strategi *cost leadership*

METODA

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur, perdagangan, investasi, dan jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menganalisis data periode terkini yakni tahun 2019. Pada umumnya, perusahaan menerapkan strategi bisnis secara konsisten dari tahun ke tahun. Oleh sebab itu, analisis data *cross sectional* pada tahun tertentu telah memiliki daya generalisasi yang baik. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengambilan sampel seperti yang disajikan pada tabel 1. Data penelitian diperoleh dari S&P Capital IQ.

Tabel 1. Tabel Kriteria Pengambilan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan manufaktur, sektor perdagangan, investasi, jasa yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019	348
Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan dengan informasi yang lengkap pada tahun 2019	(49)
Perusahaan yang tidak menggunakan satuan mata uang Rupiah dalam laporan keuangan	(37)
Total Sampel Penelitian	262

Sumber: Olahan Peneliti (2020)

Model Empiris

Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik dimana variabel dependennya adalah data non-metrik, sedangkan variabel independen adalah data metrik (Mulyadi, 2011). Analisis regresi logistik digunakan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kecenderungan variabel independen (strategi bisnis yaitu strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi) terhadap variabel dependen yaitu manajemen laba akrual dan riil. Model penelitian untuk hipotesis adalah sebagai berikut:

$$EM = \alpha + \beta_1 ATO + \beta_2 PM + \varepsilon$$

Keterangan:

EM= Variabel *dummy*; 1 jika perusahaan cenderung menggunakan manajemen laba akrual (nilai manajemen laba akrual > riil) dan 0 jika manajemen laba riil (nilai manajemen laba riil > akrual)

ATO= *Asset Turnover* yang mengindikasikan adanya penerapan strategi *cost leadership* pada perusahaan

PM= *Profit Margin* yang mengindikasikan adanya penerapan strategi diferensiasi pada perusahaan

Variabel Penelitian

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah Pilihan Strategi Manajemen Laba yang diukur menggunakan variabel *dummy*. Jika perusahaan cenderung menggunakan praktik manajemen laba akrual, diberikan nilai 1. Sebaliknya, jika perusahaan cenderung menggunakan praktik manajemen laba riil, diberikan nilai 0. Penelitian ini menggunakan model Lang et al. (2003, 2006) dan Barth et al. (2008) untuk menganalisis kecenderungan perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba akrual maupun riil, dengan model sebagai berikut:

$$\Delta NI = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 GROWTH + \beta_3 EISSUE + \beta_4 LEV + \beta_5 DISSUE +$$

$$\beta_6\text{TURN} + \beta_7\text{CF} + \beta_8\text{AUD} + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- ΔNI = Selisih laba bersih yang telah dibagi total aset
- SIZE = Ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan
- GROWTH = Persentase perubahan total penjualan
- EISSUE = Persentase perubahan dalam saham biasa
- LEV = Total liabilitas dibagi total aset
- DISSUE = Persentase perubahan total liabilitas
- TURN = Total penjualan dibagi total aset
- CF = Arus kas bersih dari aktivitas operasional dibagi dengan total aset
- AUD = Indikator variabel *dummy* dimana apabila auditor perusahaan termasuk KAP Big 4 maka diindikasikan dengan angka 1, dan apabila tidak termasuk KAP Big 4 maka diindikasikan dengan angka 0

Lang et al. (2003, 2006) dan Barth et al. (2008) menggunakan perubahan *net income* yang dibagi dengan total aset untuk mengestimasi total manajemen laba. Dari rumus (1), Barth et al. (2008) menurunkan total akrual dengan model sebagai berikut:

$$\text{ACC} = \alpha + \beta_1\text{SIZE} + \beta_2\text{GROWTH} + \beta_3\text{EISSUE} + \beta_4\text{LEV} + \beta_5\text{DISSUE} + \beta_6\text{TURN} + \beta_7\text{AUD} + \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- ACC = Hasil dari pengurangan *net income* dengan *cash flow* dibagi total aset
- SIZE = Ukuran perusahaan yang dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset perusahaan
- GROWTH = Persentase perubahan total penjualan
- EISSUE = Persentase perubahan dalam saham biasa
- LEV = Total liabilitas dibagi total aset
- DISSUE = Persentase perubahan total liabilitas
- TURN = Total penjualan dibagi total aset
- CF = Arus kas bersih dari aktivitas operasional dibagi dengan total aset
- AUD = Indikator variabel *dummy* dimana apabila auditor perusahaan termasuk KAP Big 4 maka diindikasikan dengan angka 1, dan apabila tidak termasuk KAP Big 4 maka diindikasikan dengan angka 0

Dengan mengasumsikan rumus (1) sebagai total manajemen laba dan rumus (2) sebagai manajemen laba akrual, maka dapat diturunkan proksi untuk manajemen laba riil sebagai berikut:

$$\text{REM} = \Delta\text{NI} - \text{ACC} \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

- REM = Manajemen laba riil
 ΔNI = Total manajemen laba
 ACC = Manajemen laba akrual

Variabel Independen

Variabel independen penelitian ini adalah strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi. Pengukuran variabel independen dilakukan merujuk kepada penelitian terdahulu (David et al., 2002; Banker et al., 2011; Wu et al., 2015; Brigita & Adiwibowo, 2017) yang membandingkan nilai *asset turnover* (ATO) dan nilai *profit margin* (PM). Rumus dari *asset turnover* dan *profit margin* adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Asset Turnover (ATO)} &= \text{Total penjualan} / \text{Rata - rata total aset} \\ \text{Profit Margin (PM)} &= \frac{(\text{Laba operasi} + \text{Biaya riset dan pengembangan})}{\text{Penjualan}} \end{aligned}$$

Apabila nilai ATO lebih besar dibandingkan nilai PM, perusahaan dinilai mampu memanfaatkan sumber daya dan memperoleh pendapatan melalui operasi bisnis yang efisien. Dalam kondisi ini, perusahaan dianggap menerapkan strategi *cost leadership*. Sebaliknya, apabila nilai PM lebih besar dibandingkan nilai ATO, perusahaan dianggap menerapkan strategi diferensiasi karena memiliki *profit margin* yang tinggi dan cenderung berinvestasi pada kegiatan riset dan pengembangan (R&D) dibandingkan perusahaan lain.

Metode Analisis Data

(1) Analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran data penelitian secara keseluruhan berdasarkan variabel yang digunakan. Hasil deskripsi sampel dapat dijelaskan melalui nilai minimum, nilai maksimum, rata - rata, standar deviasi, dan *variance*.

(2) Uji model dilakukan untuk menilai apakah model regresi logistik adalah *fit* dan dapat digunakan untuk menganalisis hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji model yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a) Uji Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Pengujian keseluruhan model dapat dilihat dari nilai signifikan *Chi-Square* pada tabel *Omnibus Tests of Model Coefficients*. Nilai signifikan $< 0,05$ menunjukkan bahwa model *fit* dengan data dan variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun, apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka model tidak *fit* dengan data dan variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b) Uji Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit*)

Pengujian *goodness of fit* digunakan untuk menilai kesesuaian data dengan model penelitian sehingga model dapat dikatakan *fit*. Kelayakan model regresi pada analisis regresi logistik diuji menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Apabila nilai *Hosmer and Lemeshow's* $\leq 0,05$, maka terdapat perbedaan antara model dengan data observasi secara signifikan. Model penelitian dianggap tidak layak dan pengujian hipotesis tidak dapat dilakukan karena model penelitian tidak mampu memprediksi nilai observasi. Sebaliknya, apabila nilai *Hosmer and Lemeshow* $> 0,05$, maka model penelitian dianggap layak dan pengujian hipotesis dapat dilakukan.

c) Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R Square*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen.

(3) Uji Hipotesis (Uji *Wald*) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Apabila nilai signifikansi pada tabel uji *wald* lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada penelitian disajikan pada tabel 2. Dari tabel 2, dapat dilihat bahwa rata – rata ATO yakni 1,1581 adalah jauh lebih besar dari rata – rata PM yakni -7,097. Berdasarkan filter yang dilakukan, terdapat 252 perusahaan yang nilai ATOnya lebih besar dari PM, dan 10 perusahaan memiliki nilai ATO yang lebih kecil dari PM. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa 252 perusahaan menerapkan strategi *cost leadership* dan 10 perusahaan menerapkan strategi diferensiasi.

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EM	262	0	1	.18	.388
ATO	262	-.33	11.07	1.1581	1.33311
PM	262	-174.38	1.33	-7.097	10.80721
Valid N (listwise)	262				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23 (2020)

Hasil uji regresi logistik

Model regresi logistik penelitian ini adalah *fit* dan layak digunakan untuk memprediksi kecenderungan pilihan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis yang disajikan dalam tabel 3, tabel 4, dan tabel 5.

Tabel 3. Omnibus Tests of Model Coefficients

Step		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	34.448	2	.000
	Block	34.448	2	.000
	Model	34.448	2	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23 (2020)

Tabel 3 menunjukkan nilai signifikansi Chi-square sebesar 0,000 yang berarti kurang dari tingkat α sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen pada model secara simultan mempengaruhi variabel dependen

Tabel 4. Hosmer-Lemeshow's Goodness of Fit Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	14.581	8	.068

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23 (2020)

Hasil pengujian *Hosmer-Lemeshow's Goodness of Fit Test* yang disajikan pada tabel 4 menunjukkan nilai *Chi-square* sebesar 14,581 dengan signifikansi sebesar 0,068. Nilai signifikansi ini adalah lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa model penelitian layak dan mampu memprediksi nilai observasi atau cocok dengan data observasinya.

Tabel 5. Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	215.091	.123	.201

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23 (2020)

Tabel 5 menyajikan nilai *Nagelkerke R Square* model sebesar 0,201 yang berarti bahwa model regresi logistik dapat menjelaskan 20,1 persen pengaruh strategi *cost leadership* dan strategi diferensiasi secara bersama-sama terhadap pilihan strategi manajemen laba.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dijelaskan pada tabel 6.

Tabel 6. Pengujian hipotesis

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Step 1 ^a ATO	.716	.159	20.326	1	.000	2.046	1.499	2.793
PM	-.040	.053	.566	1	.452	.961	.866	1.066
Constant	-2.468	.276	79.898	1	.000	.085		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23 (2020)

Nilai koefisien ATO adalah positif 0,716. Nilai ini mendekati 1 yang berarti bahwa perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* cenderung memilih strategi manajemen laba akrual. Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* memilih strategi manajemen laba akrual adalah signifikan. Dengan demikian, H_{1a} diterima. Nilai *odd ratio* atau Exp (B) sebesar 2,046 menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi *cost leadership* cenderung menggunakan manajemen laba akrual sebesar 2,046 kali lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi.

Nilai koefisien PM adalah negatif -0,040. Nilai ini mendekati 0 yang berarti bahwa perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi cenderung memilih strategi manajemen laba riil. Dengan nilai signifikansi diatas 0,05, dapat disimpulkan bahwa strategi diferensiasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pemilihan strategi manajemen laba. Namun, hasil analisis strategi diferensiasi pada penelitian ini tidak dapat digeneralisir secara luas dikarenakan adanya keterbatasan sampel perusahaan dengan strategi diferensiasi pada sektor yang diteliti. Nilai *odd ratio* sebesar 0,961 menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi diferensiasi menggunakan manajemen laba akrual sebesar 0,961 kali dibandingkan

perusahaan dengan strategi *cost leadership* sehingga dapat disimpulkan perusahaan yang mengadopsi strategi diferensiasi cenderung menggunakan manajemen laba riil dibandingkan perusahaan dengan strategi *cost leadership*. Dengan demikian, H_{1b} diterima.

Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi bisnis menentukan pilihan strategi manajemen laba. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Wu et al., 2015; Brigita & Adiwibowo, 2017; Asih, 2019; Widuri & Sutanto, 2019). Perusahaan yang mengadopsi strategi *cost leadership* cenderung menggunakan strategi manajemen laba akrual, dan sebaliknya perusahaan yang mengadopsi strategi diferensiasi cenderung menggunakan strategi manajemen laba riil. Dengan demikian, teori kontijensi dapat menjelaskan pilihan strategi manajemen laba perusahaan. Perusahaan dengan strategi *cost leadership* cenderung menggunakan manajemen laba akrual yang penerapannya mudah dan membutuhkan biaya lebih kecil sehingga sesuai dengan karakteristik strategi yang diterapkan.

Analisis sampel penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi *cost leadership* di Indonesia sangat dominan dibandingkan strategi diferensiasi sehingga patut diduga bahwa praktik manajemen laba akrual dominan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hasil analisis didukung oleh penelitian (Leuz et al., 2003; Enomoto et al., 2015) yang menyatakan bahwa negara dengan perlindungan investor yang tinggi terbatas dalam menggunakan strategi manajemen laba akrual. Manajemen laba akrual lebih mudah dideteksi dengan pengawasan yang ketat untuk melindungi investor sehingga perusahaan cenderung menggunakan metode manajemen laba riil yang sulit terdeteksi (Graham et al., 2005; Roychowdhury, 2006; Zang 2012).

Penelitian (Anderson & Gupta, 2009; Shah et al., 2020) membuktikan bahwa negara yang menganut sistem hukum *common law* memiliki bentuk perlindungan investor yang lebih baik daripada negara dengan sistem hukum *civil law* seperti Indonesia. Oleh sebab itu, dugaan bahwa perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan strategi manajemen laba akrual dinilai wajar. Selain sistem hukum, karakteristik strategi bisnis yang dominan digunakan perusahaan mengarah pada penerapan metode manajemen laba akrual dibandingkan manajemen laba riil. Informasi mengenai kecenderungan pilhan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis serta fenomena yang terjadi pada perusahaan-perusahaan Indonesia diharapkan dapat membantu investor dan auditor dalam mempertimbangkan strategi bisnis sebagai salah satu faktor pengambilan keputusan.

SIMPULAN

Penelitian ini menguji kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis Porter yaitu strategi *cost leadership* dan diferensiasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pemilihan strategi manajemen laba. Dengan demikian, strategi bisnis menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan perusahaan dalam menentukan metode manajemen laba. Perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* cenderung menggunakan manajemen laba akrual dibandingkan perusahaan dengan strategi diferensiasi. Sebaliknya, perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi cenderung menggunakan manajemen laba riil dibandingkan perusahaan dengan *cost leadership*.

Hasil penelitian diharapkan mampu memperluas wawasan investor dalam menganalisis laporan keuangan perusahaan dengan mempertimbangkan aspek strategi bisnis yang dapat mempengaruhi pemilihan strategi manajemen laba. Kecenderungan pilihan strategi manajemen laba berdasarkan strategi bisnis juga diharapkan dapat meningkatkan *awareness* auditor dalam menaksir risiko saat melakukan audit pada perusahaan yang menerapkan strategi *cost leadership* maupun strategi diferensiasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh strategi diferensiasi terhadap pilihan manajemen laba adalah tidak signifikan. Dari 262 perusahaan yang menjadi sampel penelitian, hanya 10 perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi, walaupun dalam melakukan penyaringan sampel peneliti telah mempertimbangkan keragaman industri untuk mendapatkan keragaman penerapan strategi *cost leadership* maupun strategi diferensiasi. Oleh sebab itu, kecenderungan strategi diferensiasi terhadap pilihan strategi manajemen laba kurang dapat digeneralisir secara luas. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas penelitian dengan memasukkan seluruh perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. B., Hakim, R. M. A., Damiri, D. M., & Zahra, F. (2017). Business Strategy Analysis On SMEs Bamboo Crafts In Bandung City. *Jurnal AdBispreneur*, 2(3), 227–242. <http://jurnal.unpad.ac.id/adbispreneur/article/view/16491>
- Ahmar, N., Rokhmania, N., & Samekto, A. (2016). Model Manajemen Laba Akrual dan Riil Berbasis Implementasi International Financial Reporting Standards. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 17(1), 79–92. <https://doi.org/10.18196/jai.2016.0046.79-92>
- Ali, B., & Kamardin, H. (2018). Real Earnings Management: A Review of Literature and Future Research. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 10(1), 440–456. <https://doi.org/10.5296/ajfa.v10i1.13282>

- Anderson, A., & Gupta, P. P. (2009). A cross-country comparison of corporate governance and firm performance: Do financial structure and the legal system matter? *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 5(2), 61–79. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2009.06.002>
- Asih, W. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Real Activities Earnings Management Dengan Asimetri Informasi Sebagai Variabel Moderasi: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 30(2), 117–125.
- Aulakh, P. S., Kotabe, M., & Teegen, H. (2000). Export Strategies and Performance of Firms From Emerging Economies: Evidence From Brazil, Chile, and Mexico. *Academy of Management Journal*, 43(3), 342–361. <https://doi.org/10.2307/1556399>
- Badertscher, B. A. (2011). Overvaluation and the Choice of Alternative Earnings Management Mechanisms. *The Accounting Review*, 86(5), 1491–1518. <https://doi.org/10.2308/accr-10092>
- Banker, R. D., Hu, N., Pavlou, P. A., & Luftman, J. (2011). CIO Reporting Structure, Strategic Positioning, and Firm Performance. *MIS Quarterly*, 35(2), 1–18.
- Barth, M. E., Landsman, W. R., & Lang, M. H. (2008). International Accounting Standards and Accounting Quality. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 467–498. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2008.00287.x>
- Bartov, E., Givoly, D., & Hayn, C. (2002). The rewards to meeting or beating earnings expectations. *Journal of Accounting and Economics*, 33, 173–204.
- Bentley, K. A., Omer, T. C., & Sharp, N. Y. (2013). Business Strategy, Financial Reporting Irregularities, and Audit Effort. *Contemporary Accounting Research*, 30(2), 780–817. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2012.01174.x>
- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., & Arman, M. (2014). The Relationship Between Structural Characteristics of Organization and Followed Business Strategy: An Application in Denizli. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 222–229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.041>
- Braam, G., Nandy, M., Weitzel, U., & Lodh, S. (2015). Accrual-based and real earnings management and political connections. *International Journal of Accounting*, 50(2), 111–141. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2013.10.009>
- Brigita, W., & Adiwibowo, A. S. (2017). Pengaruh Strategi Tingkat Bisnis, Persaingan Pasar, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of ACC*, 6(4), 1–13.
- Chung, A., & Choi, M. (2017). The Effects Of Business Strategy On The Association Between R&D Expenditure And Future Firm Performance. *Journal of Applied Business Research*, 33(5), 1035–1046. <https://doi.org/10.19030/jabr.v33i5.10025>
- Cohen, D. A., Dey, A., & Lys, T. Z. (2008). Real and Accrual-Based Earnings Management in the Pre- and Post-Sarbanes-Oxley Periods. *The Accounting Review*, 83(3), 757–787.
- Cohen, D. A., & Zarowin, P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *Journal of Accounting and Economics*, 50(1), 2–19. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.01.002>
- Costin, D. M. (2017). Management Accounting as a Knowledge Based Organization Value Driver for the 21st Century Business. *Ovidius University Annals: Economic Sciences Series*, 17(1), 162–167.
- David, J. S., Hwang, Y., Pei, B. K. W., & Reneau, J. H. (2002). The Performance Effects of Congruence Between Product Competitive Strategies and Purchasing Management Design. *Management Science*, 48(7), 866–885. <https://doi.org/10.1287/mnsc.48.7.866.2819>
- Dinh, T., Kang, H., & Schultze, W. (2015). Capitalizing Research & Development: Signaling or Earnings Management? *European Accounting Review*, 25(2), 373–401. <https://doi.org/10.1080/09638180.2015.1031149>

- Enomoto, M., Kimura, F., & Yamaguchi, T. (2015). Accrual-based and real earnings management: An international comparison for investor protection. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 11(3), 183–198. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2015.07.001>
- Enomoto, M., & Yamaguchi, T. (2017). Discontinuities in earnings and earnings change distributions after J-SOX implementation: Empirical evidence from Japan. *Journal of Accounting and Public Policy*, 36(1), 82–98. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2016.11.005>
- Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1–3), 3–73. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2005.01.002>
- Gunny, K. A. (2010). The Relation Between Earnings Management Using Real Activities Manipulation and Future Performance: Evidence from Meeting Earnings Benchmarks. *Contemporary Accounting Research*, 27(3), 855–888. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.2010.01029.x>
- Heiens, R. A., & Pleshko, L. P. (2011). A Contingency Theory Approach to Market Orientation and Related Marketing Strategy Concepts: Does Fit Relate to Profit Performance? *Management and Marketing*, 6(1), 19–34.
- Islami, X., Mustafa, N., & Topuzovska Latkovikj, M. (2020). Linking Porter's generic strategies to firm performance. *Future Business Journal*, 6(3), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-0009-1>
- Karsam. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Manajemen pada Perilaku Disfungsional (Survei pada BUMN Kategori Industri Strategis di Indonesia Tahun 2015-2016). *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 2(2), 83–92.
- Khanifah, Yuyetta, E. N. A., & Sa'diyah, E. (2020). Analisis Komparatif Tingkat Manajemen Laba Berbasis Akrual dan Riil Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Tergabung dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 27(1), 69–88.
- Krismiaji. (2017). Strategi bisnis, leverage keuangan dan kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 21(1), 37–48. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol21.iss1.art4>
- Kristanti, I. N. (2019). Motivasi Dan Strategi Manajemen Laba Pada Organisasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 68–80. <https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.298>
- Lang, M., Raedy, J. S., & Yetman, M. H. (2003). How Representative Are Firms That Are Cross-Listed in the United States? An Analysis of Accounting Quality. *Journal of Accounting Research*, 41(2), 363–386. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.00108>
- Lang, M., Smith Raedy, J., & Wilson, W. (2006). Earnings management and cross listing: Are reconciled earnings comparable to US earnings? *Journal of Accounting and Economics*, 42(1–2), 255–283. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2006.04.005>
- Lathifah, I. (2014). Sistem Pengendalian Manajemen dan Tujuan Perusahaan (Sebuah Tinjauan Teori Kontijensi). *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 6(1), 40–53.
- Leuz, C., Nanda, D., & Wysocki, P. D. (2003). Earnings management and investor protection: An international comparison. *Journal of Financial Economics*, 69(3), 505–527. [https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(03\)00121-1](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(03)00121-1)
- Li, L. (2019). Is there a trade-off between accrual-based and real earnings management? Evidence from equity compensation and market pricing. *Finance Research Letters*, 28(April 2018), 191–197. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2018.04.021>
- Mughal, A., Tao, Q., Sun, Y., & Xiang, X. (2021). Earnings management at target firms and the acquirers' performance. *International Review of Economics and Finance*, 72(January 2020), 384–404. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2020.12.011>
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 127–138. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>

- Ningsih, S. (2015). Earning Management Melalui Aktivitas Riil Dan Akrua. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 16(01), 55–66. <https://doi.org/10.29040/jap.v16i01.22>
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. In *Creating and Sustaining Competitive Advantage: Management Logics, Business Models, and Entrepreneurial Rent*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54540-0>
- Purwati, A. S., & Zulaikha, S. (2006). Teori Kontijensi, Sistem Pengendalian Manajemen dan Outcomes Perusahaan: Implikasinya Dalam Riset Masa Kini dan Masa yang Akan Datang. *PERFORMANCE*, 4(1), 1–11.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335–370. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2006.01.002>
- Shah, M. H., Xiao, Z., Abdullah, Quresh, S., & Ahmad, M. (2020). Internal pyramid structure, contract enforcement, minority investor protection, and firms' performance: Evidence from emerging economies. *Research in International Business and Finance*, 52, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.101170>
- Sohn, Byungcherl Charlie; Shim, H. (2018). The Effects of SOX and Internal Control Weaknesses on the Relation between the Real Earnings Management and Audit Fees. *Asia-Pacific Journal of Business Review*, 2(February), 17–44.
- Soleha, N., Rosiana, R., & Yulianto, A. S. (2014). Pengaruh Mediasi Modal Psikologis Pada Hubungan Model Perencanaan Anggaran dan Kinerja Pegawai (Studi Empiris Pada PNS Pemerintah Provinsi Banten). *Jurnal Akuntansi*, 18(02), 188–201.
- Tanwar, R. (2013). Porter's Generic Competitive Strategies. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(1), 11–17. <https://doi.org/10.9790/487x-1511117>
- Vidal, G. G., Campdesuñer, R. P., Rodríguez, A. S., & Vivar, R. M. (2017). Contingency theory to study leadership styles of small businesses owner-managers at Santo Domingo, Ecuador. *International Journal of Engineering Business Management*, 9, 1–11. <https://doi.org/10.1177/1847979017743172>
- Wardani, Y. K., Mangunwihardjo, S., & Perdhana, M. S. (2016). Membangun Strategi Bisnis Melalui Faktor Manajerial Sebagai Pemilik Dan Lingkungan Bisnis Eksternal Dalam Meningkatkan Kinerja. *Jurnal Bisnis Strategi*, 25(2), 95–110. <https://doi.org/10.14710/jbs.25.2.82-94>
- Wibowo, S. S. A., Handayani, Y., & Lestari, A. R. (2017). Strategi Bersaing Perusahaan Dan Kinerja Perusahaan. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 143–150. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4896>
- Widuri, R., & Sutanto, J. E. (2019). Differentiation Strategy and Market Competition as Determinants of Earnings Management. *Business and Management Research*, 69(TEAMS 2018), 171–176. <https://doi.org/10.2991/teams-18.2019.30>
- Wu, P., Gao, L., & Gu, T. (2015). Business strategy, market competition and earnings management: Evidence from China. *Chinese Management Studies*, 9(3), 401–424.
- Zang, A. Y. (2012). Evidence on the Trade-Off between Real Activities Manipulation and Accrual-Based Earnings Management. *The Accounting Review*, 87(2), 675–703. <https://doi.org/10.2308/accr-10196>

STRATEGI PARTNERSHIP ANTAR DISTRIBUTOR DALAM PEMASARAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN (STUDI KASUS PADA CV TIGA DEWI UNGARAN)

Arina Fallanti³⁵

Roos Kities Andadari²

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

The intense competition in the trading of snack and beverage makes business people look for strategies to survive. Partnerships with business people have various forms, one form of partnership among intermediary traders is barter. CV Tiga Dewi, a snack and beverage distributor, choses this barter strategy to be implemented in its interactions with other distributors of a same level. This study took the case of CV Tiga Dewi Ungaran who made partnerships with five other distributors of the same level. The purpose of this research is to describe the partnership, the benefits and the challenge. The method used in this research is a qualitative method. Data collection was carried out by interviewing some key informan from CV Tiga Dewi and from distributor partners. The results showed that barter is a partnership that has mutual benefit because it increased sales both distributor partners, with a very simple process. Barter is overcoming cash difficulties. However, it has challenge partners that do not good that match the demand; stock of goods is empty, when there are not many variants of goods to be bartered, and it is difficult to get a suitable price.

Keywords: partnership strategy, barter, snack and beverage sub-sector

Abstrak

Persaingan yang ketat dalam perdagangan produk minuman dan makanan ringan membuat para pelaku usaha mencari strategi untuk survive. Kemitraan dengan sesama perusahaan menjadi pilihan strategi dari banyak strategi yang bervariasi. Salah satu cara kemitraan antar sesama pelaku pedang perantara adalah Barter. CV Tiga Dewi, sebuah perusahaan distributor snack, minuman, dan makanan kecil memilih strategi barter dengan distributor sejenis yang setingkat. Penelitian ini mengambil kasus CV Tiga Dewi Ungaran yang melakukan kemitraan dengan lima distributor lain yang setingkat. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui proses kemitraan barter yang diterapkan, dan mengidentifikasi keuntungan dan kendala dari barter. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai key informan bersama karyawan CV Tiga Dewi serta narasumber mitra distributor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemitraan barter merupakan kemitraan yang saling menguntungkan karena meningkatkan penjualan. Cara penjualan barang dapat diperoleh dari mitra distributor, dengan proses yang sangat sederhana. Selain mengatasi kesulitan ketersediaan uang tunai, barter memiliki kendala dalam hal kebutuhan barang dari rekanan yang tidak sesuai permintaan; suplai barang sedang kosong dan varian barang yang dibarter tidak banyak, dan kesulitan dalam memperoleh harga yang sesuai.

Kata kunci: strategi kemitraan, barter, snack dan minuman.

³⁵212014260@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Strategi partnership antar distributor dalam memasarkan produk makanan dan minuman punya keuntungan tersendiri karena *partnership* menjadi salah satu cara paling umum untuk mencapai kesuksesan dalam memasarkan produk. Melalui strategi partnership, maka antar distributor saling melengkapi keterbatasan, dan kekurangan seperti misalnya penyediaan stok makanan dan minuman. Kelebihan strategi partnership yaitu keterampilan yang dapat saling melengkapi keterbatasan dalam mengerjakan sesuatu di dalam menjalankan bisnis. Kelebihannya adalah adanya keluwesan dalam menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan kecepatan dalam mengambil keputusan.

Pentingnya strategi partnership antar distributor dikemukakan Jane & Parahyangan (Jane & Parahyangan, 2011) yang menyimpulkan bahwa saat ini perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan sumber daya yang dimilikinya dalam mencapai keunggulan daya saingnya. Perusahaan harus melakukan kemitraan bisnis dengan berbagai pihak, baik dengan supplier, distributor bahkan maupun dengan konsumennya. Kondisi ini terutama dihadapi oleh perusahaan yang ingin meluaskan usahanya. Dengan melakukan kemitraan, perusahaan memperoleh beberapa manfaat penting yaitu akses terhadap pasar, teknologi serta kapital (hal ini terutama jika perusahaan bermitra dengan mitra yang memiliki kapital yang besar). Selain itu, dengan melakukan kemitraan perusahaan dapat juga memperoleh peluang untuk melakukan inovasi, *knowledge creation* serta meningkatkan kapabilitas organisasi maupun sumber daya manusia.

Temuan Jane (2016: 192) tersebut tidak berarti memilih distributor bisa sembarangan. Memilih partner distributor minimal harus mempunyai visi dan misi yang sama untuk menghindari terjadinya konflik, mempunyai nilai yang sama, sehingga dapat saling membantu. Dengan memiliki tujuan yang sama, perusahaan mampu saling mengisi dan melengkapi. "Partnership" menurut pendapat (Mohr, 2015) merupakan hubungan strategik yang sengaja didisain untuk mencapai tujuan sebagaimana telah ditetapkan, kegunaan bersama dan saling kebergantungan yang tinggi. Melalui "partnership" kedua perusahaan bisa mengakses teknologi baru atau pasar baru, kapasitas untuk menawarkan produk atau jasa dengan ruang lingkup lebih luas; skala ekonomi dalam riset atau produksi bersama; akses terhadap pengetahuan, berbagi resiko dan akses atas komplementari keahlian.

Di tengah persaingan dagang yang ketat, CV Tiga Dewi Ungaran dalam memasarkan produk makanan dan minuman menggunakan strategi khusus yaitu melalui partnership

dengan sesama distributor. Sistem partnership yang dilakukan adalah barter pada semua jenis produk makanan dan minuman sehingga distribusi barang lebih merata, harganya pun lebih murah karena barangnya langsung dari pabrik. Penelitian ini bermaksud menggambarkan bagaimana strategi barter yang diterapkan oleh CV Tiga Dewi Ungaran? Hambatan apa saja yang dialami CV Tiga Dewi Ungaran dalam penerapan sistem barter antar distributor?

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Konsep Partnership dan manfaat

Osterwalder & Pigneur (2011) merumuskan partnership adalah perjanjian formal di antara dua atau lebih perusahaan terpisah di mana di dalamnya ada konsensus dan kerjasama dalam mengembangkan dan memperkuat kedudukan suatu perusahaan. Ada empat jenis partnership yakni: strategi aliansi antar perusahaan yang bukan pesaing; strategi partnership antar pesaing; usaha bersama (usaha untuk mengembangkan) bisnis yang baru; hubungan pembeli dan atau pemasok untuk menjamin pasokan yang kiranya dapat diandalkan (Dwi, 2018).

Manfaat partnership sebagai berikut: 1) Tercapainya produktivitas yang tinggi; 2) Tercapainya efisiensi; 3) Jaminan kualitas, kuantitas dan kontinuitas; 4) Penanganan resiko. Partnership yang terjadi akan memunculkan pula pembagian resiko di antara para mitra. Hal ini disebabkan beberapa bagian dari tanggungjawab dibagi ke para mitra. Dalam hal ini, perusahaan perlu mengelola resiko-resiko yang muncul karena partnership yang dilakukannya; 5) Meningkatkan nilai tambah bagi pelaku kemitraan; 6) Memperluas kesempatan kerja; 7) Dapat memanfaatkan kapabilitas/kemampuan teknologi yang dimiliki mitra. Pada era teknologi dan informasi saat ini, teknologi dapat menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang teknologinya masih rendah bisa memanfaatkan bahkan membeli teknologi yang dimiliki perusahaan lain dengan melakukan partnership; 8) Dari segi finansial adalah terpenuhinya kebutuhan modal perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan dan keterampilan manajemen namun tidak memiliki modal maka partnership menjadi salah satu strategi dalam memperoleh modal (Nofilah, 2019).

Keuntungan dan Kerugian Partnership

Keuntungan melakukan partnership adalah 1) Akses terhadap pasar, transfer teknologi, dan kapital. Dalam pemasaran, tidak sedikit distributor yang memperoleh

manfaat dari partnership yang dilakukannya, terutama distributor kecil yang melakukan partnership dengan distributor yang lebih besar dalam memasarkan produknya; 2) Adanya profit sharing dan kepastian pasokan barang. Profit sharing merupakan pembagian keuntungan yang didapat dari proses partnership. Bagi distributor yang tidak dapat memproduksi barang tertentu namun memiliki keahlian atau sumber daya, partnership merupakan strategi yang paling menguntungkan. Distributor dapat memperoleh keuntungan walaupun tidak memproduksi sendiri barang tersebut; 3) Adanya kepastian pasokan barang; 4) Mudah dan murah. Partnership dalam pemasaran umumnya menjadikan struktur bisnis murah dan mudah “dibentuk”. Sebagian besar waktu yang dihabiskan mulai partnership kerap berfokus pada pengembangan perjanjian partnership; 5) Adanya kebersamaan dalam komitmen keuangan. Dalam partnership, masing-masing pasangan sama-sama menginvestasikan; 6) Keberhasilan bisnis. Partnership memiliki keuntungan penyatuan sumber daya untuk memperoleh modal. Hal tersebut dapat berguna dalam hal mengamankan keberlangsungan usaha pemasaran; 7) Keterampilan yang saling melengkapi. Sebuah partnership yang baik harus memperoleh keuntungan dan bisa memanfaatkan kekuatan, sumber daya dan skill dari masing-masing pasangan; 8) Insentif partnership bagi karyawan. Partnership punya keuntungan kerja lebih dari entitas lain jika mereka menawarkan karyawan kesempatan untuk menjadi mitra. Insentif partnership sering menarik karyawan yang bermotivasi tinggi dan berkualitas (Hagedoorn, 2016; Astuti & Suminar, 2018).

Adapun kerugian “partnership” yakni: pertama, kewajiban bersama dan sendiri, serupa dengan perseorangan, kemitraan mempertahankan penuh, berbagi tanggung jawab diantara pemilik. Mitra tidak hanya bertanggung jawab atas perbuatan mereka sendiri, namun juga untuk hutang usaha dan keputusan yang dibuat oleh mitra lain. Di samping itu, aset pribadi dari semua mitra dapat digunakan untuk memenuhi utang kemitraan. Kedua, adanya peristiwa ketidak sepakatan antar mitra, dengan beberapa mitra pasti terjadi perbedaan pendapat. Patners harus saling berkonsultasi pada semua langkah dan perbuatan seperti misalnya keputusan. Ketiga, keuntungan bersama. Karena kemitraan yang dimiliki bersama, maka masing-masing pasangan harus saling berbagi profit atau keuntungan dari bisnis mereka dengan mitra lain. Sebuah kontribusi yang tidak sama dari waktu, tenaga, atau sumber daya dapat menimbulkan perselisihan (Astuti & Suminar, 2018).

Hambatan Partnership dalam Pemasaran

Partnership dalam pemasaran memiliki beberapa hambatan, di antaranya yaitu partnership dapat berpotensi merugikan distributor karena tidak adanya komitmen mitra, kondisi ini menyebabkan retaknya partnership. Penyebab kerugian yang dihasilkan dari proses partnership adalah 1) Tidak adanya komitmen mitra; 2) penyebab lainnya adalah tidak sesuai antara ketentuan-ketentuan yang telah ditentukan dengan apa yang dilakukan mitra; 3) mitra yang salah mengelola perusahaannya; 4) ketidakjelasan peraturan; 5) kebijakan yang tiba-tiba timbul; 6) peraturan yang didasarkan pada kepentingan pribadi. Penyebab timbulnya dampak negatif partnership adalah karena legalitas, tata tertib, dan prinsip yang lemah sehingga menyebabkan kesalahan penataan konsep awal partnership. Bentuk dampak negatif atau kerugian dari salah satu bentuk partnership adalah keuntungan yang didapat tidak bisa maksimal. Hal tersebut dapat terjadi apabila partnership yang dilakukan adalah partnership dengan kebijakan profit sharing (pembagian keuntungan) yang tidak seimbang antara pihak-pihak yang bermitra (Fauziyyah, 2014).

Barter sebagai salah satu bentuk partnership

Menurut Taskinsoy (2019) perdagangan barter adalah suatu bentuk pertukaran tanpa penggunaan media moneter seperti koin, uang kertas atau uang elektronik. Secara tradisional, barter merupakan kegiatan tukar menukar barang yang dilakukan oleh dua pihak tanpa menggunakan alat bayar seperti uang. Barter juga sering diartikan sebagai pertukaran dimana suatu barang ditukar dengan barang lain yang memiliki nilai yang setara. Yang menjadi obyek dalam pertukaran ini umumnya adalah barang dengan barang (McVey, 1981).

Masa perdagangan kuno, sistem barter merupakan sebuah fenomena lokal yang turut melibatkan orang-orang kedalam lokasi yang sama. Keuntungan dari dilakukannya sistem barter yaitu bahwa transaksi di dalam dunia perdagangan ini tidak melibatkan uang, dimana anda bisa mendapatkan berbagai pilihan barang yang sedang anda inginkan hanya dengan menukarkannya dengan barang lainnya (Hadikusuma, 1993). Barter merupakan salah satu bentuk nyata pada awal perdagangan system yang satu ini memfasilitasi metode pertukaran barang maupun jasa ketika manusia belum berhasil menemukan uang, namun hingga berkembangnya waktu serta perkembangan zaman mulai berkembang dan juga pertukaran uang sudah mendunia di Indonesia sistem barter ini masih berlaku dikalangan masyarakat pedalaman yang masih memengang erat tradisi sehingga system barter ini

masih berlangsung. Kebanyakan, kesulitan yang dihadapi adalah untuk menemukan orang yang mempunyai barang yang diinginkan dan juga mau menukarkan barang yang dimilikinya. Selain itu, ada juga kesulitan untuk memperoleh barang yang dapat dipertukarkan satu sama lainnya dengan nilai pertukaran yang seimbang atau hampir sama nilainya dan barang yang dibarter tidak dapat dipecah-pecah menjadi satuan kecil untuk membagi nilainya.

METODA

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian adalah usaha produk makanan dan minuman CV Tiga Dewi Ungaran. Sumber data yaitu key informan CV Tiga Dewi Ungaran dan dari distributor CV Tiga Dewi Ungaran.

Key informan yang dimaksud adalah pimpinan, manajer pemasaran, Kabag pembiayaan, karyawan CV Tiga Dewi Ungaran, serta dari mitra distributor. Wawancara ini menggunakan pedoman wawancara tidak terstruktur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Profil Usaha CV Tiga Dewi

CV Tiga Dewi merupakan usaha yang bergerak dalam bidang pemasaran produk makanan dan minuman berlokasi di Ungaran. Berdiri tahun 2012, awalnya memiliki tempat usaha di rumah pemilik CV Tiga Dewi dan menggunakan rumahnya sebagai gudang. Pada mulanya, usaha tersebut hanya memiliki satu tenaga kerja penunggu gudang, belum memiliki tenaga penjual dan pemilik yang mengerjakan pemasaran/penjualan. Perusahaan hanya memiliki satu mobil bak terbuka merk Mitsubishi.

CV Tiga Dewi awalnya tidak memiliki tempat usaha yang memadai. Seiring berjalannya waktu perusahaan berkembang sedikit demi sedikit mampu bersaing dengan perusahaan lain. Adapun visi CV Tiga Dewi adalah mencari untung yang sebesar-besarnya, tanpa mengabaikan kepuasan konsumen dan menjadi berkat bagi sesama dan sekitar. Misinya adalah mengerjakan pendistribusian barang secara fokus, dan memberlakukan sistem kekeluargaan. Dengan berkembangnya usaha, tahun 2013 pemilik memutuskan untuk menyewa gudang di Jl. Sanjaya no 9 Langensari. Jumlah karyawan makin bertambah,

armada bertambah, sales, dan sopir armada juga bertambah hingga saat ini total karyawan berjumlah 42 orang dan sudah memiliki gudang sendiri yang dibeli tahun 2019.

Untuk merespon permintaan konsumen yang semakin meningkat serta meningkatnya intensitas persaingan, CV. Tiga Dewi membuka banyak outlet. Saat ini jumlah outlet yang dimiliki sebanyak 13 tersebar di Jawa Tengah, DIY, dan Jawa Timur. Banyak yang melakukan barter atau beraliansi namun tidak sedikit juga yang merasa bersaing dan berbisnis di bidang yang sama. Tidak sedikit perusahaan dagang yang lain bersaing dengan CV. Tiga Dewi. Seperti salah satunya Puri Makmur Semarang, yang beralamat di kawasan industri Gatot Subroto Semarang. Perusahaan dagang ini menyediakan aneka makanan ringan (taro, mie shoor, piator, ohayo aries, dan lain-lain), minuman (oky jelly drink, teh gelas, yocool, jelly kiko, dan lain-lain), permen (kapal api, kopiko, mintz, kiss, jahe, coklat coin, dan lain-lain), roti (roma kelapa pack, roma malkist abon. tanggo, nabati, dan lain-lain).

Tabel berikut memperlihatkan kelompok produk, jenis produk yang saat ini ditangani oleh CV Tiga Dewi Ungaran dan termasuk nama-nama perusahaan pemasoknya.

Tabel 1: Jenis Produk yang Dijual dan Pemasok

No.	Makanan	Minuman	Permen	Perusahaan Pemasok
1.	Taro	Oky jelly drink	Kapal api	PT Tirta Abadi
2.	Mie shoor	Teh gelas	Kopiko	CV Gemah Ripah
3.	Piator	Yocool	Mintz	PT Permata Indah
4.	Ohayo aries	Jelly kiko	Kiss	CV Gunung Wangi
5.	Roma kelapa pack		Jahe	Pemilik Estu Luwes-Solo
6.	Roma malkist abon.		Coklat coin	PT Tirta Abadi
7.	Tanggo			CV Gemah Ripah
8.	Nabati			PT Permata Indah

CV. Tiga Dewi memperoleh pasokan barang dagangan baik dari pabrikan pengolah produk seperti perusahaan pabrik gula, pabrik coklat, supplier plastic dan supplier esen maupun dari distributor produk makanan ringan/ minuman seperti Semesta Nustra, Selera Makmur Jaya, Bangun Anugrah Persada dan Kuda Mas. Rantai pasok dapat dilihat di lampiran 1. Pabrik-pabrik tersebut melakukan produksi dengan menggunakan metode “production by order” dan “production for stock”. Pada production by order, pabrik ini melakukan proses produksi ketika ada orderan namun ada pula yang memprosesnya untuk memenuhi persediaan (*stock*).

Deskripsi Mitra Distributor (1)Estu Luwes (Solo)

Estu Luwes adalah perusahaan distributor yang menjual produk-produk seperti barang yang di pasok oleh perusahaan delfi (coklat top delfi). Perusahaan ini berlokasi di

Jalan Brigjend Katamso No 179 Mojosongo-Solo dengan jumlah tenaga kerja 42 dan dibagi dengan penjaga toko. Pengelola Estu Luwes yang sekarang yaitu ibu Lusi meneruskan usaha dari ayahnya yang saat ini memberikan seluruh kepercayaan kepada Ibu Lusi. Hubungan bisnis dimulai sejak tahun 2012 dimana CV Tiga Dewi yang awalnya berkerabat baik dengan orang tua Ibu Lusi dan melakukan pembelian mobil box milik ayahnya dan akhirnya semakin baik dan akhirnya menjadi kenal semakin dekat.

CV Tiga Dewi memasok produk ke Estu Luwes seperti chiki taro, sosis vigo dan oky jelly drink. Pada awalnya transaksi hanya sebesar Rp 20.000.000 makin lama makin meningkat dan hingga saat ini pengiriman CV Tiga Dewi bisa mencapai 60.000.000. Dalam satu bulan, transaksi dapat mencapai 2 atau 3 kali. Transaksi barter dimulai sejak tahun 2013 dan berjalan hingga saat ini. Saling bertukar kebutuhan distributor jika tidak memiliki barang mencoba untuk mencari tahu apakah di Estu Luwes tersedia. Jika harga cocok CV Tiga Dewi melakukan penawaran barang yang sekiranya Estu Luwes tidak memiliki, ketika sudah deal (terjadi kesepakatan) untuk jumlah pengambilan barang apa saja dengan jumlah yang sudah di sepakati maka CV Tiga Dewi mengirimkan barangnya ke Estu Luwes dan mengambil barang yang sudah dipesan di Estu Luwes.

Pihak CV Tiga Dewi melakukan pengiriman barang dengan jumlah nota sesuai orderan dari admin Estu Luwes, seperti 100 sosis vigo, 200 taro, dan 100 oky jelly drink dengan total nota 60.000.000, untuk langsung menyelesaikan pembayaran CV Tiga Dewi meminta untuk berbarter saja barang yang tidak dimiliki namun dimiliki Estu Luwes seperti susu clevo, roti padimas dan snack chiki komo dengan jumlah orderan yang mendekati atau lebih, dan akan mentrasfer jika ada yang kurang dari jumlah nota. Kekurangan dari sistem yang dilakukan tidak adanya repeat order ketika tidak membutuhkan sesuatu barang tertentu, sehingga perlu adanya penawaran terlebih dahulu. Untungnya barang yang kita tidak punya lebih sering terpenuhi oleh Estu Luwes dan menambahkan kedekatan antar owner, serta tidak adanya nota over due yaitu nota yang melebihi batas jatuh tempo.

(2) Ida (Magelang)

Dengan Ida Magelang, CV Tiga Dewi awalnya bermitra dengan kakaknya yang bernama Bapak Yusron. Beliau memiliki distributor yang bernama Usaha Lancar dimana hanya melakukan pengiriman saja dan tidak melakukan barter antara distributor, sampai

saat ini masih berekan dan bermitra namun sudah jarang melakukan transaksi dengan Tiga Dewi karena mengurus istrinya yang sedang sakit. Pada awal bermitra dengan Bapak Yusron, CV Tiga Dewi dikenalkan oleh adiknya bernama Ibu Ida yang akhirnya perusahaan CV TD melakukan barter dengan beliau. Bapak Yusron dan Ibu Ida sendiri memegang produk yang sama yaitu OT group, seperti wafer tanggo, fullo, oops. CV Tiga Dewi sudah bermitra dengan Ibu Ida mulai tahun 2013 sudah mulai melakukan pengiriman hanya saja barter dilakukan antar CV Tiga Dewi dan Ibu Ida.

Pengiriman pertama dilakukan oleh CV Tiga Dewi dimana barang yang dikirim merupakan produk dari pabrik Mulyatex seperti coklat coin, coklat stick dan coklat batang yang dikemas dengan harga Rp 500, dengan jumlah nota mencapai 30-50 juta rupiah. Ida Magelang merupakan distributor barang OT group dimana CV Tiga Dewi tidak memiliki barang tersebut dan meminta dari Ida Magelang dengan jumlah orderan yang tidak jauh dari jumlah nota yang dikirimkan kepada Ida Magelang. Untuk Ida Magelang jika CV Tiga Dewi mempunyai kekurangan bayar melakukan pembayaran dengan transfer namun jika Ida Magelang mempunyai kekurangan bayar akan di bawakan sales dan berkunjung seminggu sekali. CV Tiga Dewi sangat diuntungkan dengan adanya mitra bisnis dengan Ida Magelang salah satu distributor OT group dimana bisa memenuhi kebutuhan barang yang tidak dimiliki oleh perusahaan.

(3) Latansa (Kudus)

CV Tiga Dewi bermitra dengan Latansa, Kudus sejak 2014 dimana saat itu jumlah karyawan di CV Tiga Dewi 30 orang dan Latansa sendiri 45 orang. Latansa merupakan distributor produk Kokola group dimana barang yang didistribusikan berupa biskuit 500-5000an. Awal mula CV Tiga Dewi melakukan pengiriman dari produk pabrik Mulyatex hanya berkisar 30-35 juta namun saat ini CV Tiga Dewi sudah melakukan pengiriman dengan quantity yang besar mencapai jumlah nota 90-110 juta, dan sudah melakukan transaksi sebulan dua kali. Jumlah nota tersebut dibarter dengan produk kokola dengan jumlah yang tidak jauh beda dari nota yang dikirimkan CV Tiga Dewi.

Untuk Latansa CV Tiga Dewi melakukan sistem barter yang sama dengan Ida Magelang dimana jika yang kekurangan akan mentransfer dan bisa juga di bawakan oleh sales dengan rute di area tersebut seminggu sekali. Kekurangan dari sistem barter yang dijalankan dengan Latansa adalah jika salesman CV Tiga Dewi tidak

berkunjung ke Latansa maka nota akan di biarkan dan tidak ada yang mengurus, namun karena kedekatan antara owner maka melalui telephon saja sudah bisa untuk di transfer jumlah kekurangannya.

(4)Pulung Sari (Ungaran)

Pihak CV Tiga Dewi bermitra dengan pulung sari yang berlokasi di jalan Karimun Jawa Mijen Ungaran sejak 2012. Saat ini karyawan Pulung Sari 83 orang dan melakukan shift dalam sistem kerja mereka. Pulung Sari melakukan pengambilan barang ke CV Tiga Dewi dikarenakan lokasi yang dekat. Barang yang di ambil oleh Pulung Sari berupa sosis vigo dan beberapa produk dari Makmur Artha sedangkan barang yang di ambil CV Tiga Dewi dari Pulung Sari adalah Deka Pilus dan Deka Crepes Grup barang dari PT Dua Kelinci yang dibawakan saat melakukan pengambilan barang di CV Tiga Dewi.

Untuk transaksi dengan Pulung Sari tidak ada sales yang berkunjung namun transaksi langsung antara admin dan admin melalui telepon dimana jika ada yang selisih dalam jumlah barter melakukan transfer dengan waktu yang ditentukan. Tidak adanya hambatan antara Pulung Sari dan CV Tiga Dewi, dimana semuanya dilakukan layaknya mitra tanpa persaingan karena kedekatan antara owner dan saling melengkapi barang tersebut yang menjadi nilai plus dari sistem barter yang dilakukan.

(5)PT Tubekita (Semarang)

Pihak PT Tubekita sudah bermitra dengan CV Tiga Dewi sejak 2016 dengan jumlah karyawan saat ini mencapai 110 orang dengan beberapa cabang yang mereka miliki dan adanya melakukan produksi pada distributor tersebut yaitu snack tooit. PT Tubekita melakukan partnership barter dengan melakukan pengiriman kepada CV Tiga Dewi dimana awal dari bermitra tanpa melakukan barter yang mana hanya PT Tubekita melakukan pengiriman dengan jumlah nota tertentu. Seiring berlajannya waktu PT Tubekit mulai membuka akses untuk meminta barang dari CV Tiga dewi yang awalnya hanya 100-200 barang dengan jumlah nota berkisar Rp 20.000.000 berkembang hingga saat ini mencapai Rp 60.000.000-80.000.000, dimana barang yang mereka miliki berupa permen milkita dan snack tooit dan melakukan pengiriman ke CV Tiga Dewi. Sedangkan barang yang di ambil oleh PT Tubekita sendiri seperti sosis vigo dan goodtime arnots. Untuk PT tubekita sendiri melakukan pelunasan pembayaran dengan adanya sales yang datang ke kantor CV Tiga Dewi, namun untuk sisa pelunasan barang dari CV Tiga Dewi yang di ambil oleh PT Tubekita biasanya dilakukan proses transfer.

Hambatan yang ditemukan dalam sistem barter bersama PT Tuberkita adalah saat barang yang CV Tiga Dewi minta namun tidak tersedia pad PT Tuberkita sehingga harus menunggu beberapa saat untuk bisa melakukan transaksi (menunggu barang ready). Kelebihannya sendiri sangat banyak dimana ada sales yang mengontrol tanggal nota sehingga tidak terjadinya nota over due atau melebihi tanggal jatuh tempo, serta terpenuhinya barang yang tidak di milik oleh CV Tiga Dewi.

Dari paparan di atas, nampak bahwa transaksi jual beli yang diterapkan oleh CV Tiga Dewi dengan beberapa distributor adalah partnership dimana sistem yang digunakan adalah barter. Barter merupakan kegiatan dagang yang dilakukan dengan cara mempertukarkan komoditi yang satu dengan komoditi lain. Dalam barter terjadi proses jual beli namun pembayarannya tidak menggunakan uang, melainkan menggunakan barang (Riyanti, 2016). Mengambil contoh barter antara UD Tiga Dewi dengan Estu Luwes, yang pertama dilakukan adalah antar distirbutor melakukan pengorderan menggunakan telepon antar pemilik, jika sudah masuk orderan pemilik memasukan orderan tersebut kepada admin (1) untuk disiapkan invoice dimana invoice tersebut digunakan untuk menentukan jumlah barang yang dikirim kepada distibuotr dan mengirimkan orderan ke gudang (2) untuk disiapkan barangnya, setelah barang sudah termuat dalam mobil lalu pengirim mengabil invoice di admin dan melakukan pengiriman ke gudang Estu Luwes (6) dan Estu Luwes menerima barang (5) dan invocie (4).

Kemudian setelah sampai gudang Estu Luwes yang sudah melakukan sama seperti pada proses (1) (2) dimana sebelumnya mereka sudah melakukan pengecekan order dan barang antara admin (8) dimana jika sudah selesai dalam loading barang kemudian pengiriman pulang kembali ke UD Tiga Dewi (7) yang mana setelah sampai di UD Tiga Dewi membongkar barang pada gudang (5) dan memberikan invoce pada admin (3). Terakhir Antar admin saling mengkroscek siapa yang kurang pembayaran antara UD Tiga Dewi atau pihak Estu Luwes (8). Arus kas yang dapat dilihat terjadi pada nomor 1-8, dimana sejak awal sudah adanya proses menawar dan akhirnya melakukan pembelian kemudi di bayar dengan barang yang merupakan permintaan dari distirbutor pengirim. Proses barter yang dilakukan antar distributor menyangkut beberapa barang seperti minuman makanan, permen dan berbagai macam bentuk snack. Proses barter ini di gambarkan di Lampiran 2.

Untuk beberapa kasus yang terjadi pada proses barter yang dilakukan diantaranya kurangnya pembayaran yang kadang tidak tercover karena tidak adanya sales yang arah lokasi distributor tersebut secara continue dalam sepekan maupun dua pekan, keterbatasan

jumlah barang yang tersedia sehingga tidak memenuhi permintaan UD Tiga Dewi dimana menyebabkan terjadinya piutang dagang pada distributor yang bersangkutan.

Dalam proses barter tidak ada distributor yang dirugikan bahkan antar distributor merasa sangat terbantu karena terpenuhinya barang yang mereka tidak miliki. Barter yang dilakukan CV Tiga Dewi meliputi penukaran barang saat CV Tiga Dewi melakukan pengiriman ke distributor yang bersangkutan. Ketika CV Tiga Dewi mengirimkan barang sesuai orderan dari distributor yang bersangkutan pihak admin sudah melakukan perbincangan dengan admin dari distributor yang akan dikirim barang untuk menanyakan adakah barang yang diinginkan dan tidak dimiliki oleh CV Tiga Dewi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dari CV Tiga Dewi lalu dibayarkannya jumlah orderan dengan barang yang diminta.

Dari data yang di dapat bisa disimpulkan bahwa tidak ada kekurangan dalam sistem partnership dimana kedua belah pihak saling diuntungkan dengan tidak dimilikinya sebuah barang namun dapat dilengkapi dengan distributor lain. Tidak menutup kemungkinan untuk distributor lain bekerjasama dimana jika barang tersebut belum dimiliki oleh CV Tiga Dewi. Dalam masalah pembayara pun tidak menjadi masalah karena yang melakukan sistem barter adalah distributor yang memang sudah kenal dengan CV Tiga Dewi sehingga saling membantu dan saling menguntungkan.

Hambatan Penerapan Strategi Barter

Partnership dalam pemasaran memiliki beberapa hambatan yang berpotensi merugikan salah seorang distributor karena tidak adanya komitmen mitra. Kondisi ini menyebabkan retaknya partnership. Hambatan lain adalah barang dari partner tidak sesuai yang diminta, barang kosong, varian barang yang di barter tidak banyak. Selain itu, hambatan utama adalah sulitnya memperoleh harga yang pas, yang dianggap sesuai oleh kedua belah pihak.

Oleh karena itu untuk melakukan partnership, CV Tiga Dewi mengutamakan partner yang mempunyai visi dan misi yang sama untuk menghindari terjadinya konflik. Dengan mempunyai nilai yang sama, mereka dapat saling membantu satu sama lain. Memilih orang yang "Get-it", yang artinya orang yang serius tentang tujuan mereka dan serius tentang kesuksesan. Mereka tidak memperlakukan hidup dengan santai atau membuang waktu untuk hal-hal yang kurang bermanfaat. Memilih orang yang berkompeten di bidangnya, memiliki standar moral yang tinggi, sehingga akan membuat seseorang menjadi pengusaha yang beretika. Selain itu mampu saling mengisi dan melengkapi, mampu

bersikap tenang dan mampu memotivasi, memiliki keinginan yang kuat untuk terus belajar, serta jujur dan dapat dipercaya.

PEMBAHASAN

Strategi partnership yang diterapkan oleh CV Tiga Dewi pada usaha makanan dan minuman tidak sembarangan melainkan melalui berbagai pertimbangan yang matang. Dalam memilih partner, CV Tiga Dewi memilih partner yang benar-benar memiliki integritas, mampu menjaga komitmen, dan jujur. Cara CV Tiga Dewi dalam memilih partnership yaitu perusahaan yang dijadikan partnership memiliki barang yang dicari, harga barangnya dikenal murah, produk-produknya sedang dimintai konsumen. Perusahaan tersebut juga mau mengambil barang dari CV Tiga Dewi, pembayarannya kontan atau tukar menukar barang. Perusahaan itu tidak sulit dalam melakukan pembayaran, CV Tiga Dewi sudah mengenal perusahaannya tersebut sebelumnya (mengetahui rekam jeaknya), tidak ada stigma negatif dan dapat dijangkau.

CV Tiga Dewi dalam memilih suatu perusahaan untuk dijadikan partnership lebih dulu sudah ada hubungan yang baik sehingga mengenal perjalanan, pertumbuhan dan perkembangan atau rekam jejak perusahaan yang akan dijadikan partner. Hal itu dilakukan CV Tiga Dewi dengan cara menyerap berbagai informasi dari beberapa pihak yang mengenal perusahaan tersebut. Jika suatu perusahaan salah dalam memilih partner maka bukan untung yang didapat melainkan kerugian baik material maupun kredibilitas perusahaan. CV Tiga Dewi dalam membangun partnership akan memilih suatu perusahaan menjadi partner setelah ada konsensus untuk berkomitmen membangun kerjasama dalam mengembangkan dan memperkuat kedudukan suatu perusahaan, hal ini sesuai dengan rumusan dari Osterwalder & Pigneur (2011) partnership adalah perjanjian formil di antara dua atau lebih perusahaan terpisah di mana di dalamnya ada konsensus dan kerjasama dalam mengembangkan dan memperkuat kedudukan suatu perusahaan.

Resource Dependency (Glaister, Keith & Buckley, 2016). Menurut teori ini, perusahaan memiliki keterbatasan dalam sumber daya, oleh karena itu harus berpartnership untuk mengakses sumber daya utama. Dengan menjalin “partnership”, perusahaan pada dasarnya tidak hanya mendapat akses terhadap sumber daya utama akan tetapi juga mendapatkan pengetahuan dan kemampuan yang menjadi sumber daya penting bagi perusahaan dalam upayanya untuk unggul di industrinya. Organizational Learning. Menurut teori ini, “partnership” akan mendorong, memacu dan merangsang proses belajar

serta media pembelajaran. Pengetahuan menjadi sarana untuk mempertahankan dan mendapatkan kompetensi (Kogut, 2018). Via “partnership”, perusahaan dapat memperoleh pengetahuan yang vital sebagai sumber daya utama pencapaian keunggulan daya saing (Nielsen, 2015). *Strategic Behavior*. Menurut teori ini, perusahaan melakukan partnership karena mereka yakin moda ini akan memberikan kemampuan untuk mencapai tujuan-tujuan strategiknya (Kogut, 2018).

SIMPULAN

1. Strategi partnership dalam bentuk barter diterapkan CV Tiga Dewi Ungaran dalam interaksi bisnisnya dengan distributor lain yang sejenjang. Selain mengatasi kendala uang tunai, barter juga meningkatkan penjualan. Cara ini memungkinkan perusahaan untuk menembus pasar.
2. Cara CV Tiga Dewi dalam memilih mitra dalam barter yaitu perusahaan memiliki barang yang dicari, harga barangnya dikenal murah, dan produk-produknya sedang diminati konsumen. Selain itu, perusahaan tersebut juga mau mengambil barang dari CV Tiga Dewi, dengan pembayaran kontan atau tukar menukar barang.
3. Hambatan yang dihadapi oleh CV Tiga Dewi Ungaran dalam penerapan strategi partnership barter adalah barang dari partner tidak sesuai yang diminta, barang kosong, varian barang yang di barter tidak banyak, sulitnya memperoleh harga yang pas dan sesuai bagi kedua belah pihak.

Saran

Proses administrasi yang dilakukan dalam kemitraan barter dari CV. Tiga Dewi masih tradisional sehingga membutuhkan waktu lama untuk kesepakatan. Untuk itu bisa dikembangkan sistem informasi yang nge-link dengan mitra distributor.

Keterbatasan Penelitian

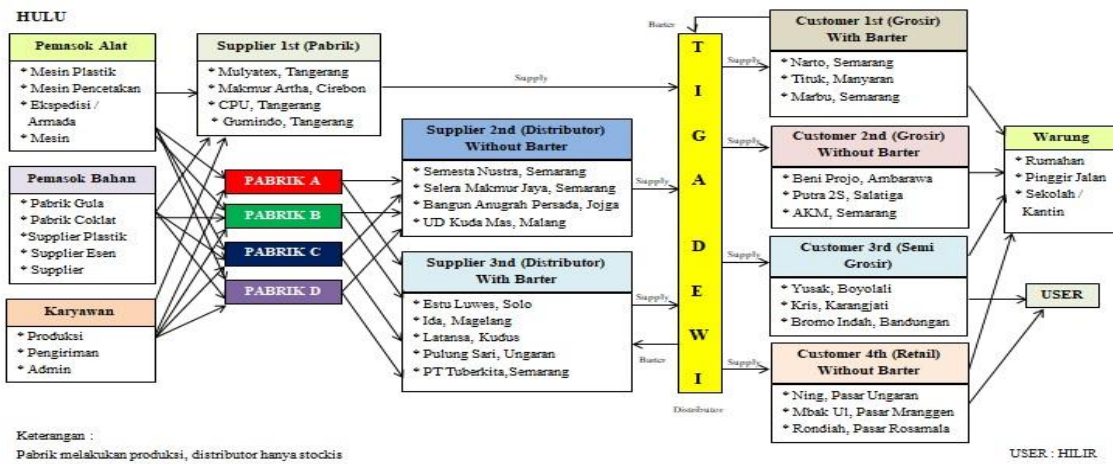
Key informan dari mitra usaha hanya satu orang.

DAFTAR PUSTAKA

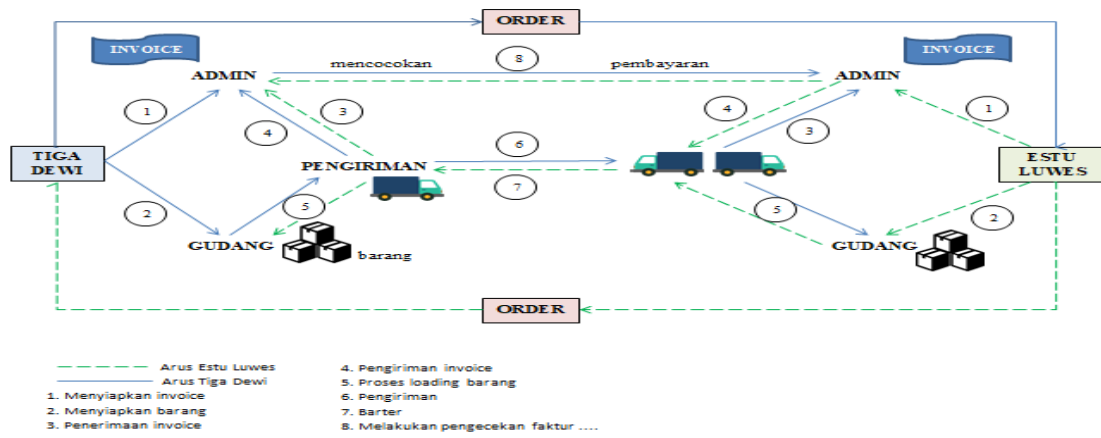
- Anoraga, Pandji, dan J. S. 2015. *Bisnis Modern*, Jakarta: Pustaka Jaya.
- Astuti, R. V., & Suminar, T. 2018. Model Kemitraan Desa Vokasi. 13(2), 54–62.
- Bungin, B. 2017. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. 2015. *Qualitative Inquiry and Research Design Chosing Among Five Approaches*. London: Sage Publications.

- Dwi, R. 2018. Pengembangan Key Resources Dan Key Partnership dalam Aktivitas Bisnis Industri Kreatif UKM Garuda Jaya Malang. *Cakrawala*, 12(1).
- Fauziyyah. 2014. Pemasaran dalam Kemitraan Bisnis : Perspektif Manajer di Sembilan Perusahaan (Marketing in Business Partnership : The Manager ' s Perspective in Nine Companies).
- Feng, F., & Xiong, L. 2011. Research on Marketing Strategies on Existing Line in Cargo Transport Market under the Separation of Passenger and Freight Traffic in China. *International Journal of Business and Management*, 6(9),
- Glaister, Keith & Buckley, P. 2016. Strategic motives. *Journal of Management Studies*, May, 301–332.
- Guo, Y. 2017. Mass Customization Marketing Strategies for China Railway Freight Transportation Service. *International Journal of Marketing Studies*, 2(1), 104–109.
- Hadikusuma, H. 1993. *Sejarah Barter*. Citra Aditya Bhakti.
- Hagedoorn, J. 2016. Understanding the cross-level embeddedness of interfirm partnership formation. *Academy of Management Review*, 31(3), 670–680.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Jane, O., & Parahyangan, U. K. 2011. Analisis Potensi Partnership Sebagai Moda Untuk Meningkatkan Kapabilitas Inovasi Dan Teknologi. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 7(2), 192–205.
- Kogut, B. 2018. Joint ventures: Theoretical and empirical perspectives. *Strategic Management Journal*, 9(4), 319–332.
- McVey, T.B. 198. Countertrade and Barter: Alternative Trade Financing by Third World Nations, *The International Trade Law Journal* 6 (2) ; 197 -220
- Miles, M. 2014. *Qualitative Data Analysis: a methods Sourcebook*. Arizona State University. Edition., — Third.
- Mohr, S. 2015. Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques. *Strategic Management Journal*, 53(9), 1689–1699.
- Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nielsen, B. B. 2015. The role of knowledge embeddedness in the creation of synergies in strategic alliances. *Journal of Business Research*, 58(9 SPEC. ISS.), 1194–1204.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2011. Aligning Profit and Purpose through Business Model Innovation. *Responsible Management Practices for the 21st Century*, 61–75.
- Suharsimi, A. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Surahmad, W. 2014. *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah, Dasar Metoda Teknik*. Edisi 7, Bandung: Tarsito.
- Taskinsoy, J. 2019. The transition from Barter Trade to Impediments of the Dollar System : One Nation, One Currency and One Monopoly. *SRRN, Electronic journal*.

LAMPIRAN 1., SUPPLY CHAIN



LAMPIRAN 2 : SAMPLE ARUS BARTER DAN KAS



STRATEGI PENGELOLAAN TECHNOSTRESS GURU PADA MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU

Ikhsan Drajad

Aji Wicaksono

Agus Sugiarto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This research is focused on teachers at SMP N 4 Salatiga , one of the schools that conducts work from home activities, to ascertain teacher stress management strategies. This research processed primary data obtained by interviewing 5 research informants. The 5 research informants were chosen because they had experienced technostress. This research is a qualitative exploratory research. The results of this research indicate that the teacher performs stress management using short-term and long-term methods. Short-term strategies undertaken by the teacher such as washing face with water, drinking enough water, stretching, getting enough rest, etc. Meanwhile, the long-term strategy carried out by the teacher are worshipping according to their respective religions and doing physical activities such as sports, gymnastics, walking to keep their mental condition healthy.

Keywords: *Technostress; Adapting to the new normal; stress management strategies*

Abstrak

Penelitian ini difokuskan guru di SMP Negeri 4 Salatiga, salah satu sekolah yang melakukan kegiatan work from home, untuk mengetahui strategi pengelolaan stres guru. Penelitian ini mengolah data primer yang didapatkan dengan wawancara kepada 5 informan penelitian. Dipilihnya 5 informan penelitian tersebut karena telah mengalami technostress. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif eksploratif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa guru melakukan pengelolaan stres menggunakan metode jangka pendek dan jangka panjang. Strategi jangka pendek yang dilakukan oleh guru seperti membasuh muka dengan air, meminum air putih yang cukup, melakukan peregangan, istirahat yang cukup, dll. Sedangkan strategi untuk jangka panjang yang dilakukan oleh guru yaitu rajin melakukan ibadah dan aktivitas fisik seperti olahraga, senam, dan jalan kaki untuk menjaga kondisi kejiwaan mereka tetap sehat.

Kata Kunci: *Technostress; Adaptasi kebiasaan baru; Strategi Pengelolaan Stres*

212017208@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap jalannya lembaga pendidikan. Salah satu sumber daya manusia yang sangat berpengaruh terhadap jalannya lembaga pendidikan adalah guru. Guru menjalankan peran sebagai fungsi jabatan dan mengajar di sekolah. Seorang guru memikul tanggung jawab moral dan kewajiban yang besar, karena guru memiliki peran besar dalam mencetak sumber daya manusia. Kehidupan seorang guru tidak dapat dilepaskan dari masalah kerja. Masalah yang dialami bisa dalam bentuk fisik maupun psikis, maka perlu diperhatikan tingkat stres kerja yang terjadi pada seorang guru. Tingkat stres kerja yang dialami seorang guru dapat mengganggu kinerja mereka dalam mengajar ataupun menjalankan peran lainnya di sekolah. Karena stres yang terlalu besar dapat mengancam kemampuan seseorang dalam menghadapi lingkungan (Triana & Fachrury, 2019).

Saat ini penggunaan teknologi dalam dunia pendidikan sudah banyak digunakan sebagai alat bantu mengajar. Menurut (Setyadi & Taruk, 2019) teknologi dapat berdampak baik maupun dampak buruk terhadap pekerjaan dan kehidupan manusia. Banyak guru yang merasa bingung dengan teknologi yang rumit saat ini. Agar mereka dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi mereka menyisihkan waktu untuk belajar. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi psikologis yang menimbulkan stres terhadap teknologi (*technostress*).

(Prayatna & Subudi, 2016) mengatakan bahwa stres adalah tekanan emosional seseorang yang sedang menghadapi masalah besar dan hambatan yang mempengaruhi emosi, pikiran, dan kondisi fisik seseorang dan menyebabkan ketegangan. Munculnya stres terjadi apabila karyawan tidak mampu memenuhi tuntutan-tuntutan pekerjaan (Murni et al., 2019). Karyawan yang menimbulkan gejala-gejala stres dapat mengganggu pelaksanaan kerja mereka. *Technostress* merupakan ketidakmampuan seseorang untuk menggunakan teknologi secara efektif (Özgür, 2020).

Pada masa pandemi Covid-19 terjadi perubahan yang sangat signifikan pada keadaan di tengah masyarakat dan kehidupan kerja. Pekerjaan guru juga tak lepas dari dampak yang diakibatkan pandemi tersebut. Guru-guru saat ini dituntut untuk bekerja dan mengajar di rumah dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana mengajar. Masalah ditempat kerja yang semakin beragam menjadi tantangan yang membuat stres kerja hampir tidak mungkin dihindari (Oemar & Gangga, 2017). Guru dituntut untuk cepat beradaptasi dengan metode bekerja yang baru tersebut. Perubahan lingkungan kerja, cara mengajar,

cara bekerja, adaptasi terhadap teknologi akan mempengaruhi tingkat stres pada guru. Perubahan tersebut juga dialami guru-guru pada SMP Negeri 4 Salatiga. Saat ini terjadi perubahan cara mengajar yaitu melalui *online*. Guru yang kurang pengalaman dan pengetahuan terhadap teknologi untuk menunjang kelas *online* menyebabkan guru mengalami *technostress*.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Suryanto & Sasi, 2017) dilakukan pada masa normal yang tidak memerlukan teknologi saat berinteraksi sedangkan penelitian ini dilakukan pada saat pandemi sehingga informan melakukan pekerjaan dari rumah yang mengharuskan menggunakan teknologi saat berinteraksi. Dari hasil studi pendahuluan (Suryanto & Sasi, 2017) melakukan penelitian ke pustakawan yang mengalami *technostress* sedangkan penelitian ini berfokus kepada guru yang mengalami *technostress*.

Permasalahan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu “Bagaimana strategi mengelola dan gejala *technostress* pada guru SMP Negeri 4 Salatiga?”. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dari segi teoritis, yaitu penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan tentang *technostress*. Sedangkan dari segi praktis, yaitu hasil penelitian ini digunakan sebagai salah satu rujukan oleh guru dan pimpinan sekolah dalam upaya mengelola dan mengendalikan *technostress* pada guru di SMP Negeri 4 Salatiga. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya.

Kajian Pustaka WFH, Adaptasi Kebiasaan Baru, dan *Technostress*

Menurut (Mungkasa, 2020) sebagian besar negara di seluruh dunia mulai melakukan adaptasi kebiasaan baru yaitu menerapkan Protokol Covid-19 seperti mencuci tangan, menggunakan masker, menjaga jarak, meminimalisir pertemuan dan berkumpul, serta membatasi kegiatan di luar rumah, melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan *lockdown* yang telah dianjurkan oleh *World Health Organization* (WHO). Akibat dari pemberlakuan PSBB membuat sebagian besar kantor melakukan kebijakan *Work from home* (WFH).

Work from home (WFH) merupakan konsep dimana karyawan dapat melakukan pekerjaannya dari rumah secara fleksibel dalam hal jam kerja (Ratriani, 2020). WFH menjadi kebiasaan baru perusahaan untuk mempekerjakan karyawan di rumah untuk menghindari resiko kesehatan yang timbul. Penerapan WFH dinilai efektif untuk pencegahan penularan Covid-19 sekaligus tetap menjalankan bisnis. Tetapi pelaksanaan

WFH tidak dapat seluruhnya diterapkan pada setiap pekerjaan. Pekerjaan yang berada di lapangan tidak bisa melakukan pekerjaan dari rumah. Jenis pekerjaan yang dapat dikerjakan dari rumah secara daring meliputi *meeting*, *interview*, reporting internal, payment dan pekerjaan sejenisnya (Immanuel, 2020).

Dunia pendidikan tak luput dari dampak yang diakibatkan dari pandemi Covid-19. Kegiatan belajar mengajar dilakukan dari rumah memanfaatkan teknologi. (Harususilo, 2020) menjelaskan adanya penghentian sementara kegiatan belajar mengajar secara tatap muka di sekolah dan universitas di daerah terkena pandemi Covid-19. Guru dan staf kependidikan dapat menggunakan teknologi untuk menyelesaikan administrasi mereka. Hal ini sejalan dengan Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (Menpan) Nomor 19 Tahun 2020 yang berisikan tentang penyesuaian sistem kerja selama masa pandemic Covid-19 (del/HUMAS MENPANRB, 2020).

(Tahir, 2018) stres merupakan suatu keadaan dimana kondisi fisiologik atau psikologik seseorang terkena gangguan yang menyebabkan terjadi ketegangan dan memunculkan perilaku yang menyimpang baik secara fisik, sosial, atau psikis. Faktor-faktor yang dapat memicu hal tersebut misalnya hubungan atasan dengan bawahan yang kurang serasi dan peran yang tidak jelas, beban kerja yang terlalu berat, pekerjaan yang terlalu sedikit. Stres adalah hal yang wajar dialami oleh manusia yang terdampak dari faktor kondisi dalam diri sendiri ataupun dari luar diri manusia. Sifat dari stres sendiri kadang naik bahkan kadang turun tergantung dari kondisi kerja yang sedang dialami.

Technostress disebut penyakit modern, yang disebabkan oleh ketidakmampuan seseorang dalam menangani atau mengolah teknologi informasi komputer secara sehat (Ishola, Obasi, Olugbenga, & Oluwole, 2019). Peningkatan stres dalam lingkungan kerja yang terkomputerisasi disebabkan oleh beban kerja yang semakin berat. (Suryanto & Sasi, 2017) menjelaskan lingkungan organisasi, faktor penyebab *technostress* adalah upaya individu untuk berupaya mengikuti perkembangan teknologi komputer dan perubahan yang terkait dengan kebutuhan fisik, sosial, dan kognitif yang digunakan. Hasil *technostress*, seperti ketidakpuasan, kelelahan, kecemasan, dan kerja berlebihan dapat berdampak negatif pada produktivitas individu.

(Setyadi & Taruk, 2019) menyatakan ada beberapa faktor memicu terjadinya *technostress* yaitu (1) *Techno Invasion* merupakan kondisi stres dimana pengguna teknologi selalu merasa tersambung dengan teknologi menyebabkan urusan kerja dan urusan pribadi tidak jelas; (2) *Techno Overload* merupakan kondisi stres dimana pengguna teknologi

dipaksa bekerja dengan cepat dalam jangka waktu yang lama; (3) *Techno Complexity* merupakan kondisi stres dimana pengguna teknologi merasa kurang memiliki kemampuan dalam penggunaan teknologi; (4) *Techno Insecurity* merupakan situasi yang menegangkan dimana pengguna teknologi akan terancam karena akan tergantikan dengan orang lain yang memiliki keterampilan lebih baik; (5) *Techno Uncertainty* merupakan kondisi stres dimana pengguna teknologi terganggu karena adanya perkembangan yang sangat cepat.

(Suryanto & Sasi, 2017) menyatakan berikut strategi guru untuk menangani *technostress*, metode ini merupakan metode yang konstruktif karena memberikan pendekatan yang efektif dan realistis. Metode yang dapat digunakan antara lain: 1) Metode pengelolaan *technostress* jangka panjang antara lain: a) Mengekspresikan perasaan dan pengalaman yang dialami dengan orang lain tentang masalah dan situasi yang dihadapi, b) Mencoba mencari informasi lebih lanjut tentang teknologi, dapat dilakukan dengan belajar sendiri tentang penggunaan teknologi, c) Melakukan latihan fisik untuk mengurangi ketegangan dan masalah, misalnya melalui olahraga, meditasi, yoga dan lain sebagainya, d) Belajar dari pengalaman guru lain yang pernah mengalami *technostress* sebelumnya, sehingga dapat mengambil pelajaran tentang bagaimana menghadapi tekanan dan menyelesaikan masalah tersebut; 2) Metode pengelolaan *technostress* jangka pendek, metode ini cukup efektif dalam mengatasi stres untuk sementara, tetapi tidak lama. Contohnya: a) Fantasi dan melamun, b) Cobalah untuk melihat situasi yang tidak menyenangkan dengan cara yang lucu. c) Jangan ragu dan pastikan semuanya kembali normal, d) Banyak tidur, menangis, dan merokok, e) Sementara beralih ke kegiatan lain yang tidak berhubungan langsung dengan teknologi, untuk melupakan sejenak masalah yang kita hadapi.

(Murni et al., 2019) menyatakan berbagai strategi untuk mengelola *technostress* yang digunakan individu antara lain (1) *Logical analysis*: upaya kognitif untuk memahami stres dan mempersiapkan mental terhadap stressor dan konsekuensinya; (2) *Positive reappraisal*: menganalisis dan menyesuaikan upaya kognitif masalah secara aktif, sambil terus menerima kenyataan; (3) *Seeking guidance and support*: upaya perilaku mencari informasi, bimbingan, dan dukungan; (4) *Problem solving*: upaya untuk bertindak langsung untuk mengatasi masalah; (5) *Cognitive avoidance*: upaya kognitif untuk menghindari memikirkan masalah; (6) *Acceptance-resignation*: upaya kognitif untuk menanggapi masalah dengan menerimanya; (7) *Alternative rewards*: upaya perilaku untuk melakukan

aktivitas pengganti dan menciptakan sumber kepuasan baru; (8) *Emotional discharge*: upaya perilaku untuk mengurangi stres dengan mengekspresikan emosi negatif.

(Tahir, 2018) menyatakan bahwa gejala stres dapat dirasakan atas dasar faktor-faktor yang menunjukkan perubahan fisiologis, psikologis dan sikap. 1) Perubahan fisiologis yang ditandai dengan gejala seperti merasa pusing, kehabisan tenaga, lelah/ letih, dan gangguan pencernaan; 2) Perubahan psikologis ditandai dengan kecemasan yang berkepanjangan, sulit tidur, dan sesak napas; 3) Perubahan sikap, seperti keras kepala, mudah tersinggung dan tidak puas dengan apa yang telah dicapai. Dengan demikian, stres menjadi salah satu faktor yang menyebabkan penurunan kinerja dalam memenuhi tugas dan kewajiban di perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksploratif kualitatif untuk mengetahui strategi pengelolaan *technostress* guru SMP Negeri 4 Salatiga. Metode penelitian eksploratif merupakan studi penjajakan, terutama sekali dalam pemantapan konsep yang akan digunakan dalam ruang lingkup penelitian yang lebih luas dengan jangkauan konseptual yang lebih besar (Yusuf, 2016) . Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diambil melalui wawancara semi struktural dengan guru SMP Negeri 4 Salatiga. Peneliti melakukan wawancara kepada 5 orang guru yang mengalami *technostress*. Kelima guru tersebut yaitu informan 1 bernama Muhamad Fadchurrohman selaku guru mata pelajaran olahraga berusia 26 tahun dan lama bekerja 1 tahun; informan 2 bernama Agus Triyanta selaku guru mata pelajaran olahraga berusia 57 tahun dan lama bekerja 22 tahun; informan 3 bernama Eulis Wahyuni selaku guru mata pelajaran bahasa indonesia, berusia 55 tahun dan lama bekerja 34 tahun; informan 4 bernama Umi Hanik selaku guru mata pelajaran agama islam, berusia 52 tahun dan lama bekerja 21 tahun; informan 5 bernama Markuwati selaku guru mata pelajaran bahasa jawa berusia 49 tahun dan lama bekerja 20 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Informan 1 mengatakan,

“Selama proses pembelajaran jarak jauh menggunakan teknologi secara online, saya merasakan gejala-gejala pusing kepala di bagian belakang hingga ke leher”, ucap informan ketika ditanya mengenai gejala *technostress* yang dialami.

Strategi yang digunakan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka pendek menurut beliau dengan cara,

“Saya membasuh muka dengan air, minum air putih yang cukup, melakukan peregangan dan istirahat yang cukup. sedangkan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka panjang dengan cara menyiapkan urutan kegiatan yang akan dilakukan, menjaga pola makan, rutin melakukan olahraga dan melakukan ibadah agar kondisi rohani tenang”.

Informan 2 mengatakan,

“Saya merasakan kebingungan dalam melaksanakan pembelajaran secara online dan dampak lain dari work from home mudah lelah, mudah tersinggung, susah untuk tidur sehingga menimbulkan gejala stres”.

Strategi yang dilakukan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka pendek menurut beliau,

“Saya mengatasi tekanan stres dengan istirahat, menjauhkan benda-benda elektronik seperti laptop, komputer, melakukan jalan-jalan di sekitar rumah, melakukan olahraga ringan seperti stretching, makan dan minum yang menjadi favorit saya, melakukan beternak seperti memelihara ikan, memelihara burung, sedangkan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka panjang saya biasanya mendatangi ahli jiwa bila merasakan stres dan kesulitan dalam melakukan aktifitas sosial.”

Informan 3 mengatakan,

“Saya mengalami selama proses pembelajaran online pusing, karena saya tidak menguasai teknologi yang digunakan saat bekerja, saya juga mengalami mata pedih, karena terlalu lama bekerja menggunakan teknologi saat di depan layar monitor ataupun smartphone.

Strategi yang digunakan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka pendek menurut beliau,

“Ketika saya sudah merasakan pusing saya akan menghentikan aktifitas yang berhubungan dengan teknologi, saya juga melakukan istirahat atau melakukan jeda dengan

melakukan aktivitas yang lain seperti melakukan peregangan tubuh agar rileks, sedangkan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka panjang dengan cara olahraga seperti jalan kaki dan senam agar kesehatan jiwa dan raganya tidak mudah terserang stres, saya juga mengikuti pelatihan pembelajaran daring dan sering berkolaborasi bersama teman sesama guru mata pelajaran untuk meminimalisir stres yang saya alami.”

Informan 4 mengatakan,

“Saya mengalami pusing saat bekerja menggunakan teknologi karena saya kurang menguasai teknologi”.

Lantaran belum memiliki cukup waktu untuk beradaptasi dengan metode pembelajaran yang baru, hal ini yang menyebabkan informan belum terlalu menguasai teknologi baru tersebut.

Strategi yang dilakukan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka pendek menurut beliau,

“Ketika saya mengalami stres saya akan mencoba tidur, dengan melakukan tidur ini pikiran saya akan segar kembali dan stres yang dialami akan berkurang.”

Sedangkan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka panjang dengan cara,

“Saya akan meminta teman untuk mengajari saya dalam menguasai teknologi, menurut saya jika saya kemampuan teknologi saya meningkat maka rasa stres terhadap teknologi akan berkurang.”

Informan 5 mengatakan,

“Saya merasakan dua gejala stres saat melakukan pekerjaan secara work from home dalam menggunakan teknologi yaitu merasa mudah merasa lelah baik tubuh dan pikiran.”

Menurut informan *work from home* membuatnya kurang bergerak karena harus bekerja di depan layar monitor dan suasana yang membosankan membuat pikirannya mudah lelah. Strategi yang dilakukan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka pendek menurut beliau,

“Saya seringkali menjauhkan diri dari teknologi dan beristirahat dari aktivitas menggunakan teknologi.”

Sedangkan untuk mengatasi tekanan stres dalam jangka panjang dengan cara,

“Saya melakukan usaha dengan meminta pelatihan dari teman mengenai penggunaan teknologi yang digunakan dalam kegiatan bekerja dan mengajar.”

Pembahasan

Dari kelima pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa gejala stres yang telah dialami oleh guru SMP Negeri 4 Salatiga selama diadakan pembelajaran jarak jauh menggunakan teknologi secara *online* yaitu guru-guru merasakan perubahan fisiologis yang ditandai gejala seperti merasakan pusing kepala di bagian belakang hingga ke leher karena terlalu lama berada di depan laptop, dan tidak menguasai teknologi yang digunakan untuk bekerja, pusing juga diakibatkan karena terlalu lama bekerja menggunakan teknologi terutama saat didepan layar monitor ataupun *smartphone*, perubahan fisik yang disebutkan sama dengan penelitian Tahir (2018). Perubahan psikologis yang ditandai gejala seperti mudah tersinggung, susah untuk tidur yang disebabkan karena stres akibat terlalu lama bekerja menggunakan teknologi terutama saat didepan layar monitor ataupun *smartphone*, perubahan fisik yang disebutkan berkaitan dengan penelitian Tahir (2018). Perubahan sikap yang ditandai gejala seperti marah yang disebabkan stres karena mudah tersinggung dan tidak puas akan hasil yang diperoleh karena guru tersebut kurang menguasai teknologi, hal tersebut sama dengan hal yang disebutkan oleh (Tahir, 2018).

Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan kelima informan yaitu pengelolaan stres yang dilakukan oleh kelima guru SMP Negeri 4 Salatiga menggunakan metode jangka pendek dan jangka panjang. Metode ini sama dengan yang dikemukakan oleh (Suryanto & Sasi, 2017), metode jangka panjang dan jangka pendek sangat efek dan realistis. Metode jangka pendek yang dilakukan oleh guru SMP 4 Negeri Salatiga untuk mengelola stres mereka yaitu dengan cara banyak minum air putih, melakukan istirahat, menjauhkan diri dari teknologi, dan tidur. Guru-guru seringkali melakukan hobi mereka saat mengalami stres akibat teknologi. Hal tersebut sesuai dengan teori *alternative rewards*, yaitu berusaha melakukan aktivitas pengganti dan menciptakan sumber kepuasan baru (Murni et al., 2019). (Suryanto & Sasi, 2017) menyatakan metode jangka pendek efektif untuk mengatasi stres untuk sementara, tetapi tidak lama. Beberapa hal yang dilakukan guru SMP Negeri 4 Salatiga sama dengan yang dikemukakan (Suryanto & Sasi, 2017), ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengelola stres yaitu dengan melakukan kegiatan lain yang tidak berhubungan langsung dengan teknologi dan tidur untuk melupakan sejenak masalah yang dihadapi. Perbedaannya guru SMP Negeri 4 Salatiga juga melakukan hobi yang mereka sukai untuk menghilangkan stres sementara. Dalam jangka panjang guru SMP Negeri 4 Salatiga rajin melakukan ibadah dan aktivitas fisik seperti olahraga, senam, dan jalan kaki untuk menjaga kondisi kejiwaan mereka tetap sehat. Guru-guru SMP Negeri 4

Salatiga juga menerapkan teori) *seeking guidance and support* yang dikemukakan oleh (Murni et al., 2019) yaitu berusaha menaikkan kemampuan mereka dalam penggunaan teknologi seperti meminta diajari oleh teman, mengikuti pelatihan teknologi, dan melakukan kolaborasi dengan guru mata pelajaran yang sama dan lebih menguasai teknologi. Guru SMP Negeri 4 Salatiga juga melakukan konsultasi pada ahli kejiwaan jika stres yang mereka alami sudah sangat tinggi. Beberapa hal yang dilakukan oleh guru SMP Negeri 4 Salatiga sesuai dengan yang dikemukakan oleh peneliti terdahulu. (Suryanto & Sasi, 2017) menjelaskan metode jangka panjang dapat dilakukan dengan mencoba mencari informasi dan belajar terkait teknologi dan melakukan latihan fisik untuk mengurangi ketegangan.

Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran

Berdasarkan penelitian tentang strategi pengelolaan technostress pada guru yang dilakukan di SMP Negeri 4 Salatiga dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pelaksanaan pembelajaran jarak jauh melalui teknologi atau disebut daring sebagai adaptasi kebiasaan baru baik mengalami perubahan budaya yang dapat mengakibatkan guru stres. Karena guru yang mengajar kurang paham dalam menggunakan teknologi berupa komputer atau *smartphone*, maka dapat menimbulkan gejala-gejala stres yang dialami oleh guru seperti mudah tersinggung, tubuh mudah lelah, rasa pusing, susah untuk tidur. Beberapa guru melakukan strategi pengelolaan stres jangka lama dan jangka pendek. Strategi jangka pendek yang dilakukan oleh guru seperti membasuh muka dengan air, meminum air putih yang cukup, melakukan peregangan, istirahat yang cukup, dll. Sedangkan strategi untuk jangka panjang yang dilakukan oleh guru yaitu rajin melakukan ibadah dan aktivitas fisik seperti olahraga, senam, dan jalan kaki untuk menjaga kondisi kejiwaan mereka tetap sehat.

Serupa dengan penelitian kualitatif lainnya, hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi. Peneliti mengandalkan metode wawancara daring sebagai sumber informasi utama dalam penelitian ini. Peneliti kesulitan melakukan pertemuan tatap muka dengan narasumber sehingga wawancara hanya dilakukan secara daring. Kendala utama penelitian ini yaitu tidak bisa melakukan pertemuan tatap muka, sehingga peneliti tidak dapat melakukan observasi pada guru yang mengalami *technostress*. Karena di masa pandemi covid-19 sulit untuk melakukan pertemuan langsung.

Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar melakukan observasi secara langsung proses penggunaan teknologi guru yang mengalami *technostress*. Hal ini

dilakukan agar informasi yang didapatkan lebih detail dan lengkap. Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi berorientasi *profit*.

DAFTAR PUSTAKA

- del/HUMAS MENPANRB. (2020). Pemerintah Perpanjang ASN Bekerja di Rumah (WFH). Retrieved from menpan.go.id website: <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/pemerintah-perpanjang-asn-bekerja-di-rumah-wfh>
- Harususilo, Y. E. (2020). Nadiem Ajak Guru dan Dosen Juga “Work from Home”, Mengajar dari Rumah. *Kompas.Com*, p. 1. Retrieved from <https://www.kompas.com/edu/read/2020/03/20/145705271/nadiem-ajak-guru-dan-dosen-juga-work-from-home-mengajar-dari-rumah>
- Imanuel, J. (2020). Merumuskan Definisi WFH dalam UU Tenaga Kerja. *Detiknews*, p. 1. Retrieved from <https://news.detik.com/kolom/d-5172420/merumuskan-definisi-wfh-dalam-uu-tenaga-kerja>
- Ishola, A. A., Obasi, C. C., Olugbenga, & Oluwole, J. (2019). *Development and validation of computer induced distress and factors influencing technostress among ICT users*. 62(58). <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/pcr.1291>
- Mungkasa, O. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 126–150. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119>
- Murni, S. W., Nurdin, S., & Nurbaity. (2019). Identifikasi Masalah Stres Kerja Karyawan Dan Upaya Penanggulangannya (Studi pada PT. PLN (Persero) Area Banda Aceh). *Bimbingan Konseling Islam*, 4(1), 1–8.
- Oemar, U., & Gangga, L. (2017). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendapatan, Keuangan Dan Aset Daerah Kabupaten Musi Manyasin. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 22. <https://doi.org/10.35908/jeg.v2i2.249>
- Özgür, H. (2020). Relationships between teachers’ technostress, technological pedagogical content knowledge (TPACK), school support and demographic variables: A structural equation modeling. *Computers in Human Behavior*, 112(March). <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106468>
- Prayatna, A., & Subudi, I. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Karyawan Pada Fave Hotel Seminyak. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2), 252587.
- Ratriani, V. R. (2020). Jokowi Instruksikan Bekerja dari Rumah, Ini Arti Work From Home. *Kompas.Com*, p. 1. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/16/195035165/jokowi-instruksikan-bekerja-dari-rumah-ini-arti-work-from-home?page=all>
- Setyadi, H. J., & Taruk, M. (2019). Analisis Dampak Penggunaan Teknologi (Technostress) Kepada Dosen dan Staff Karyawan Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja di Dalam Organisasi (Studi Kasus : Perguruan Tinggi di Kalimantan Timur). *Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.30872/jim.v14i1.1792>
- Suryanto, & Sasi, T. R. (2017). Technostress: Pengertian, Penyebab dan Koping Pustakawan. *Journal of Library and Information Science*, 1(1), 209–221.
- Tahir, M. (2018). Pengaruh Tekanan Kerja (Stres) Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt Sinar Pandawa Medan. 3(1), 1–8.

- Triana, N. N., & Fachrury, M. R. (2019). 1 st Conference on Industrial Engineering and Halal Industries (CIEHIS) Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Viral Marketing Karawang 1 St Conference On Industrial Engineering And Halal Industries (CIEHIS). 108–117.
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (1st ed.). Kencana.

TECHNOSTRESS: EKSPLORASI PENYEBAB DAN DAMPAKNYA (STUDI PADA GURU SMK SARASWATI SALATIGA)

Nanda Bestiara³⁶

Kerina Shadila Cahyanda

Dr. Agus Sugiarto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

Covid-19 has now been declared a pandemic. This has a huge impact on all sectors of life, one of which is in the field of education. Learning activities must still be carried out by the Teacher online using technology. Teachers who find it difficult because they do not understand technology, if it is not handled properly, it will cause new problems, namely technostress. This study aims to determine the causes and impacts of technostress on teachers at SMK Saraswati Salatiga. So that later it can provide information so that the teacher understands technostress and can overcome the boredom and anxiety faced. The research method used is exploratory research with a qualitative approach, in which supporting data is obtained by conducting interviews and documentation. Technostress research results related to the causes and impacts that occurred on teachers at SMK Saraswati Salatiga occurred because the self-perception and curriculum from the government related to online learning did not yet exist. So that teachers must exercise self-control so that the perceived stress does not endanger themselves and the government immediately provides an appropriate online learning curriculum.

Keywords: *Technostress, Covid-19, Online Learning*

Abstrak

Covid-19 kini telah dinyatakan sebagai pandemi. Hal ini sangat berdampak pada semua sektor kehidupan, salah satunya di bidang pendidikan. Kegiatan pembelajaran harus tetap dilakukan Guru secara online dengan menggunakan teknologi. Guru yang merasa kesulitan karena belum memahami teknologi, bila tidak diatasi dengan tepat akan menimbulkan masalah baru yaitu technostress. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab dan dampak technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga. Sehingga nantinya dapat memberikan informasi agar guru paham dengan technostress dan dapat mengatasi kejenuhan dan kecemasan yang dihadapi. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian eksploratif dengan pendekatan kualitatif, yang mana data pendukung diperoleh dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian technostress terkait penyebab dan dampak yang terjadi pada guru di SMK Saraswati Salatiga terjadi karena persepsi diri sendiri dan kurikulum dari pemerintah terkait pembelajaran online belum ada. Sehingga para guru harus melakukan pengendalian diri agar stress yang dirasakan tidak membahayakan diri sendiri dan pemerintah segera memberikan kurikulum pembelajaran online yang sesuai.

Kata Kunci: *Technostress, Covid-19, Pembelajaran Online*

³⁶212017183@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Kegiatan Pendidikan di seluruh dunia terdampak akibat masuknya wabah Covid-19, khususnya di Indonesia. Pada kondisi wabah peran dan posisi aspek pendidikan adalah sangat penting. Banyak sekolah terpaksa ditutup untuk memutus rantai penyebaran virus. Kegiatan belajar mengajar yang awalnya secara tatap muka langsung kini berubah menjadi kegiatan pembelajaran online. Dengan begitu, pola mengajar guru menjadi berubah mengikuti perubahan yang ada.

Guru memiliki peran utama dalam membangun pendidikan, khususnya yang diselenggarakan secara formal pada sekolah. Sesuai dengan Undang-undang No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen pada pasal 1 yaitu, guru adalah pendidik profesional dengan tugas utama mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai, dan mengevaluasi peserta didik pada pendidikan anak usia dini jalur pendidikan formal, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah. Selanjutnya menurut UU No. 14 Tahun 2005, tentang guru dan dosen pasal 4 diamanatkan bahwa guru sebagai agen pembelajaran berfungsi untuk meningkatkan mutu pendidikan nasional agar dapat melaksanakan fungsinya dengan baik.

Perkembangan teknologi menuntut guru untuk semakin berkembang agar tidak tertinggal. Penggunaan teknologi bisa menyebabkan perubahan transformatif yang positif dalam suatu kegiatan pembelajaran. Namun, hal itu juga bisa menyebabkan efek negatif dalam peningkatan stress kerja (Muñoz et al. 2020). Konsep technostress pertama kali dicatat pada majalah mainstream pada tahun 1982 oleh Craig Brod, sebagai kondisi yang diakibatkan oleh ketidakmampuan individu atau organisasi untuk beradaptasi dengan penggunaan teknologi baru (Lee et al. 2014). Sehingga dalam beberapa waktu kedepan dapat mengganggu kinerja guru, yang diawali dengan ketidaknyamanan hingga membuat stres dalam menjalankan kegiatan belajar mengajar secara online.

Stress adalah suatu kondisi dimana ketegangan yang menciptakan terjadinya ketidak-seimbangan fisik dan psikis, yang mempengaruhi proses berpikir, emosi, dan kondisi seseorang (Ellyzar, Yunus, dan Amri, 2017). Seseorang dengan tingkat stres kerja yang tinggi berkemungkinan orang tersebut tidak merasa puas dengan pekerjaannya dan berpengaruh pada kegiatan pembelajaran sehingga tidak akan merasa senang dalam pekerjaannya (Permatasari dan Prasetyo, 2018). Apabila kondisi tersebut tidak diatasi dengan baik akan menimbulkan gangguan pada guru yang mengakibatkan tidak dapat menjalankan pekerjaannya dengan baik. Dengan arti yang sederhana, stress merupakan

suatu keadaan tidak nyaman yang dirasakan oleh individu dan keadaan tersebut akan mengganggu emosional, pikiran dan perilaku (Muslim, 2020).

SMK Saraswati Salatiga adalah salah satu sekolah yang menerapkan sistem pembelajaran online selama wabah Covid-19. Selama kegiatan belajar mengajar guru merasa materi yang disampaikan kurang tersalurkan secara maksimal. Hal tersebut dikarenakan koneksi internet yang dimiliki guru atau murid bermasalah. Beberapa guru juga merasa kesulitan dalam melakukan pembelajaran online, khususnya dalam kelas praktek. Kelas praktek yang sewajarnya dilakukan secara tatap muka harus berubah menjadi online. Hal itu bisa menambah stress guru karena harus memikirkan konsep kegiatan belajar mengajar yang baru selama kelas online.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan mengenai technostress. Ahmad dan Amin, (2012) menyatakan dalam penelitiannya yang dilakukan pada pustakawan bahwa mereka mengalami seorang technostress tingkat menengah ketika menggambarkan pengalaman technostress sebagai pustakawan, yang sering menggunakan teknologi dalam kehidupan bisnisnya. Dalam pandangan ini, penggunaan teknologi sering dapat diterima sebagai alasan technostress. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan dengan individu yang menggunakan teknologi, Çoklar et al. (2016) menunjukkan perbedaan antara pengguna teknologi yang sering dan penggunaan sesekali. Oleh karena itu, terlihat bahwa tingkat penggunaan teknologi mempengaruhi technostress dan terkadang pengguna teknologi mengalami lebih sedikit technostress. Berdasarkan riset terdahulu masih belum ada kejelasan seberapa besar penggunaan teknologi dapat menjadikan technostress, sehingga membutuhkan riset mengenai “Stres Kerja dalam Penggunaan Teknologi Selama Pembelajaran Online Di Kalangan Guru SMK Saraswati Salatiga”.

Sehubungan dengan itu, rumusan persoalan yang diangkat dalam penelitian yaitu, (1) Apakah guru di SMK Saraswati mengalami technostress pada pembelajaran online?; (2) Apa saja penyebab technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga?; (3) Apa saja dampak technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga?. Dengan persoalan diatas, didapatkan tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengidentifikasi guru di SMK Saraswati mengalami technostress pada pembelajaran online; (2) Untuk mengidentifikasi penyebab technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga. (3) Untuk mengidentifikasi apa saja dampak technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga.

Dalam penelitian ini memiliki manfaat yang didapat, adapun manfaat penelitian sebagai berikut yaitu, secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah

pengetahuan tentang *technostress* yang terjadi dalam lingkup pendidikan terkhususnya bagi guru. Secara praktis penelitian ini diharapkan agar para guru lebih mendalami dan mengikuti perkembangan teknologi agar dapat meminimalisir terjadinya *technostress*.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Technostress

Technostress merupakan penyakit yang disebabkan dari ketidakmampuan individu dalam beradaptasi dengan teknologi komputer baru dengan cara yang sehat (Hartono dan Wulandari, 2018). Suryanto dan Sasi (2017) mengungkapkan bahwa *technostress* adalah sebuah bentuk penyakit disebabkan karena ketidakmampuan individu dalam menggunakan teknologi baru seperti komputer dengan aturan yang tepat, dimana dengan begitu dapat berupa dua hal berbeda yang saling berkaitan, yakni: pertama merupakan sebuah bentuk usaha demi mampu menerima teknologi komputer dan pada penerapannya. Kedua adalah pemanfaatan yang berlebihan pada teknologi komputer. Sedangkan menurut Mukhtar dan Ismail (2019) *technostress* adalah penggunaan teknologi yang berlebihan dan berdampak pada timbulnya stress di suatu kegiatan yang mengakibatkan terciptalah penurunan kinerja secara menyeluruh. *Technostress* dibagi menjadi dua definisi, pertama *technostress* merupakan ketidaknyamanan psikologis dikarenakan tidak mampu menguasai perkembangan teknologi. Kedua, *technostress* merupakan ketergantungan individu terhadap teknologi yang memiliki dampak pada ketidaknyamanan yang disebabkan oleh teknologi secara fisik dan psikologi.

Macam-macam *technostress* dapat berupa tanda-tanda yang sering terjadi atau muncul dan dapat dilihat oleh orang-orang di sekitar. Tanda-tanda *technostress* yaitu seperti ketergantungan internet addict, game online addict, mobile phone addict, perilaku menyendiri, bekerja tetapi bergantung pada komputer, bekerja dengan selalu mengandalkan LCD, dan beberapa bentuk tanda-tanda *technostress* lainnya karena dampak dari perkembangan teknologi (Sholikhah, 2015). Bersumber pada beberapa pendapat terkait pengertian *technostress* dan tanda-tanda terjadi *technostress*, dapat dikatakan *technostress* merupakan suatu kondisi yang tidak nyaman dikarenakan ketidakmampuan individu dalam beradaptasi pada perubahan teknologi secara fisik maupun psikis. Sebagai bagian dari bentuk stress, maka respon terhadap *technostress* pada individu satu dengan lainnya akan berbeda-beda, tergantung dengan kemampuan beradaptasi individu tersebut.

Penyebab Technostress

Technostress sama seperti dengan kejadian stres pada umumnya yang terjadi karena suatu stressor, dengan begitu technostress terjadi karena beberapa penyebab. Menurut Suryanto dan Sasi (2017) terdapat enam hal yang menyebabkan technostress yaitu: 1) Perkembangan pesat teknologi 2) Kurangnya pedoman (standar) dalam penerapan 3) Kurangnya pelatihan terhadap teknologi dan peralatan yang dipakai 4) Keterandalan suatu teknologi, 5) Peningkatan beban kerja yang diberikan pada masing-masing individu 6) Muncul perubahan peran disetiap individu.

Sedangkan menurut Andiaswati, Sujiono, dan Kristiyana (2018) mengemukakan enam cara bahwa teknologi informasi mampu menciptakan stress di tempat kerja, yaitu disebabkan oleh 1) Perubahan disebabkan penerapan teknologi, yaitu timbulnya kebingungan yang dirasakan individu karena teknologi yang masih asing atau belum ahli. 2) Terjadi tekanan demi kinerja yang lebih efektif, tekanan yang disampaikan biasanya berupa perintah dari atasan untuk meningkatkan kinerja individu demi memenuhi target perusahaan atau organisasi. 3) Information overload, memperluas kuantitas informasi yang berlebihan tentunya akan menambah beban kerja bagi individu karena dituntut untuk mengetahui lebih banyak hal. 4) Terlalu sering merubah teknologi, karena perubahan teknologi yang dilakukan terlalu sering pada perusahaan akan membuat individu atau karyawan akan semakin bingung dan perlu beradaptasi untuk menjalankan sesuatu yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya. 5) Permintaan pada technical skill semakin meningkat, di perusahaan individu atau karyawan selalu dituntut untuk meningkatkan technical skill dikarenakan teknologi semakin berkembang sehingga mengakibatkan stress karyawan bertambah. 6) Dukungan sosial yang berkurang, yaitu dukungan yang diberikan perusahaan kepada karyawan tidak sepenuhnya dilakukan sehingga tekanan pada karyawan bertambah karena perusahaan tidak memberikan dukungan pada karyawan.

Dampak Technostress

Effiyanti dan Sagala (2016) menyatakan technostress memberikan dampak kepada individu, yaitu dengan ciri-ciri penurunan produktivitas, kepuasan kerja yang menurun, dan penurunan komitmen pada organisasi atau perusahaan. Hal tersebut terjadi karena beban kerja yang berlebihan sehingga berdampak pada banyak pekerjaan yang tidak dapat diselesaikan dengan waktu yang tepat, selain itu dalam hubungan sesama rekan kerja juga mengalami gangguan seperti marah, tidak mau diajak berbicara, tidak dapat konsentrasi dan tegang pada pekerjaannya (Ratna, 2018). Dampak negatif lain yang dikemukakan

menurut Hartono dan Wulandari (2018) diantaranya technostress menyebabkan kelebihan beban kerja, merasa tidak nyaman dan aman dengan kehadiran teknologi, dan stress dalam menghadapi teknologi baru tersebut. Technostress tidak hanya berdampak pada gangguan fungsional organ tubuh tapi juga berdampak pada gangguan kejiwaan seperti depresi atau kecemasan (Suryanto dan Sasi, 2017). Selain itu membentuk sikap seseorang menjadi tidak sabar, iri, merasa frustrasi, mengalami kebimbangan, menjadi tidak ramah, cemas, merasa bersalah, perasaan khawatir dan sikap yang menjadi apatis (Riani dan Handayani, 2020). Dari beberapa dampak technostress akan berakibat pada gangguan kesehatan sehingga mengganggu aktivitas bekerja yang dilakukan individu.

METODA

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Mudjiyanto (2018) metode ini bertujuan untuk mencari dan merumuskan masalah-masalah dari suatu fenomena, serta menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat. Penelitian ini dilakukan guna untuk melihat penyebab dan dampak technostress yang melibatkan guru SMK Saraswati Salatiga. Subyek penelitian akan diberikan beberapa pertanyaan yang diharapkan dapat menggali informasi tentang penyebab dan dampak technostress.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan 2 cara, yakni wawancara dan dokumentasi. Secara umum wawancara adalah pengumpulan data yang mewajibkan peneliti dengan responden bertemu langsung untuk mengumpulkan informasi yang kemudian akan dianalisis oleh peneliti. Sedangkan dokumentasi menurut Bogdan dan Biklen (1998) dalam Charismi, Djudi, & Ruhana (2016) menyatakan dokumen mengacu pada material (bahan) seperti video, fotografi, film, surat, memo, buku harian, rekaman, dan sejenisnya yang dapat digunakan sebagai informasi tambahan sebagai kajian kasus yang sumber data utamanya adalah wawancara. Menurut Miles dalam (Charismi et al., 2016) menyatakan, “terdapat tiga hal utama dalam analisis interaktif”, pertama Reduksi Data (Data Reduction) dapat diartikan sebagai proses pemilihan, menyederhanakan data, pengubahan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tulisan saat wawancara. Kedua, Penyajian Data (Data Display) merupakan kumpulan informasi tersusun yang kemungkinan memberikan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Ketiga, verifikasi atau penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan, dimana kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilaksanakan pada beberapa guru SMK Saraswati Salatiga yang telah menjalankan proses pembelajaran secara online sejak terjadi pandemi Covid-19 menggunakan TI dan mengalami technostress. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Guru di SMK Saraswati Salatiga mengalami technostress pada pembelajaran online

Dalam menjalankan pembelajaran online guru diharuskan tanggap terhadap teknologi informasi (TI). Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa guru, penggunaan teknologi informasi untuk pembelajaran online membuat beberapa guru mengalami technostress. Stress dalam penggunaan TI yang dialami guru SMK Saraswati Salatiga untuk pembelajaran online yaitu ketidakmampuan para guru dalam melakukan adaptasi dengan TI secara tepat dalam waktu yang singkat dikarenakan pembelajaran online diterapkan selama masa pandemi Covid-19.

Informan pertama mengatakan “Iya mengalami, karena perubahan dari pembelajaran offline ke online butuh adaptasi yang cukup lama karena harus mempelajari aplikasi yang digunakan seperti google classroom dan zoom”.

Informan kedua mengatakan “Tentu saja, karena saya mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi seperti google classroom pada awal, yang sebelumnya tidak pernah menggunakan. Tetapi, untuk akhir-akhir ini saya lebih merasa jenuh karena kurangnya interaksi langsung dengan murid”.

Informan ketiga mengatakan “Tentunya semua pasti mengalami, saya sedikit merasa kesulitan menggunakan aplikasi dalam menginput tugas dan absen, karena belum terbiasa dengan keadaan seperti ini. Selain itu, saya merasa lebih lelah dari biasanya karena saya harus menatap laptop setiap hari”.

Penyebab technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga

Technostress yang dialami guru di SMK Saraswati Salatiga selama melaksanakan pembelajaran online disebabkan oleh beberapa hal:

Informan pertama mengatakan “Sebenarnya saat menggunakan aplikasi itu cukup bingung, tetapi memang itu satu-satunya cara untuk kita bisa memberikan materi pada

murid. Pada kondisi saat ini mau tidak mau kita dituntut untuk bisa mengoperasikan teknologi sebagai pendukung pembelajaran online”.

Informan kedua mengatakan ”Kalau saya sendiri karena kurang pengalaman dalam penggunaan TI khususnya aplikasi yang digunakan saat ini. Jadi, saya pelan-pelan belajar sampai akhirnya bisa terbiasa menggunakan aplikasi seperti google classroom dan zoom. Selain itu kurangnya atau belum pastinya kurikulum yang baru terkait pembelajaran online menggunakan TI, jadi membuat sedikit bingung”.

Informan ketiga mengatakan ”Keterbatasan media seperti hp/laptop, karena ruang penyimpanan hp kecil jadi kurang memadai untuk memakai aplikasi tersebut pada hp atau kadang bisa jadi lemot pada saat mengoperasikannya. Selain itu beban kerja yang meningkat yang awalnya dapat diselesaikan di sekolah tapi sekarang bercampur dengan kegiatan diluar sekolah. Tekanan kerja meningkat untuk lebih efektif dikarenakan selama pembelajaran online tersebut mewajibkan guru untuk selalu online setiap waktu”.

Dampak technostress pada guru di SMK Saraswati Salatiga

Technostress yang terjadi pada guru di SMK Saraswati Salatiga memberikan dampak positif dan negative, yaitu:

Informan pertama mengatakan ”Negatif terasa bosan karena hanya menatap laptop. Kalau positifnya menambah keterampilan di bidang TI”.

Informan kedua mengatakan ”Negatifnya ya merasa jenuh, karena kurang interaksi ke murid. Jadi terkadang jika diberi pertanyaan ketika kelas online tidak ada yang merespon, tidak seperti pada saat kelas secara offline. Dampak positif menambah wawasan dan kemampuan untuk menggunakan aplikasi seperti itu”.

Informan ketiga mengatakan ”Negatif jenuh dan cemas, cemasnya itu lebih ke mengkhawatirkan murid. Apakah murid paham dengan apa yang kita sampaikan saat kelas online. Kelelahan juga, karena harus menghadap laptop setiap waktu. Intinya harus selalu siap di depan laptop untuk absen, mengoreksi, dan membuat tugas. Dampak positif, tentunya menambah kemampuan pengoperasian di bidang teknologi”.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dari ketiga guru memiliki kesamaan di dalam penelitian Suryanto dan Sasi (2017) bahwa technostress adalah sebuah bentuk penyakit disebabkan karena ketidakmampuan individu dalam menggunakan teknologi baru seperti

komputer dengan aturan yang tepat, dimana dengan begitu dapat berupa dua hal berbeda yang saling berkaitan, yakni: pertama merupakan sebuah bentuk usaha demi mampu menerima teknologi komputer dan pada penerapannya. Kedua adalah pemanfaatan yang berlebihan pada teknologi komputer.

Pertanyaan berikutnya berkaitan dengan penyebab dari *technostress* yang dirasakan guru SMK Saraswati Salatiga. Ternyata hasil yang didapat bermacam-macam pada setiap guru, tetapi sesuai dengan hasil penelitian Andiaswati, Sujiono, dan Kristiyana (2018) yang menyatakan penyebab *technostress* yaitu perubahan disebabkan penerapan teknologi, tekanan demi kinerja yang lebih efektif, terlalu sering merubah teknologi, dan permintaan pada *technical skill*.

Terakhir hasil wawancara dari ketiga guru sesuai seperti yang dikemukakan oleh Hartono dan Wulandari (2018) penyebab *technostress* yaitu bertambahnya beban kerja dan stress dalam menghadapi teknologi baru tersebut. *Technostress* tidak hanya berdampak pada gangguan fungsional organ tubuh tapi juga berdampak pada gangguan kejiwaan seperti depresi atau kecemasan (Suryanto dan Sasi, 2017). Selain itu menjadi cemas dan perasaan khawatir (Riani dan Handayani, 2020).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik wawancara dan yang dilaksanakan di SMK Saraswati Salatiga tentang *Technostress: Eksplorasi Penyebab dan Dampaknya* dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, bahwa beberapa guru SMK Saraswati Salatiga mengalami *technostress*. *Technostress* yang dirasakan para guru adalah kesulitan dalam beradaptasi dan menggunakan aplikasi pembelajaran *online*, karena bagi sebagian guru aplikasi yang digunakan selama pembelajaran *online* adalah hal yang baru mereka temui dan gunakan.
2. Penyebab *technostress* guru SMK Saraswati Salatiga selama melakukan kegiatan belajar mengajar secara *online*, yaitu mengharuskan guru untuk mengerti cara mengoperasikan TI sebagai sarana pendukung pembelajaran *online*. Selain itu, kurikulum yang kurang jelas terkait peralihan pembelajaran *offline* ke pembelajaran *online* juga media TI yang kurang mendukung untuk melakukan pembelajaran *online*. Guru juga dituntut untuk lebih efektif yang membuat

bertambahnya tekanan dalam bekerja, hal tersebut yang membuat guru mengalami *technostress*.

3. Selama pembelajaran *online technostress* memberikan dampak positif dan negatif yang dirasakan pada guru SMK Saraswati Salatiga. Dampak positif yaitu bertambahnya ilmu dan wawasan dalam bidang TI. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan adalah rasa jenuh karena harus selalu bekerja secara *online*, yang menyebabkan guru jarang istirahat. Selain itu, dampak negatifnya kelebihan beban kerja, belum nyaman dengan kehadiran teknologi di awal peralihan pembelajaran *online*, dan merasa stress dalam menghadapi teknologi baru tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, U. N. U., & Amin, S. M. (2012). The Dimensions of Technostress among Academic Librarians. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 266–271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.121>
- Andiaswati, A., Sujiono, & Kristiyana, N. (2018). Dampak Implementation Of Technology Computer Dan Computer Anxiety Pada Technostress Perangkat Desa Di Kecamatan Tegalombo, Pacitan. *Seminar Nasional Dan Call For Paper III*, 301–318.
- Charismi, A. A., Djudi, M., & Ruhana, I. (2016). Analisis Efektivitas Pelatihan. *Administrasi Bisnis*, 38(2), 141–146.
- Çoklar, A. N., Efiltili, E., Şahin, Y. L., & Akçay, A. (2016). Öğretmenlerin Teknostres Nedenlerinin Belirlenmesi: Nitel Bir Araştırma. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 7(2), 71. <https://doi.org/10.17569/tojqi.96082>
- Effiyanti, T., & Sagala, G. H. (2016). Technostress Pada Guru: Konfirmasi Stresor dan Antesedennya. *Symposium Nasional Akuntansi XIX*, 1–18.
- Ellyzar, N., Yunus, M., & Amri. (2017). Pengaruh Mutasi Kerja, Beban Kerja, dan Konflik Interpersonal Terhadap Stres Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Pegawai BPKP Perwakilan Provinsi Aceh. *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsyiah*, 1(1), 35–45.
- Hartono, A., & Wulandari, A. W. (2018). Pengaruh Computer Anxiety Dan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Technostress Pada Karyawan Koperasi Di Kabupaten Ponorogo. *Seminar Nasional Dan Call For Paper III*, 34–57.
- Lee, Y. K., Chang, C. T., Lin, Y., & Cheng, Z. H. (2014). The dark side of smartphone usage: Psychological traits, compulsive behavior and technostress. *Computers in Human Behavior*, 31(1), 373–383. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.047>
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Eksploratif Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 22(1), 65–74. <https://doi.org/10.31445/jskm.2018.220105>
- Mukhtar, & Ismail. (2019). Analisis Dampak Technostress terhadap Pembelajaran Praktikum Komputer. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi)*, 3(2), 75. <https://doi.org/10.35870/jtik.v3i2.93>
- Muñoz, C. E., Castillo, D., Muñoz, A. V., & Grau, J. B. (2020). Teacher technostress in the chilean school system. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(15), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17155280>
- Muslim, M. (2020). Manajemen Stress Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(2), 192–201.

-
- Permatasari, H. I., & Prasetyo, A. P. (2018). Pengaruh Stress Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pt Pikiran Rakyat Bandung. *Journal of Linguistics*, 3(2), 139–157. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2010v5n1.2536>
- Ratna, S. D. (2018). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Stress Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Pegawai Pt. Pln (Persero) Area Pelaksanaan Pemeliharaan (Upt) (Unit Pelaksana Transmisi) Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–16.
- Riani, N., & Handayani, N. S. (2020). Dampak Stres Kerja Pustakawan Pada Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Jurnal FIHRIS : Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 15(1), 97–114.
- Sholikhah, A. M. (2015). Ancaman Gejala Technostress Pada Pustakawan. *FIHRIS*, 10(2), 27–40.
- Suryanto, & Sasi, T. R. (2017). Technostress: Pengertian, Penyebab dan Koping Pustakawan. *Journal of Library and Information Science*, 1(1), 209–221. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18326/pustabilia.v1i2.209-221>

TRANSISI PEKERJAAN KANTOR PADA MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU

Asa Dian Novianti

Agus Sugiarto

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

In the time of adaptation of new habits, both for the company and employees undergo significant changes. This study aims to find out the changes that occur in office activities in the time of adaptation of new habits, as well as to know the advantages and disadvantages, as well as to know the challenges of adaptation of new habits faced by companies. The research method used is literature review that is done by reading, analyzing and summarizing various types of sources such as journal articles and web reviews. This study found that the changes experienced were the existence of two systems during the implementation of new habits, namely: The Work from Home system and the Work from Office system. It was also found that during the adaptation of this new habit, many companies have complied with the provisions of health protocols. The conclusion that can be taken is that there are two systems that are applied in the period of adaptation of new habits, and these two systems have their own advantages and disadvantages, such as for work from home the benefits received are flexibility, achievement of work - life balance and cost efficiency, for work from office such as, more focus on work. The company also faces challenges in the adaptation period of new habits such as, choosing what strategies are appropriate to use in the time of adaptation of new habits.

Keywords: *Work from Home, Work from Office, Advantages, Disadvantages, Challenges*

Abstrak

Pada masa adaptasi kebiasaan baru, baik bagi perusahaan dan karyawan mengalami perubahan – perubahan yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada kegiatan kantor di masa adaptasi kebiasaan baru, serta mengetahui kelebihan dan kekurangannya, serta mengetahui tantangan dari adaptasi kebiasaan baru yang dihadapi perusahaan . Metode penelitian yang digunakan adalah literature review yang dilakukan dengan membaca, menganalisis serta merangkum berbagai jenis sumber seperti artikel jurnal dan web yang di review. Penelitian ini menemukan bahwa perubahan yang dialami adalah adanya dua sistem pada masa adaptasi kebiasaan baru yaitu: Sistem Work From Home (Bekerja dari rumah) dan sistem Work From Office (Bekerja dari kantor). Ditemukan juga bahwa pada masa adaptasi kebiasaan baru ini, sudah banyak perusahaan telah menaati ketentuan protokol kesehatan. Kesimpulan yang dapat diambil adalah terdapat dua sistem yang diterapkan pada masa adaptasi kebiasaan baru, dan kedua sistem ini memiliki kelebihan serta kekurangan tersendiri, seperti untuk work from home manfaat yang diterima adalah fleksibilitas, tercapainya work – life balance dan efisiensi biaya, untuk work from office seperti, lebih fokus dalam bekerja. Perusahaan juga mengalami tantangan dalam masa adaptasi kebiasaan baru seperti, memilih strategi apa yang tepat digunakan pada masa adaptasi kebiasaan baru.

Kata Kunci : *Work From Home, Work From Office, Kelebihan, Kekurangan, Tantangan*

212017252@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020 ini dunia digemparkan dengan adanya temuan sebuah pandemi. Pada 11 Februari pandemi ini diberi nama “COVID-19” oleh WHO (World Health Organisation, 2020). Sampai 13 September kemarin WHO telah mengkonfirmasi sudah terdapat 28.637.952 kasus COVID-19 termasuk 917.417 yang meninggal di seluruh negara (WHO, 2020). Karena Covid-19 ini pun banyak negara yang menerapkan “*Lockdown*” maupun “*Social distancing*” untuk mengurangi penyebaran virus ini. Dengan adanya keadaan ini maka perusahaan mengalami periode yang belum pernah dialami sebelumnya, seperti perubahan tingkat karyawan yang masuk ke kantor, perubahan desain keseluruhan kantor dan rutinitas pengoperasian kantor.

Salah satu perubahan yang paling signifikan yang dialami perusahaan dan para pekerja yaitu, dari bekerja di kantor menjadi bekerja di rumah untuk mencegah penularan Covid-19 (Damayanti, 2020). Menurut survey yang telah dilakukan oleh Gartner Press Release (2020) menyatakan bahwa sekitar 74 persen dari 317 CFO perusahaan menginginkan untuk mentransisikan karyawannya yang sebelumnya bekerja di kantor menjadi *work from home* secara permanen. Transisi inipun didukung dengan keinginan untuk memotong *commercial real estate costs*. Untuk menjalankan sistem *work from home* ini pun perusahaan akan memikirkan bagaimana prosedur mengenai *work from home* yang dilaksanakan, seperti siapa pekerja yang akan melakukan *work from home*?, aplikasi apa yang akan digunakan untuk menunjang pekerjaan yang akan dilakukan?, serta bagaimana cara mengendalikan karyawan saat menerapkan *work from home* ini.

Apabila perusahaan akan tetap memulai kembali bekerja di kantor maka akan terdapat perubahan tata ruang pada kantor dan dengan prosedur kesehatan yang ada. Selain itu perusahaan akan menggunakan sistem shift kerja untuk membatasi kontak fisik satu sama lain.

Pada tanggal 1 Juni 2020 merupakan fase pertama dimulainya masa adaptasi kebiasaan baru yang meliputi , perilsan protokol perlindungan karyawan, pelanggan, pemasok, mitra bisnis dan pemangku kepentingan. Protokol perlindungan karyawan ini mengatur juga mengenai karyawan kurang dari 45 tahun untuk masuk ke kantor, dan karyawan lebih dari 45 tahun untuk tetap *Work From Home* sesuai batasan operasi (CNN Indonesia, 2020b). Akan tetapi hingga pada bulan agustus terdapat 13 perusahaan di Jakarta pusat ditutup untuk sementara karena tidak mematuhi protokol kesehatan yang ada (AntaraNews, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Parker (2020) menyatakan bahwa dengan adanya Covid-19 ini kantor mengalami transisi seperti *teleworking* dan perubahan tata ruang serta rekayasa ulang protokol kerja kantor. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Savić (2020) bahwa Covid-19 memaksa bisnis untuk mengubah cara mereka dalam melakukan pekerjaan mereka dan membuat kantor menjadi kurang penting dan bekerja di rumah merupakan hal yang menjadi keharusan.

Masalah pada penelitian ini adalah perubahan yang terjadi dalam kegiatan kantor pada masa adaptasi kebiasaan baru. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan maka persoalan penelitian yang akan dibahas yaitu : 1. Apa saja perubahan yang terjadi pada kegiatan kantor di masa adaptasi kebiasaan baru? 2. Apa saja tantangan yang dihadapi perusahaan pada masa adaptasi kebiasaan baru? 3. Apa kelebihan dan kekurangan dari *work from home* dan bekerja di kantor bagi perusahaan dan juga karyawan?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami perubahan yang terjadi pada kegiatan kantor pada masa adaptasi kebiasaan baru, mengetahui kelebihan dan kekurangannya, serta mengetahui tantangan dari adaptasi kebiasaan baru yang dihadapi oleh perusahaan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk memberikan informasi mengenai perubahan yang terjadi pada kegiatan perkantoran, serta kelebihan dan kekurangan dan mengetahui tantangan yang akan dihadapi perusahaan pada masa adaptasi kebiasaan baru.

TELAAH PUSTAKA

Perubahan kegiatan kantor di Masa Adaptasi Kebiasaan baru

Pada Masa Adaptasi Kebiasaan baru kita dihadapi oleh dua skema, diantaranya Bekerja di rumah (*Work From Home*), dan Bekerja di kantor (*Work From Office*). Pada skema hampir *Work From Home* pekerja dipaksa untuk menggunakan teknologi dalam melakukan pekerjaan mereka, berkomunikasi dengan rekan kerja, serta dikombinasikan dengan tekanan dalam mengelola lingkungan rumah yang mungkin tidak sesuai dengan tujuan kerja (Waizenegger et al., 2020).

Skema bekerja di kantor atau *Work From Office* juga dibuka pada 1 Juni 2020 sesuai dengan timeline fase Adaptasi Baru untuk pemulihan ekonomi (Idris, 2020). Dalam membuka kembali perkantoran dan kegiatan bekerja di kantor maka dikeluarkan pedoman penerapan *physical distancing* ditempat kerja oleh Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto (Velarosdela, 2020). Pedoman ini diatur pada Keputusan Menteri Kesehatan

Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tanggal 20 Mei mengenai pencegahan dan pengendalian Covid-19 di tempat kerja perkantoran dan industri.

Work From Home

Work From Home merupakan hal yang sudah tidak asing lagi pada masa sekarang ini. *Work From Home* sendiri adalah sebuah istilah bekerja jarak jauh yang dilakukan di rumah sehingga para pekerja tidak perlu datang ke kantor untuk bertatap muka dengan pekerja lainnya (Tuti, 2020). *Work From Home* ini mencakup empat karakteristik dasar yaitu: (1) Merupakan karyawan perusahaan maupun anggota staf organisasi, (2) Seorang pekerja yang memiliki keterlibatan dengan dengan perusahaan dengan tugas tertentu, (3) Pekerjaan dilakukan di luar lingkungan perusahaan, (4) Telekomunikasi dengan pemberi kerja (Savić, 2020) .

Pada mulanya memang, *teleworking* di rumah bukan hal yang umum di mata masyarakat umum, akan tetapi dengan adanya pandemi ini, menjadikan sebagai sistem pengaturan kerja di seluruh dunia (Palumbo, 2020). Pada sistem ini semua pekerjaan kantor akan dilakukan di rumah dengan cara online, salah satu contohnya adalah rapat, biasanya rapat dilakukan dengan tatap muka, akan tetapi dengan sistem *work from home* ini dilakukan dengan virtual yaitu melewati beberapa aplikasi seperti *zoom*, *google meet* dan lainnya. Hingga maret 2020 tercatat bahwa terdapat 375 perusahaan yang telah menghentikan total kegiatan perkantornya dan mempekerjakan karyawan di rumah sebanyak 375 perusahaan (Rahardyan, 2020). Di Amerika terdapat 3,2 juta pekerja yang telah melakukan *telecommuting* atau bekerja jarak jauh, dengan alasan bahwa dengan *telecommuting* mereka dapat bekerja dengan lebih leluasa (Mungkasa, 2020b)

Menurut survey yang telah dilakukan Gartner Press Release (2020) bahwa dari 317 CFO dan pimpinan keuangan perusahaan terdapat 74 persen yang menginginkan setidaknya 5 persen dari tenaga kerja mereka untuk melakukan kegiatan *Work From Home* secara permanen setelah Covid.

Bekerja di Kantor (Work From Office)

Pada tanggal 1 Juni 2020 Indonesia memulai adaptasi kebiasaan baru, maka perusahaan akan memulai kembali kegiatan bisnis mereka dan membuka kembali kantor mereka. Dengan dibukanya kembali kantor, maka perusahaan perlu mempersiapkan untuk menyambut karyawan dan memulai kegiatan bekerja di kantor. Dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 yang berisi mengenai panduan pencegahan Covid-19 di tempat kerja dan industri, maka untuk memulai kembali kegiatan bekerja di kantor perusahaan harus memenuhi panduan oleh keputusan menteri kesehatan republik Indonesia, seperti: 1. Tetap diberlakukan sistem *work from home* akan tetapi dengan ketentuan siapa saja pekerja yang dapat tetap datang ke kantor dan siapa yang akan melakukan *work from home*, 2. Adanya pengaturan waktu bekerja yang tidak terlalu panjang, 3. Mewajibkan para pekerja untuk menggunakan masker sejak perjalanan dari rumah dan selama di tempat kerja, dan lainnya (KemenkesRI, 2020).

Tantangan pada adaptasi kebiasaan baru

Menurut Esthi (2020) terdapat enam tantangan yang dihadapi pemimpin perusahaan : (1) Bagaimana cara pemimpin perusahaan dapat mengeksekusi strategi dan kebijakan *Work From Home*? Karena seperti yang kita ketahui pandemi ini membuat banyak perekonomian kita menurun dan banyak industri merosot tajam, sehingga manajemen perusahaan perlu membuat planning, (2) Bagaimana cara agar dapat mengelola pekerja baik saat masa *work from home* maupun saat bekerja di kantor? Baik karyawan junior maupun senior pasti dapat dikelola dengan baik oleh perusahaan. Walaupun dengan keadaan baik *work from home* dan bekerja di kantor saat masa adaptasi kebiasaan baru perusahaan harus mampu *handle* para karyawannya supaya tidak *lost*, dan semua karyawan di perusahaan wajib mempelajari penggunaan media digital agar dapat mempermudah komunikasi antar karyawan dan perusahaan, (3) Bagaimana cara mengutamakan program yang mengandalkan tatap muka? Dengan adanya kegiatan *work from home* ini semua hal dilakukan dengan cara video call baik menggunakan aplikasi zoom maupun lainnya, akan tetapi hal ini tidak cukup efektif. Salah satunya contohnya mengenai training, memang terdapat beberapa training yang dapat dilakukan virtual, akan tetapi ada beberapa pelatihan yang sulit dilakukan dengan virtual, (4) Bagaimana para pemimpin dapat mengelola ketakutan serta kecemasan karyawan, manajemen maupun pelanggan?. Dalam hal ini memungkinkan perusahaan dapat membuat kebijakan baik untuk karyawan

maupun pelanggan. Seperti menggunakan masker dan menyediakan sabun cuci tangan di beberapa titik di kantor, (5) Bagaimana perusahaan belajar dan menyesuaikan dengan protokol kesehatan yang ada? Dengan dibukanya kantor perusahaan harus memenuhi protokol kesehatan yang ada sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020, maka para karyawan harus mampu belajar untuk menyesuaikan dengan kebijakan tersebut, (6) Bagaimana perusahaan mampu membuat karyawan produktif baik saat *work from home* maupun bekerja di kantor?.

Kelebihan serta Kekurangan *Work From Home* dan Bekerja di Rumah

Kelebihan serta Kekurangan Work From Home

Dari beberapa literatur ditemukan keuntungan *Work from Home* bagi perusahaan menurut Diab-Bahman dan Al-Enzi (2020) terdapat tiga keuntungan dari *Work From Home* : (1) Penghematan biaya. Perusahaan saat *work from home* ini tidak perlu membayar biaya infrastruktur, air, tagihan listrik, telepon, internet, serta biaya kebersihan dan keamanan . Gartner Press Release (2020) juga menjelaskan bahwa para CFO mengatakan bahwa pekerjaan jarak jauh ini merupakan salah satu contoh penghematan biaya kreatif untuk menghindari pemotongan dan meminimalkan dampak negatif terhadap operasi, (2) Mendorong keterampilan perencanaan. Keterampilan perencanaan waktu dan otonomi telah menunjukkan bahwa keuntungan *telework* signifikan sejak peningkatan otonom dapat meningkatkan kepuasan karyawan yang mengarahkan pada produktivitas yang lebih tinggi, (3) Mengurangi turnover karyawan, menurutnya dengan adanya *work from home* ini, kepuasan karyawan cenderung meningkat dan menghasilkan pergantian karyawan lebih rendah.

Mungksa (2020a) juga menyebutkan bahwa dengan adanya *work from home* memberikan manfaat kepada perusahaan seperti, meningkatkan produktivitas pekerja dan kualitas pekerjaan, berkurangnya tingkat ketidakhadiran dan keterlambatan, pekerja dapat bertambah tanpa perlu untuk mengubah tata ruang.

Selain keuntungan bagi pihak perusahaan, *work from home* juga memberikan keuntungan bagi para pekerja diantaranya, fleksibilitas. Saat *work from home* ini karyawan dengan bebas menentukan jadwal mereka bekerja serta suasana kerja (Prayoga, 2020), sehingga para pekerja mencapai keseimbangan kehidupan kerja atau *Work Life Balance* (WLB) dimana para karyawan menggabungkan pekerjaan dengan kapasitas untuk mengelola keluarga, sehingga memungkinkan adanya keseimbangan antara waktu kerja dan keluarga (Powell dan Craig, 2015)

Work From Home juga memiliki kekurangan bagi pihak perusahaan maupun para pekerja. Bagi perusahaan, para pemimpin akan kesulitan untuk memantau kinerja karyawan dan sulit melihat tingkat produktivitas karyawan, serta sulit untuk mendorong ke sinergitas tim. Selain itu dalam *work from home* ini adanya perubahan yang membuat organisasi keluar dari zona nyaman mereka, dan harus mampu beradaptasi.

Bagi para pekerja dalam keadaan *work from home* ini pasti akan bertambah biaya rumah tangga seperti biaya listrik, air dan internet, dan memungkinkan sulit fokus dalam bekerja karena suasana yang tidak memungkinkan maupun dikarenakan adanya duplikasi pekerjaan di rumah dan di kantor. Serta kesulitan berkomunikasi dengan pemimpin maupun rekan kerja yang ada.

Kelebihan serta Kekurangan Bekerja di kantor

Kelebihan dalam sistem ini diantaranya, karyawan lebih dapat fokus dalam mengerjakan tugasnya, sebagai karyawan kita juga mendapatkan fasilitas serta lingkungan kerja yang nyaman serta profesional (Hidayatullah, 2019). Selain itu para pemimpin lebih dapat mengawasi serta mengatur para karyawannya, serta komunikasi antara pemimpin maupun rekan kerja akan lebih mudah.

Kekurangan dari sistem ini adalah karena dengan adanya adaptasi kebiasaan baru perusahaan mungkin akan mengeluarkan biaya yang lebih untuk mempersiapkan kantor agar sesuai dengan ketentuan Keputusan Menteri Kesehatan (Parker, 2020).

METODA

Penulisan karya ilmiah mengenai “Transisi Pekerjaan Kantor Pada Masa Adaptasi Kebiasaan Baru” ini dianalisis menggunakan metode *literature review* atau literatur ilmiah. Metode *literature review* adalah ringkasan bidang subjek yang mendukung identifikasi pertanyaan peneliti. Dalam metode ini perlu memanfaatkan dan mengevaluasi berbagai jenis sumber seperti artikel jurnal akademis, buku, dan juga sumber daya berbasis web (Rowley dan Slack, 2004).

Dalam penelitian ini diutamakan untuk menggunakan sumber temuan yang berasal dari situs resmi seperti *EBSCO*, *Google Scholar*, *Emerald* maupun artikel berita baik di Indonesia maupun luar negeri, serta sumber web lainnya yang mendukung dalam penyusunan karya ilmiah ini.

PEMBAHASAN

Perubahan pada masa Adaptasi Kebiasaan Baru

Penerapan Work From Home

Work From Home merupakan hal yang tidak asing lagi dari masa pandemi Covid-19 (Savić, 2020) hingga pada masa adaptasi kebiasaan baru ini. *Work From Home* merupakan konsep kerja dimana karyawan akan tetap melakukan pekerjaannya, akan tetapi dilakukan secara online di rumah (Utami, 2020). *Work from home* ini sangat identik dengan melakukan seluruh kegiatan kantor seperti, rapat, diskusi dan koordinasi yang masing – masing dilakukan secara online (Vibriyanti, 2020). *Work From Home* yang dilaksanakan di Indonesia ini adalah imbauan dari Presiden Joko Widodo, yaitu untuk meminimalisir penyebaran virus corona sehingga, masyarakat diminta untuk bekerja, belajar, serta beribadah di rumah, dan menciptakan sistem bekerja dari rumah (Kementerian Keuangan, 2020). *Work From Home* ini mencangkup empat karakteristik dasar yaitu: (1) Merupakan karyawan perusahaan maupun anggota staf organisasi, (2) Seorang pekerja yang memiliki keterlibatan dengan dengan perusahaan dengan tugas tertentu, (3) Pekerjaan dilakukan di luar lingkungan perusahaan, (4)Telekomunikasi dengan pemberi kerja (Savić, 2020) .

Work From Home ini merupakan bagian dari *Telecommuting* dan bukanlah hal yang baru didunia kerja (Mungkasa, 2020a). *Telecommuting* ini diperkenalkan sebagai solusi untuk pengurangan lalu lintas jam puncak pada tahun 1974 (Mungkasa, 2020b). *Telecommuting* atau bekerja jarak jauh digambarkan sebagai penyelesaian tugas dengan berada di lokasi yang jauh dari kantor setidaknya satu atau dua hari per minggu (Mungkasa, 2020a). Akan tetapi dari masa pandemi hingga masa adaptasi kebiasaan baru, para pekerja dipaksa untuk tetap di rumah dan bekerja dari rumah atau *Work From Home* (Waizenegger et al., 2020).

Data survei online tentang dampak darurat virus corona terhadap karyawan maupun buruh menyatakan bahwa terdapat 51 persen karyawan tetap bekerja, namun hanya dari rumah, tidak ke kantor maupun ke tempat kerja (Vibriyanti, 2020). Beberapa perusahaan besar di Amerika juga menyatakan bahwa akan para karyawan tidak akan bekerja di kantor hingga 2021 mendatang diantaranya, *Google, Universal Music Group, Warner Music Group, Sony Music, Amazon Corporate* dan lainnya. Beberapa perusahaan juga mengumumkan bahwa karyawan tak perlu bekerja lagi di kantor, seperti *Facebook, Twitter, Square, Slack, Shopify* dan *Zillow* (CNN Indonesia, 2020a).

Hingga bulan april 2020 di Jakarta Selatan, terdaftar bahwa terdapat 528 perusahaan yang telah melakukan *work from home* total dan *work from home* sebagian dengan jumlah pekerja 168486 pekerja (Marison, 2020). Untuk di seluruh Jakarta tercatat 3290 perusahaan yang telah melakukan *work from home* dan tercatat 1.194.187 tenaga kerja yang dapat bekerja di rumah (Ramli, 2020). Menurut SE Disnakertrans dan Energi DKI Jakarta 14/2020, pimpinan perusahaan diharapkan mengambil langkah pencegahan terkait risiko penularan infeksi COVID-19. Langkah – langkah pencegahan ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu : (1) Perusahaan dapat menghentikan seluruh kegiatan usahanya untuk sementara, (2) Perusahaan dapat mengurangi sebagian kegiatan usahanya seperti, mengurangi sebagian karyawan, mengurangi waktu kerja, dan fasilitas operasional untuk sementara, (3) Perusahaan yang tidak dapat menghentikan kegiatan usahanya, mengingatkan kepentingan langsung yang berhubungan dengan pelayanan kesehatan, kebutuhan bahan – bahan pokok, dan bahan bakar minyak (Oktavira, 2020).

Penerapan Work From Office

Mulai 8 Juni 2020 para pekerja mulai kembali di kantor dengan menerapkan adaptasi kebiasaan baru. Dalam penerapannya menyatakan bahwa hanya 50 persen dari keseluruhan pekerja yang dipersilahkan dapat kembali bekerja di kantor (Shalihah, 2020). Dari 50 persen ini yang bekerja hanyalah kelompok bekerja yang berusia 45 tahun kebawah dalam keadaan sehat dan selalu memperhatikan protokol kesehatan (Haris, 2020). Ketentuan berikutnya, setiap perusahaan harus membagi jam kerja sekurang kurangnya dua shift kerja (Sari, 2020).

Menaker menyatakan bahwa jika terdapat perusahaan yang melanggar protokol kesehatan, maka akan terdapat sanksi administratif berupa penutupan sementara maksimal tiga kali dua puluh empat jam. Jika perusahaan tetap melanggar maka perusahaan akan dikenakan denda sebesar Rp.50 Juta , dan perusahaan wajib membayar tersebut paling lambat tujuh hari kerja (Rozi, 2020). Hingga ketentuan ini dibuat masih terdapat 13 perusahaan yang telah ditutup sementara karena telah melanggar protokol kesehatan pada bulan april sampai bulan agustus (AntaraNews, 2020). Walau memang tercatat hingga bulan juni adanya penurunan pelanggaran yang dilakukan perusahaan. Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi dan Energi Provinsi DKI Jakarta telah membagi tiga kategori pelanggaran : (1) Perusahaan yang tidak dikecualikan PSBB, dan sanksi yang diberikan, penghentian sementara, (2) Perusahaan tidak dikecualikan dari PSBB akan tetapi memiliki izin operasional dari Kementerian Perindustrian, tidak menjalankan protokol kesehatan, sanksi yang diberikan diberi peringatan , (3) Perusahaan dikecualikan PSBB,

tidak menjalankan protokol kesehatan, sanksi diberikan, diberi peringatan. Sampai tanggal 9 juni tercatat yang melanggar kategori pertama 0/0, kategori kedua 0/0, dan kategori ketiga 5/670 (Amalia, 2020).

Tantangan yang dihadapi saat masa adaptasi kebiasaan baru

Dalam menghadapi masa adaptasi kebiasaan baru perusahaan mengalami beberapa tantangan diantaranya : 1) Strategi apa yang dapat dilakukan perusahaan dalam kebijakan adaptasi kebiasaan baru ini?, 2) Perusahaan harus mampu mengelola karyawan baik saat *work from home* maupun karyawan yang berada di kantor. Dengan keadaan masa adaptasi kebiasaan baru dimana perusahaan mengalami dua sistem yaitu sistem *work from home* dan bekerja dari kantor, perusahaan harus mampu *handle* para karyawannya supaya tidak *lost*, 3) Bagaimana cara perusahaan untuk melakukan programnya yang berhubungan dengan tatap muka? Walaupun memang ada beberapa program dapat dilakukan secara online atau virtual ,akan tetapi cara ini tidak cukup efektif salah satu contoh program yang sedikit sulit dilakukan dengan metode virtual adalah training, 4) Perusahaan harus mampu mengelola ketakutan serta kecemasan para karyawan, manajemen maupun pelanggan. Dalam keadaan adaptasi kebiasaan baru dimana, virus masih dapat menyerang kita pastinya para stakeholder merasa cemas dan takut sehingga perusahaan dapat dapat membuat kebijakan baik untuk karyawan maupun pelanggan seperti, menggunakan masker dan menyediakan sabun cuci tangan di beberapa titik di kantor, 5) Perusahaan harus dapat menyesuaikan dengan protokol kesehatan yang ada? Dengan dibukanya kantor perusahaan harus memenuhi protokol kesehatan yang ada sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020, maka para karyawan harus mampu beradaptasi untuk menyesuaikan dengan kebijakan tersebut, 6) Bagaimana perusahaan mampu membuat karyawan produktif baik saat *work from home* maupun bekerja di kantor? (Esthi, 2020), 7) Perusahaan dan karyawan harus dapat beradaptasi dengan teknologi dalam menjalankan pekerjaannya. Karena kegiatan kantor hampir keseluruhan dilakukan secara online sehingga peran bagian TI akan lebih penting dari sebelum pandemi, dan mungkin perusahaan akan membutuhkan banyak staf TI dalam mendukung baik operasional maupun infrastruktur perusahaan (Handayani, 2020).

Kelebihan dan Kekurangan *Work From Home* dan *Work From Office* (Bekerja dari Kantor)

Manfaat yang dapat dirasakan dari sistem kerja *work from home* adalah fleksibilitas kerja. Dengan ditetapkannya sistem *work from home ini*, para karyawan dapat menemukan

pola kerjanya sendiri dan para karyawan dapat mengharmonisasi antara tugas serta tanggung jawab baik kepada kantor maupun terhadap keluarga (Versey, 2015) sehingga tercapainya keseimbangan kehidupan kerja atau *Work – Life Balance* (Mallett et al., 2020). Dengan fleksibilitas kerja, tingkat stress kerja karyawan akan menurun sehingga, kepuasan kerja karyawan akan meningkat (Waizenegger et al., 2020), dan menyebabkan produktivitas karyawan dalam bekerja meningkat (Bloom et al., 2015), serta tingkat turnover di perusahaan menurun (Mungkasa, 2020b). Selain itu dengan adanya *work from home* maka terciptalah efisiensi biaya baik bagi perusahaan maupun para karyawan, para karyawan tidak perlu mengerluarkan biaya untuk transportasi untuk pergi ke kantor (Ollo-López et al., 2020) dan untuk perusahaan maka, beban operasional di perusahaan dapat ditekan karena berkurangnya aktivitas di kantor (Wardhana, 2020). Dalam literatur Gartner Press Release (2020) mengatakan bahwa para CFO mengatakan pekerjaan jarak jauh ini merupakan salah satu contoh penghematan biaya kreatif untuk menghindari pemotongan dan meminimalkan dampak negatif terhadap operasi.

Akan tetapi dengan adanya *work from home* ini para karyawan memungkinkan tidak dapat fokus dalam bekerja dikarenakan terdistraksi dari gangguan – gangguan dari anggota keluarga di rumah atau pekerjaan di rumah (Delanoei et al., 2019). *Work from home* ini juga sering menimbulkan *miscommunication* baik ke sesama rekan kerja maupun atasan, karena kesulitan komunikasi pada masa *work from home* ini, walaupun dapat dilakukan secara virtual akan tetapi terjadi beberapa kemungkinan koneksi terputus atau koneksi lambat yang mempersulit komunikasi (Catriana, 2020), selain itu menimbulkan lemahnya hubungan baik antar rekan karyawan maupun atasan (Bellmann dan Hübler, 2020). Dengan pekerjaan yang fleksibel saat *work from home* ini pun, jam kerja karyawan menjadi tidak teratur, dalam *work from home* ini karyawan dapat langsung mengerjakan tugasnya dalam dua puluh empat jam atau menundanya (Smartpresence.id, 2020). Dengan berada lingkungan dan suasana yang berbeda juga karyawan dapat kehilangan motivasi dalam bekerja. Saat di kantor para karyawan berada pada suasana yang kompetitif dimana para karyawan harus bersaing dan lebih unggul dari satu sama lain (Xhena, 2020). Dalam penelitiannya Mungkasa (2020a) menyebutkan terdapat beberapa kendala yang mungkin akan dialami perusahaan pada masa *work from home* diantaranya seperti : 1) Organisasi harus keluar dari zona nyaman mereka , 2) para atasan akan sulit memantau para karyawan, 3) Sulit untuk mendorong sinergitas tim dalam kerjasama kelompok.

Tabel 6 Kelebihan dan Kelemahan Work From Home

Dengan dimulainya kembali sistem *work from office* atau bekerja di kantor maka

	Kelebihan	Kelemahan
Karyawan	Efisiensi Biaya	<i>Miscommunication</i>
	Fleksibilitas Kerja	Sulit Fokus
	Meningkatkan waktu bersama keluarga	Jam kerja tidak teratur
	Tercapainya <i>Work – Life Balance</i>	Kehilangan Motivasi kerja
	Kepuasan kerja meningkat	
Perusahaan	Efisiensi Biaya	Kesulitan dalam memantau karyawan
	Meningkatkan produktivitas kerja	Sulit mendorong sinegritas tim
	Menurunnya <i>Turnover</i>	Keluar dari zona nyaman organisasi

dipastikan hubungan antar karyawan menjadi lebih dekat, karena para karyawan sadar bahwa berharganya kesempatan untuk terhubung dengan rekan kerja setelah lama menggunakan sistem *work from home* (Handayani, 2020). Selain itu para karyawan akan lebih fokus, karena mendapat fasilitas dan lingkungan yang mendukung dari perusahaan (Hidayatullah, 2019). Selain itu para atasan akan lebih mudah dalam memantau para karyawannya.

Akan tetapi dengan dimulainya kembali bekerja di kantor para karyawan harus beradaptasi untuk terus menggunakan masker baik di dalam kantor maupun di luar kantor (KemenkesRI, 2020), dan juga dengan dibukanya kembali kantor, para karyawan akan mulai mengeluarkan biaya seperti: transport, bensin dan lainnya ,selain itu perusahaan perlu mempersiapkan perubahan lingkungan kerja fisik seperti, merubah letak meja kerja sebanyak 1 meter, mempersiapkan *hand sanitizer* di beberapa tempat (Handayani, 2020).

	Kelebihan	Kelemahan
Karyawan	Lebih Fokus kerja	Mengeluarkan biaya transport

	Mendapat Fasilitas	Beradaptasi untuk selalu menggunakan masker dan rajin mencuci tangan
	Hubungan antar rekan kerja menjadi lebih dekat	
Perusahaan	Lebih mudah memantau karyawan	Mengeluarkan biaya untuk mempersiapkan perubahan lingkungan kerja fisik

Tabel 7 Kelebihan dan Kelemahan *Work From Office*

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai transisi pekerjaan kantor pada masa adaptasi kebiasaan baru dapat ditarik kesimpulan bahwa memang pada masa adaptasi kebiasaan baru terdapat perubahan, yaitu perusahaan mengalami dua sistem yaitu sistem *work from home* dan Kembali bekerja di rumah dengan protokol kesehatan yang ada. Untuk perusahaan yang memutuskan melakukan *work from home* atau bekerja di rumah, maka keseluruhan kegiatan kantor akan dilakukan secara online, salah satu contohnya adalah rapat. Rapat biasanya dilakukan secara tatap muka akan tetapi, dengan perusahaan dihadapi masa adaptasi kebiasaan baru maka perusahaan menyiapkan tools, seperti *Zoom*, *Skype* maupun *Google Meeting* agar kegiatan rapat dapat tetap dilakukan. Sama halnya dengan memulai kegiatan bekerja kembali di kantor, seluruh kegiatan di kantor harus sesuai dengan protokol kesehatan seperti : menggunakan masker baik di kantor maupun di luar kantor, rajin mencuci tangan atau menggunakan *hand sanitizer*, dan menjaga jarak sebanyak 1 meter antar satu sama lain.

Dari kedua sistem ini, keduanya memiliki baik kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dari *work from home* sendiri para pekerja dapat bekerja fleksibel dan lebih mudah untuk membagi waktunya bersama keluarga, selain itu terjadi pengurangan biaya baik karyawan maupun perusahaan. Untuk karyawan, para karyawan tidak perlu mengeluarkan biaya seperti transport untuk ke kantor, untuk perusahaan akan ada pengurangan biaya operasional karena kurangnya aktivitas kantor. Untuk sistem *work from office* atau bekerja dari kantor, karyawan akan lebih fokus dalam bekerja karena, baik fasilitas dan lingkungan kantor yang cocok dengan karyawan. Sementara itu kelemahan dari menerapkan sistem *work from home*, karyawan memungkinkan akan sulit fokus dengan pekerjaan karena gangguan – gangguan seperti, dari anggota keluarga dan pekerjaan rumah. Selain itu

sulitnya berkomunikasi baik untuk sesama rekan kerja dan atasan, dan memungkinkan untuk terjadi *miscommunication*. Dalam sistem bekerja dari kantor pun, perusahaan harus memastikan selalu para karyawan untuk selalu menggunakan masker dan memenuhi protokol kesehatan yang ada, serta perusahaan harus mempersiapkan biaya untuk menyiapkan *hand sanitizer* di berbagai tempat, dan memastikan seluruh ruangan bersih.

Dalam menjalani adaptasi kebiasaan baru ini pun baik perusahaan maupun karyawan memiliki tantangan tersendiri seperti, memikirkan strategi dan langkah yang tepat yang dilakukan perusahaan dalam masa adaptasi kebiasaan baru ini, Menghandle karyawan agar tidak ada yang lost dan dapat tetap produktif, Mengatasi rasa ketakutan serta kecemasan yang dialami oleh para stakeholder, Perusahaan juga memikirkan bagaimana cara menjalankan beberapa program yang harus dilakukan dengan tatap muka, dan baik perusahaan dan karyawan harus dapat beradaptasi baik dengan protokol kesehatan yang ada maupun dengan teknologi dalam menjalankan pekerjaannya. Kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak melakukan uji langsung pada perusahaan mengenai kedua sistem kerja pada adaptasi kebiasaan baru, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan pengujian langsung ke perusahaan mengenai kedua sistem kerja tersebut, dan dapat menambahkan topik seperti perubahan tata ruang yang terjadi pada adaptasi kebiasaan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Y. (2020). Perusahaan Melanggar Protokol Kesehatan Menurun Drastis Sejak Awal Juni _ merdeka. Retrieved November 5, 2020, from Merdeka.com website: <https://www.merdeka.com/jakarta/perusahaan-melanggar-protokol-kesehatan-menurun-drastis-sejak-awal-juni.html>
- AntaraNews. (2020). 804 perusahaan di Jakpus disidak terkait penerapan protokol kesehatan. Retrieved September 22, 2020, from <https://www.antaranews.com/berita/1711294/804-perusahaan-di-jakpus-disidak-terkait-penerapan-protokol-kesehatan>
- Bellmann, L., & Hübler, O. (2020). Working from home, job satisfaction and work–life balance – robust or heterogeneous links? *International Journal of Manpower*. <https://doi.org/10.1108/IJM-10-2019-0458>
- Bloom, N., Liang, J., Roberts, J., & Ying, Z. J. (2015). Does Working From Home Work? Evidence From a Chinese Experiment. *The Quarterly Journal of Economics*, 130(1), 165–218. <https://doi.org/10.1093/qje/qju032>. Advance
- Catriana, E. (2020). Ini Kelebihan dan Kekurangan Bekerja dari Rumah Halaman all - Kompas. Retrieved November 10, 2020, from Kompas.Com website: <https://money.kompas.com/read/2020/06/11/193500626/ini-kelebihan-dan-kekurangan-bekerja-dari-rumah?page=all>
- CNN Indonesia. (2020a). Daftar Perusahaan yang Terapkan *WORK FROM HOME* Hingga 2021 dan Selamanya. Retrieved November 4, 2020, from CNN Indonesia website:

- <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200803074343-92-531468/daftar-perusahaan-yang-terapkan-Work-From-Home-hingga-2021-dan-selamanya>
- CNN Indonesia. (2020b). Kementerian BUMN Ungkap Skenario dan Tahap New Normal. Retrieved September 14, 2020, from Cnnindonesia.Com website: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200518124642-92-504434/kementerian-bumn-ungkap-skenario-dan-tahap-new-normal/>
- Damayanti, A. (2020). Kerja Kantoran Bakal Berubah Total Setelah Pandemi Corona. Retrieved October 10, 2020, from detikFinance website: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5011357/kerja-kantor-bakal-berubah-total-setelah-pandemi-corona>
- Delanoetje, J., Verbruggen, M., & Germeys, L. (2019). Boundary role transitions: A day-to-day approach to explain the effects of home-based telework on work-to-home conflict and home-to-work conflict. *Human Relations*, 72(12), 1843–1868. <https://doi.org/10.1177/0018726718823071>
- Diab-Bahman, R., & Al-Enzi, A. (2020). The impact of COVID-19 pandemic on conventional work settings. *International Journal of Sociology and Social Policy*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/ijssp-07-2020-0262>
- Esthi, R. B. (2020). Strategi Sumber Daya Manusia Di Masa Pandemi Dan New Normal Melalui Remote Working , Employee Productivity , Dan Upskilling For Digital JPM : Jurnal Pengabdian Masyarakat. 1(1), 23–25.
- Gartner Press Release. (2020). Gartner CFO Survey Reveals 74% Intend to Shift Some Employees to Remote Work Permanently”. Retrieved October 7, 2020, from Gartner website: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-04-03-gartner-cfo-survey-reveals-74-percent-of-orgs-to-shift-some-employees-to-remote-work-permanently>
- Handayani, M. T. (2020). 9 Perubahan di dunia kerja yang mungkin terjadi setelah pandemi. Retrieved November 10, 2020, from Ekirut website: <https://www.ekirut.com/media/perubahan-di-dunia-kerja>
- Haris, A. (2020). Begini Penerapan New Normal Saat Bekerja di Kantor Menurut Jubir COVID-19. Retrieved November 4, 2020, from Akurat.co website: <https://akurat.co/gayahidup/id-1127704-read-begini-penerapan-new-normal-saat-bekerja-di-kantor-menurut-jubir-covid19>
- Hidayatullah, A. (2019). Berminat Kerja Kantoran_ Simak Dulu Kelebihan dan Kekurangannya. Retrieved November 3, 2020, from Suara.com website: <https://www.suara.com/bisnis/2019/03/22/081000/berminat-kerja-kantor-simak-dulu-kelebihan-dan-kekurangannya>
- Idris, M. (2020). Mulai 1 Juni, Ini Skenario Tahapan New Normal untuk Pemulihan Ekonomi. Retrieved November 3, 2020, from Kompas.Com website: <https://money.kompas.com/read/2020/05/26/073708726/mulai-1-juni-ini-skenario-tahapan-new-normal-untuk-pemulihan-ekonomi?page=all>
- KemenkesRI. (2020). Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MenKes/413/2020 Tentang Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *MenKes/413/2020*, 2019, 1–207.
- Kementerian Keuangan. (2020). Bekerja dari Rumah (Work From Home) Dari Sudut Pandang Unit Kepatuhan Internal. Retrieved November 9, 2020, from Kemenkeu.Go.Id website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13014/Bekerja-dari-Rumah-Work-From-Home-Dari-Sudut-Pandang-Unit-Kepatuhan-Internal.html>
- Mallett, O., Marks, A., & Skountridaki, L. (2020). Where does work belong anymore? The implications of intensive homebased working. *Gender in Management*. <https://doi.org/10.1108/GM-06-2020-0173>

- Marison, W. (2020). 528 Perusahaan di Jaksel Sudah Terapkan *WORK FROM HOME*. Retrieved November 4, 2020, from Kompas.Com website: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/04/07/16194441/528-perusahaan-di-jaksel-sudah-terapkan-Work-From-Home>
- Mungkasa, O. (2020a). Bekerja dari Rumah (Working From Home/*WORK FROM HOME*): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 126–150. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.119>
- Mungkasa, O. (2020b). Bekerja Jarak Jauh (Telecommuting): Konsep, Penerapan dan Pembelajaran. *Bappenas Working Papers*, 3(1), 1–32. <https://doi.org/10.47266/bwp.v3i1.52>
- Oktavira, B. A. (2020). Ulasan lengkap : Ketentuan Pelaksanaan Work From Home di Tengah Wabah Corona. Retrieved November 5, 2020, from Hukum Online website: <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5e7326fd25227/ketentuan-pelaksanaan-i-work-from-home-i-di-tengah-wabah-corona/>
- Ollo-López, A., Goñi-Legaz, S., & Erro-Garcés, A. (2020). Home-based telework: usefulness and facilitators. *International Journal of Manpower*. <https://doi.org/10.1108/IJM-02-2020-0062>
- Palumbo, R. (2020). Let me go to the office! An investigation into the side effects of working from home on work-life balance. *International Journal of Public Sector Management, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJPSM-06-2020-0150>
- Parker, L. D. (2020). The COVID-19 office in transition: cost, efficiency and the social responsibility business case. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 2020(February). <https://doi.org/10.1108/AAAJ-06-2020-4609>
- Powell, A., & Craig, L. (2015). Gender differences in working at home and time use patterns: evidence from Australia. *Work, Employment and Society*, 29(4), 571–589. <https://doi.org/10.1177/0950017014568140>
- Prayoga, N. E. (2020). Implementasi Work From Home Sebagai Upaya “Social Distancing”: A Blessing in Disguise? Retrieved November 4, 2020, from Artikel DJKN website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13010/Implementasi-Work-From-Home-Sebagai-Upaya-Social-Distancing-A-Blessing-in-Disguise.html>
- Rahardyan, A. (2020). Perusahaan yang Menerapkan *WORK FROM HOME* Diperlihatkan Kepada Publik. Retrieved October 12, 2020, from Jakarta Bisnis website: <https://jakarta.bisnis.com/read/20200323/77/1216989/perusahaan-yang-menerapkan-Work-From-Home-diperlihatkan-kepada-publik>
- Ramli, R. R. (2020). Di Jakarta, 3290 Perusahaan Sudah Terapkan *WORK FROM HOME*. Retrieved November 5, 2020, from Kompas.Com website: <https://money.kompas.com/read/2020/04/06/140800426/di-jakarta-3290-perusahaan-sudah-terapkan-Work-From-Home>
- Rowley, D. J., & Slack, D. F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News*, 27(6), 31–39. <https://doi.org/10.1097/00005721-198803000-00020>
- Rozi, K. (2020). Langgar Protokol Kesehatan, Perusahaan di Jakarta Bisa Didenda Rp150 Juta. Retrieved November 5, 2020, from Ayo Jakarta website: <https://www.ayojakarta.com/read/2020/08/21/23156/langgar-protokol-kesehatan-perusahaan-di-jakarta-bisa-didenda-rp150-juta>
- Sari, N. (2020). Perkantoran di Jakarta Buka 8 Juni, 50 Persen Karyawan Kerja di Kantor. Retrieved November 5, 2020, from Kompas.Com website: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/06/04/13354821/perkantoran-di-jakarta-buka-8-juni-50-persen-karyawan-kerja-di-kantor>
- Savić, D. (2020). COVID-19 and work from home: Digital transformation of the workforce. *Grey Journal*, 16(2), 101–104.

- Shalihah, N. F. (2020). Panduan Lengkap Berangkat hingga Pulang Kerja di Era New Normal Halaman all - Kompas. Retrieved November 4, 2020, from Kompas.Com website: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/06/08/053100865/panduan-lengkap-berangkat-hingga-pulang-kerja-di-era-new-normal?page=all>
- Smartpresence.id. (2020). Kelebihan & Kekurangan Work From Home - SmartPresence. Retrieved November 12, 2020, from Smartpresence.id website: <https://smartpresence.id/kelebihan-kekurangan-work-from-home/#:~:text=Menghemat Biaya Pengeluaran,from home ini sebaik mungkin.>
- Tuti, R. W. D. (2020). Analisis Implementasi Kebijakan Work From Home Kesejahteraan Pengemudi Transportasi Online di Indonesia pada Kesejahteraan Pengemudi Transportasi Online Di Indonesia. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(1), 73–85.
- Utami, F. A. (2020). Apa Itu Work From Home? Retrieved November 9, 2020, from WartaEkonomi.co.id website: <https://www.wartaekonomi.co.id/read276630/apa-itu-work-from-homehttps://www.wartaekonomi.co.id/read276630/apa-itu-work-from-home>
- Velarosdela, R. N. (2020). Ini 4 Pedoman Bekerja di Kantor Saat New Normal Berlaku Halaman all - Kompas. Retrieved November 3, 2020, from Kompas.Com website: <https://megapolitan.kompas.com/read/2020/06/03/09111981/ini-4-pedoman-bekerja-di-kantor-saat-new-normal-berlaku?page=all>
- Versey, H. S. (2015). Managing work and family: Do control strategies help? *Developmental Psychology*, 51(11), 1672–1681. <https://doi.org/10.1037/a0039607>
- Vibriyanti, D. (2020). Work From Home : Cara Bekerja Baru di Masa Pandemi COVID-19 - Pusat Penelitian Kependudukan LIPI | Pusat Penelitian Kependudukan LIPI. Retrieved November 4, 2020, from Pusat Penelitian Kependudukan LIPI website: <https://kependudukan.lipi.go.id/id/berita/53-mencatatcovid19/856-work-from-home-cara-bekerja-baru-di-masa-pandemi-Covid-19>
- Waizenegger, L., McKenna, B., Cai, W., & Bendz, T. (2020). An affordance perspective of team collaboration and enforced working from home during COVID-19. *European Journal of Information Systems*, 00(00), 1–14. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1800417>
- Wardhana, I. W. (2020). “Work from Home” Selamanya? Retrieved November 10, 2020, from News.Detik.Com website: <https://news.detik.com/kolom/d-5031726/work-from-home-selamanya>
- WHO. (2020). WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. Retrieved September 14, 2020, from Who website: <https://covid19.who.int/>
- World Health Organisation. (2020). Coronavirus (COVID-19) events as they happen. Retrieved September 14, 2020, from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen>
- Xhena. (2020). Kelebihan, Kekurangan serta Tips Work From Home (*WORK FROM HOME*). Retrieved November 13, 2020, from Enigmacamp.Com website: <https://www.enigmacamp.com/kelebihan-kekurangan-serta-tips-work-from-home-Work From Home/>

UKM MENUJU ERA NEW NORMAL

Marissa Silooy³⁷

Grace Persulesy

Universitas Kristen Indonesia Maluku

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kesiapan kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon beradaptasi dengan kebiasaan baru (new normal) agar dapat menciptakan kehidupan yang berkelanjutan. Peneliti menggunakan TRI mengukur kecenderungan seseorang menerima dan menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tujuan dalam kehidupan rumah tangga atau di tempat usaha yang terdiri dari (1) Optimisme, (2) Keinovasian, (3) Ketidaknyamanan. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Jenis penelitian adalah penelitian observasional karena tidak melakukan perlakuan terhadap objek hanya melakukan observasi, dan menurut analisisnya merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena tidak melakukan pengujian statistik hanya melihat bagaimana kesiapan kelompok UKM beradaptasi dengan kebiasaan baru. Hasil penelitian menunjukkan kelompok usaha UKM belum siap beradaptasi dengan kebiasaan baru sehingga dinilai tidak mampu bertahan. Oleh karena itu, untuk menjaga eksistensi dan kehidupan yang berkelanjutan pada kelompok UKM maka yayasan perlu mendapat pendampingan dan pelatihan untuk merubah strategi marketing secara digital dalam membangun kontinuitas bisnis menuju tatanan baru di era new normal. Perubahan pola pikir hingga penguatan platform digital yang memfasilitasi komunikasi selama situasi pandemic sangat dibutuhkan sehingga ketahanan adaptasi terhadap teknologi dapat berlangsung secara dinamis dan berkesinambungan.

Kata kunci: *usaha kecil menengah, new normal*

PENDAHULUAN

Sebuah kenyataan yang tidak dapat dipungkiri lagi bahwa pandemic covid-19 telah memberi dampak negatif bagi perekonomian global. Pandemi COVID-19 ini juga menyebabkan dampak yang begitu besar di berbagai tingkatan, namun dampak yang terberat dirasakan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Pada kondisi sekarang ini, sangat banyak pelaku UMKM di sektor jasa dan produksi yang menghadapi berbagai tantangan akibat adanya pandemi COVID-19, antara lain terjadinya penurunan omset penjualan secara signifikan, penurunan jumlah konsumen yang membeli, kesulitan dalam memperoleh bahan baku dan hambatan dalam pemasaran produk (Rulandari et al., 2020).

UKM merupakan sektor ekonomi yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Kenyataan menunjukkan bahwa sejak pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan physical

³⁷mshellokittycha@gmail.com

distancing untuk mengurangi dampak pandemic, mulai PSBB hingga penerapan new normal. Implikasinya ada pengurangan interaksi secara langsung.

Transformasi tidak terelakan pada dunia bisnis. Tidak terkecuali pada sektor UKM. Tidak sedikit sektor UKM yang terimbas pandemic. Mulai penurunan omzet hingga masalah terkait dengan kerja sama mitra. Berbagai perubahan terjadi saat pandemic. Mode komunikasi dan pola kerja berubah. Begitu juga pola perilaku konsumen, banyak yang menjadi baru dan bergeser. Kondisi ini menuntut kelompok UKM untuk cepat tanggap dalam merespons perubahan agar dapat beradaptasi dengan kebiasaan baru (*new normal*).

Menurut Kumala dan Junaidi (2020) istilah tatanan kehidupan baru sering kali disebut sebagai “Era Adaptasi Kebiasaan Baru”. Adaptasi kebiasaan baru merupakan suatu paradigma hidup baru yang menyatakan bahwa manusia diharuskan bisa berdamai dan berdampingan dengan COVID-19, yaitu dengan melaksanakan hidup sesuai dengan protokol kesehatan, contohnya seperti penerapan pola hidup sehat dan bersih serta selalu memakai masker selama vaksin belum ditemukan.

UKM di Indonesia harus dapat mempertahankan eksistensi dan kehidupan yang berkelanjutan dengan memperhatikan adanya perubahan atau peralihan perilaku konsumen dan fenomena yang terjadi pada era pandemic covid-19. UKM perlu melakukan upaya adaptasi di era new normal ini, yaitu dengan merubah strategi marketing secara digital. Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital (Maulana, 2017).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga. Keberadaan UKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini akibat pandemic covid-19. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

Menteri Koperasi dan UKM Puspayoga menegaskan bahwa saat ini UMKM harus benar-benar memanfaatkan internet sebagai bagian dari strategi pemasaran maupun branding produk (Supriadi, 2016). Puspayoga pun meyakini bahwa internet dapat meningkatkan penjualan produk UMKM, untuk selanjutnya diikuti dengan peningkatan produksi dan produktivitas UMKM. Tantangan kontinuitas dan kualitas produk yang dapat

dihadapi dengan baik akan membuat UMKM sukses dan cepat berkembang ditengah kondisi pandemic covid-19.

Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasuki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (engage) calon konsumen.

Kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng merupakan kelompok UKM yang tersebar di beberapa desa di Kota Ambon. Kelompok UKM ini terdiri dari tiga belas kelompok usaha yang bergerak dibidang usaha kecil dan menengah yang didominasi oleh usaha kecil. Usaha kecil seperti contoh pedagang pulsa, pedagang makanan siap jadi, pedagang kue/jajanan, pedagang sayur, pedagang kelontong, pedagang pakaian bekas. Sementara untuk usaha menengah seperti kios sembako, salon, warung makan/café, usaha minyak tanah, usaha minyak kayu putih, penjahit busana dan usaha ternak ayam.

Dalam menjalani usaha selama masa pandemic covid-19 kelompok UKM ini masih menjalankan usaha secara offline yang menyebabkan omset penjualan menurun. Banyak kelompok usaha yang sudah beralih ke penjualan secara online sementara kelompok UKM ini belum bisa beradaptasi dengan perubahan yang ada. Alasan utama adalah mereka belum memiliki pengetahuan menjalankan usaha secara online dan belum mampu menggunakan internet dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mencoba melihat bagaimana kesiapan kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru (*new normal*) dengan merubah strategi marketing secara digital untuk tetap bertahan menjaga eksistensi dan kehidupan yang berkelanjutan.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Usaha Kecil Menengah

Pengertian Usaha Kecil

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. Kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah). (www.bi.go.id)

Pengertian Usaha Menengah

Dalam Undang-Undang tersebut dalam Bab IV pasal 6 menyebutkan bahwa kriteria usaha menengah sebagai berikut:

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah) (<http://www.bi.go.id>).

Pengertian Usaha Kecil Menengah

Selain pengertian-pengertian diatas, juga terdapat pengertian secara umum mengenai Usaha Kecil Menengah yang dikeluarkan oleh berbagai lembaga sebagai berikut :

Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 Pengertian Usaha Kecil Menengah: Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Pengertian Usaha Kecil Menengah: Berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki

jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Strategi UKM

Beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya dalam menghadapi pandemic covid-19 (Hardilawati, 2020):

E-commerce Melalui e-commerce hambatan penjualan produk dari sisi jangkauan penjualan dapat dihilangkan. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan ini untuk memperluas pangsa pasar serta membangun hubungan menggunakan system pemasaran yang optimal.

Digital Marketing Agar pemasaran lebih efektif maka pelaku UMKM perlu selalu belajar memanfaatkan teknologi. Pemilihan media yang digunakan serta menentukan cara komunikasi yang tepat diperlukan agar dapat sesuai dengan pangsa pasar.

Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan Pelaku UMKM perlu meningkatkan pelayanan konsumen selain perbaikan kualitas produk. Peningkatan pelayanan konsumen dapat dilakukan dengan menyediakan layanan pembelian dan juga pengiriman secara online. Hal ini dilakukan agar membentuk kepuasan dan loyalitas konsumen.

Customer Relationship Marketing (CRM) CRM atau hubungan pemasaran dengan pelanggan diperlukan untuk menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dapat dicapai saat konsumen puas dan pelaku UMKM tetap mempertahankan hubungan dengan konsumen. Hal ini dilakukan sehingga dapat terjadi transaksi pembelian dari konsumen secara berulang.

Strategi UKM Untuk Mempertahankan Usaha

UMKM juga dapat melakukan strategi berikut untuk mempertahankan usahanya (Setiono, 2020). Strategi tersebut antara lain:

Memperbaiki kualitas produk dan layanan Perbaikan kualitas produk dan layanan diperlukan dengan melakukan pengembangan strategi penawaran produk. Pengembangan produk dan strategi penawaran ini perlu memperhatikan sudut pandang konsumen. Selain memperhatikan konsumen, perlu juga untuk memperhatikan tim atau mitra. Dalam berkoordinasi dan melakukan kolaborasi dengan tim atau mitra juga diperlukan perbaikan strategi, memanfaatkan teknologi dengan optimal Pelaku UMKM perlu memanfaatkan teknologi sehingga proses bisnisnya dapat efektif dan efisien. Dalam pemasaran dapat memanfaatkan jejaring social atau sering disebut digital marketing. mempersiapkan bisnis untuk lebih berkembang

Persiapan bisnis untuk lebih berkembang diimbangi dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. Dalam hal pemasaran dapat dioptimalkan melalui e-commerce sehingga saat pandemic sudah usai bisnis dapat berjalan lebih optimal.

Era Baru (*New Normal*)

Siapa pun yang memulai kata Normal Baru ini, jelas ada benang merah kesepahaman. Normal Baru, secara umum disepakati tanpa sadar, yakni menerangkan suatu kondisi yang terbentuk akibat lamanya kehidupan sosial masyarakat selama Covid-19. Waktu lama disini berarti cukup untuk menyamakan pendapat terkait waktu. Misalnya, kasus Covid-19 di Indonesia saja sudah lebih dari hitungan bulan. Kalau dihubungkan dengan kasus di Wuhan. Waktu yang membentuk perilaku baru ini bahkan sudah hampir memasuki satu tahun. Sehingga, kebiasaan itu menjadi kebiasaan baru yang akan melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa penelitian menjelaskan, suatu kebiasaan yang terus menerus dilakukan akan menjadi kebiasaan baru. Untuk hal ini, hampir semua peneliti sosial duduk dalam pendapat yang sama. Perbedaannya terletak berapa lama kebiasaan baru itu terbentuk. Beberapa ahli yang menetapkan berapa lama kebiasaan baru tercipta antara lain, Dr. Maxwell Maltz yang dari buku *Psychocybernetics* menetapkan 21 hari untuk membentuk kebiasaan baru (Maltz, 2015). Namun, Phillippa Lally dari University College London mengatakan penelitiannya menetapkan rata-rata 66 hari untuk merubah pembiasaan menjadi kebiasaan sebagaimana publikasi penelitiannya dalam *European Journal of Social Psychology* (researchgate.net).

Pendapat dua ahli ini juga dimuat oleh Kompas (12 Juli 2018) dengan judul 'Berapa Lama Waktu Yang Dibutuhkan Untuk Mengubah Kebiasaan?' Tetapi, seorang peserta diskusi dalam jaringan (daring) dengan aplikasi zoom sempat membatah penggunaan kata Normal Baru. Menurutnya, kata yang tepat untuk kondisi akibat covid-19 adalah *apnormal*. Bisa saja asumsi itu benar.

Pandangan ini sejalan dengan pernyataan Presiden Republik Indonesia Joko Widodo melalui akun twitter Sekretariat Kabinet menyampaikan istilah Normal Baru ini: "PSBB tidak dicabut, tapi kita harus memiliki sebuah tatanan kehidupan baru (*New Normal*) untuk bisa berdampingan dengan Covid-19. Artinya, kehidupan masyarakat berjalan. Tapi kita juga harus bisa menghindari diri dari COVID-19, dengan cara cuci tangan setelah beraktivitas, jaga jarak yang aman, dan pakai masker".

METODA

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif, untuk menggambarkan bagaimana kesiapan kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng beradaptasi dengan kebiasaan baru. Analisis diskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian kualitatif yang bertujuan mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi.

Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumber datanya, maka jenis data kualitatif dapat dibagi menjadi data primer dan data sekunder (Sarwono, 2006):

Data primer adalah data berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitiannya. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.

Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan. Data ini biasanya berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya. Termasuk dalam kategori data tersebut ialah data bentuk teks, gambar, suara, dan kombinasi antara ketiganya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang bagaimana kesiapan kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon beradaptasi dengan kebiasaan baru (*new normal*).

Pemilihan dan Penentuan Informan

Peneliti memperoleh informan penelitian dengan cara purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2009: 218). Adapun di dalam teknik purposive sampling diperlukan pertimbangan-pertimbangan untuk memilih dan menentukan sampel, peneliti harus memilih sampel yang dianggap mengetahui permasalahan yang terjadi sekaligus apa yang kita harapkan di dalam penelitian. Dengan demikian, dapat dihasilkan seorang informan kunci. Informan kunci adalah orang yang sangat berpengalaman dan bisa menyampaikan gagasan, orang yang pandangannya dapat menambah berguna dalam membantu pengamat memahami apa yang sedang terjadi (Patton, 2009).

Pada penelitian ini ditunjuk beberapa sampel sebagai obyek di dalam penelitian, yaitu kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon. Pada sampel ini jumlah sampel ditentukan oleh pertimbangan-pertimbangan informasi yang dilakukan.

Adapun informan untuk penelitian ini adalah kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng. Penulis menentukan informan ini karena kelompok UKM yang bersangkutan berlatar belakang sebagai pengusaha kecil dan menengah, secara langsung mengelola usaha dan keuangannya sendiri dan benar-benar memiliki banyak informasi dengan karakteristik seperti yang dimaksud untuk keperluan penelitian.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah kelompok UKM yang sudah menjalankan usaha selama lebih dari 4 tahun dan penghasilan per tahun kurang dari 100 juta. Informan kelompok UKM adalah 13 kelompok usaha.

Pengukuran konsep

Konsep yang akan diukur dalam penelitian ini yaitu bagaimana kesiapan kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng beradaptasi dengan kebiasaan baru (*new normal*). Untuk menjawab persoalan penelitian, peneliti menggunakan TRI mengukur kecenderungan seseorang menerima dan menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tujuan dalam kehidupan rumah tangga atau di tempat usaha. Konstruk utama dalam model TRI adalah kesiapan individu mengadopsi TI berdasarkan karakteristik kepribadian umum dan faktor contributor atau inhibitor terhadap teknologi baru. Berikut adalah konstruk-construct dalam model TRI (Parasuraman, 2000). 1) Optimisme, yaitu pandangan positif terhadap teknologi. Keyakinan positif terhadap teknologi dapat meningkatkan kendali, fleksibilitas, dan efisiensi dalam hidup karena teknologi. 2) Keinovasian, yaitu kecenderungan untuk menjadi pengguna pertama sebuah teknologi baru. 3) Ketidaknyamanan, yaitu perasaan kewalahan dan ketidakmampuan mengendalikan teknologi baru.

Validasi Data

Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moleong, 2007).

Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan metode. Pada triangulasi dengan metode, Patton dalam Moleong (2010: 331) menjelaskan terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian

beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Triangulasi ini dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode interview sama dengan metode observasi, atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika di-interview. Begitu pula teknik yang dilakukan untuk menguji sumber data, apakah sumber data ketika di-interview dan diobservasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda. Apabila berbeda maka peneliti harus dapat menjelaskan perbedaan itu, tujuannya adalah untuk mencari kesamaan data dengan metode yang berbeda. (Bungin, 2011: 265)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Gambaran Umum Objek Penelitian

Kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon adalah kelompok usaha yang terdiri dari 13 kelompok usaha, dikoordinir langsung oleh Yayasan milik Sinode GPM. Tiga belas kelompok usaha ini dalam menjalankan seluruh aktivitas usahanya diawasi langsung oleh Yayasan Sagu Salempeng. Kelompok usaha ini bergerak dibidang usaha kecil dan menengah tetapi didominasi oleh usaha kecil. Usaha kecil seperti contoh pedagang pulsa, pedagang makanan siap jadi, pedagang kue/jajanan, pedagang sayur, pedagang kelontong, pedagang pakaian bekas. Sementara untuk usaha menengah seperti kios sembako, salon, warung makan/café, usaha minyak tanah, usaha minyak kayu putih, penjahit busana dan usaha ternak ayam. Dalam menjalani usaha sehari-hari, kelompok UKM ini mengurus dan mengatur keuangan mereka sendiri. Rata-rata usia dari mereka adalah berkisar antara 30 sampai dengan 58 tahun yang sudah menjalankan usaha antara 3 sampai dengan 4 tahun lebih dengan latar belakang pendidikan sebagian besar adalah lulusan Sekolah Menengah Umum. Berdasarkan pra survei yang dilakukan pada kelompok UKM ini, menunjukkan bahwa kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng belum siap beradaptasi dengan kebiasaan baru (new norms) dalam pemanfaatan teknologi untuk menjual produknya. Penjualan masih dilakukan secara offline sehingga omset menurun di masa pandemic covid-19. Hal ini terjadi karena sebagian besar dari kelompok UKM ini tidak memiliki rasa optimisme terhadap usaha yang dijalankan. Selain itu juga kelompok UKM merasa tidak mampu dalam

penggunaan teknologi karena minimnya pengetahuan menjalankan usaha secara online dan belum mampu menggunakan internet dengan baik.

Analisis Sikap Optimisme

Tabel 1. Triangulasi Sikap Optimisme

No	Pernyataan Sikap
	Optimisme
1	Kami tidak terlalu menyukai ide atau gagasan melakukan usaha dengan menggunakan komputer karena kami tidak pandai dalam penggunaan.
2	Teknologi tidak memberikan kami kebebasan dalam aktivitas kami.
3	Mempelajari teknologi dapat menjadi sebuah keterlambatan bagi kami dalam memahami penggunaan teknologi.
4	Kami tidak terlalu menyukai ide/gagasan untuk melakukan usaha dengan menggunakan komputer sebab kami merasa ditekan oleh kebiasaan baru.
5	Kami tidak merasa optimis terkait teknologi
6	Kami berpikir bahwa teknologi didisain untuk memudahkan hidup biasanya mengecewakan pada hasilnya.
7	Kami merasa bahwa melakukan penjualan secara offline lebih sederhana dibandingkan secara online menggunakan computer.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa kelompok UKM sebagian besar memiliki sikap optimisme yang rendah dan bersifat negative. Hal ini ditunjukkan dengan sikap dari kelompok UKM menunjukkan sikap yang tidak optimis dalam menjalankan usaha yaitu kecenderungan sikap tidak siap dalam pemanfaatan teknologi di era *new normal* dengan merubah stategi marketing secara digital. Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa kelompok UKM tidak memiliki keyakinan positif bahwa teknologi dapat meningkatkan kendali, fleksibilitas, dan efisiensi dalam hidup. (1,2,3,4,5,6,7,)

Analisis Sikap Keinovasian

Tabel 2. Triangulasi Sikap Keinovasian

No	Pernyataan Sikap Keinovasian
1	Orang lain datang kepada kami unuk bertanya terkait teknologi dan kami tidak memahami sama sekali
2	Kami sudah melihat banyak pengusaha yang memepelajari tentang teknologi tapi kami belum tertarik.
3	Saat teknologi baru muncul kami masih menjalankan usaha kami secara offline dan masih berharap pada keadaan untuk normal kembali.
4	Kami tidak berusaha untuk mencari tahu layanan teknologi baru.
5	Kami menghindari mencoba hal-hal teknologi baru karena memerlukan waktu untuk mempelajarinya.
6	Kami tidak terlalu terbuka mempelajari teknologi-teknologi baru.
7	Tidak ada sensasi mencoba produk-produk teknologi baru karena segala yang kami kerjakan baik-baik saja.

Berdasarkan tabel diatas untuk sikap yang menunjukkan keinovasian, dapat dilihat bahwa kelompok UKM memiliki sikap keinovasian yang rendah dan bersifat negatif. Hal ini ditunjukkan dengan sikap kecenderungan untuk tidak menjadi pengguna sebuah teknologi baru. Mereka belum merasa tertarik untuk mempelajari penggunaan teknologi baru sehingga penjualan masih dilakukan secara offline dan mereka merasa segala yang dikerjakan baik-baik saja. (1,2,3,4,5,6,7)

Analisis Sikap Ketidaknyamanan

Tabel 3. Triangulasi Sikap Ketidaknyamanan

No	Pernyataan Sikap Ketidaknyamanan
1	Terkadang kami berpikir bahwa system teknologi tidaklah didisain untuk digunakan bagi orang biasa yang menjalankan usaha kecil.
2	Kami merasa bahwa teknologi baru terlalu rumit untuk digunakan.
3	Suatu keadaan yang memalukan ketika kami memiliki masalah dengan gadget teknologi sementara orang lain tidak.
4	Kami merasa bahwa system teknologi didesain dengan teknologi tinggi dan kami belum melihat secara lebih sederhana.
5	Kami tidak terlalu nyaman dengan penjualan secara online karena kami belum mampu menggunakan internet
6	Kami merasa bahwa akan sangat repot ketika menggunakan teknologi baru ketika ada masalah dengan teknologi tersebut.
7	Terkadang terlintas untuk mencoba teknologi baru tetapi sadar akan latar belakang pendidikan kami

Berdasarkan tabel diatas untuk sikap yang menunjukkan ketidaknyamanan, dapat dilihat bahwa kelompok UKM memiliki sikap ketidaknyamanan yang tinggi dan bersifat negatif. Hal ini ditunjukkan dengan kecenderungan merasa kewalahan dan

ketidaknyamanan ketika menggunakan teknologi baru yang dianggap terlalu rumit, merasa repot ketika gadget teknologi bermasalah dan berpikir bahwa system teknologi tidak didesain untuk digunakan bagi orang biasa seperti mereka yang menjalankan usaha kecil. (1,2,3,4,5,6,7)

PEMBAHASAN

Kesiapan Kelompok UKM Beradaptasi dengan Kebiasaan Baru (*new normal*)

Optimisme, yaitu pandangan positif terhadap teknologi. Keyakinan positif terhadap teknologi dapat meningkatkan kendali, fleksibilitas, dan efisiensi dalam hidup karena teknologi. Hasil menunjukkan bahwa kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng memiliki sikap optimisme yang rendah dalam menjalankan usaha dimasa pandemic covid-19. Tidak meyakini bahwa penggunaan teknologi dengan digital marketing membuat pemasaran lebih efektif sehingga mereka harus optimis belajar memanfaatkan teknologi dalam menghadapi era baru (*new normal*).

Keinovasian, yaitu kecenderungan untuk menjadi pengguna pertama sebuah teknologi baru. Mereka yang memiliki kecenderungan untuk menjadi pengguna pertama sebuah teknologi baru adalah orang-orang yang siap untuk menghadapi kebiasaan baru di era *new normal*. Berbeda dengan kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng, hasil menunjukkan mereka belum tertarik sebagai pengguna teknologi baru dimasa pandemic covid-19 untuk mempertahankan usahanya tetap berjalan stabil. Hal ini mungkin saja disebabkan karena latar belakang pendidikan responden yang rata-rata hanya lulusan sekolah menengah umum (SMU) sehingga menilai diri mereka tidak mampu menggunakan teknologi dengan baik dan tidak mempunyai pengetahuan menjalankan usaha secara online.

Ketidaknyamanan, yaitu perasaan kewalahan dan ketidakmampuan mengendalikan teknologi baru. Kelompok UKM menunjukkan sikap ketidaknyamanan yang tinggi karena menganggap teknologi terlalu rumit untuk digunakan dan menganggap bahwa system teknologi tidak didesain untuk mereka yang hanya menjalankan usaha kecil. Rasa ketidaknyamanan ini membuat kelompok UKM tetap bertahan dengan kondisi yang ada di tengah pandemic covid-19 tanpa berpikir untuk menyesuaikan diri dengan cepat.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menjawab persoalan yang ada bahwa kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon belum siap beradaptasi dengan kebiasaan baru. Hal ini ditunjukkan dengan sikap optimisme yang rendah, sikap keinovasian yang rendah dan rasa ketidaknyamanan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi baru

sehingga mereka memilih untuk menjalankan kegiatan usaha mereka secara offline walaupun omset mereka menurun. Mereka tidak menyadari bahwa di era baru new normal ini, persiapan bisnis untuk lebih berkembang harus diimbangi dengan meningkatkan kemampuan pelaku UKM. Dalam hal pemasaran dapat dioptimalkan melalui e-commerce sehingga saat pandemic sudah usai bisnis dapat berjalan lebih optimal.

SIMPULAN

Penelitian ini menjawab persoalan yang ada bahwa Kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon belum siap beradaptasi dengan kebiasaan baru (*new normal*). Kelompok UKM menunjukkan sikap optimisme yang rendah, sikap keinovasian yang rendah dan tingkat ketidaknyamanan yang tinggi terhadap penggunaan teknologi baru. Mereka enggan untuk mencoba karena tidak paham dengan cara pembuatan dan penggunaannya, meski ada pula yang merasa usahanya tidak membutuhkan pemasaran secara digital. Solusi dari permasalahan yang dihadapi kelompok UKM Yayasan Sagu Salempeng Ambon adalah yayasan perlu mendapat pendampingan dan pelatihan untuk merubah strategi marketing secara digital dalam membangun kontinuitas bisnis menuju tatanan baru di era new normal. Para pelaku UKM tersebut terhadang kendala masih minimnya pengetahuan terhadap digital marketing dan electronic commerce (e-commerce). Potensi pemanfaatan digital marketing ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah keterbatasan waktu. Peneliti belum melihat lebih jauh pengaruh ketidaksiapan UKM terhadap keberlangsungan usaha, sehingga dapat menghasilkan informasi yang menyeluruh tentang bagaimana dampak ketidaksiapan UKM terhadap keberlangsungan usaha menuju era new normal.

DAFTAR PUSTAKA

- A., Parasuraman. 2000. Technology Readiness Index (TRI): A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Service Research*, 2:307(May).
- Bungin, Burhan. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 1(1).
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Kumala, R., & Junaidi, A. (2020). Strategi bisnis dan pemanfaatan kebijakan pajak di masa pandemi COVID-19 dan Era New Normal (Studi kasus pelaku UKM marketplace). *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 98–103. Tersedia dari <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/960>
- Maulana, Y. (2017, 2 6). <http://swa.co.id/swa/csr-corner/>. Retrieved 2 17, 2017, from <http://swa.co.id/>: <http://swa.co.id/swa/csrcorner/yuswohady-ukm-harusmanfaatkan-perkembangan-digital>
- Maxwell Maltz. *Psycho-Cybernetics: Updated and Expanded*. TarcherPerigee; Updated, Expanded edition (November 3, 2015). <https://www.amazon.com/Psycho-Cybernetics-UpdatedExpanded-Maxwell-Maltz/dp/0399176136>
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- (2010) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Patton, Michael Quinn. Terj (Budi Puspo Priyadi). 2009. *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rulandari, N. R., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020). Strategi komunikasi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah pada Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 21–28. Tersedia dari <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/PS/article/view/951/528>
- Setiono, B. A. (2020). Strategi Bertahan Bagi UMKM Hadapi Krisis Akibat Covid-19. DOAP Universitas Hang Tuah.
- Sugiyono.(2009:218). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*
- Supriadi, C. (2016, October 21). Retrieved Januari 03, 2021, from <http://www.marketing.co.id/>: <http://www.marketing.co.id/menkop-puspayoga-ukm-harus-manfaatkaninternet/>
<https://sains.kompas.com/read/2018/06/12/203600823/berapa-lama-waktu-yang-dibutuhkan-untuk-mengubah-kebiasaan-?page=all> diakses 08 januari 2021
<http://www.bi.go.id>, diakses 08 januari 2021

RUMPUN ILMU EKONOMI



ANALISIS FAKTOR PENGARUH PEMBERIAN MODAL SOSIAL KELOMPOK SPP UEP PADA UPK DAPM

Hartawan

Etty Indriani

STIE AUB Surakarta

Abstract

This study aimed to determine the effect of the characteristics of the debtor, business feasibility, loan term on group social capital of UPK DAPM Sragen Regency with intervening variable repayment capacity. Data collection was carried out by questionnaire and distributed by 97 respondents. Sampling using accidental sampling. Data analysis using path analysis, t test, F and total R^2 . The results of the study concluded that partially business feasibility and loan term had a significant effect on repayment capacity, while the characteristics of the debtor had no significant effect on repayment capacity. The variable of debtor characteristics and business feasibility has a negative and not significant effect on the provision of group social capital. The loan term variable has a negative and significant effect on the provision of group social capital. The results of the F test can be concluded together variables such as debtor characteristics, business feasibility, loan term, and repayment capacity affect the group's social capital. R^2 total value of 0.3355, meaning that the influence of the variable characteristics of the debtor, business feasibility, loan term, and repayment capacity of 33.55% and the remaining 66.45% is explained by other factors outside the research model, for example the variable number of dependents and large loan. The results of the path analysis show that the loan period has the most dominant influence on the provision of group social capital with a regression coefficient value of -0,241, then the path is a policy priority in order to increase the group's social capital provision.

Keywords: *debtor characteristics, business feasibility, loan term, repayment capacity, group social capital*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok UPK DAPM Kabupaten Sragen dengan repayment capacity sebagai variabel intervening. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan disebarkan sebanyak 97 responden. Pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Analisis data menggunakan analisis jalur, uji t, F dan R^2 total. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara parsial kelayakan usaha dan jangka waktu pinjaman berpengaruh signifikan terhadap repayment capacity, sedangkan karakteristik debitur berpengaruh tidak signifikan terhadap repayment capacity. Variabel karakteristik debitur dan kelayakan usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok. Variabel jangka waktu pinjaman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok. Hasil uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel yaitu karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, dan repayment capacity berpengaruh terhadap pemberian modal sosial kelompok. Nilai R^2 total sebesar 0,3355, artinya pengaruh variabel karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, dan repayment capacity sebesar 33,55% dan sisanya 66,45% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian, misalnya variabel jumlah tanggungan dan besar pinjaman. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa jangka waktu pinjaman berpengaruh paling dominan terhadap pemberian modal sosial kelompok dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,241, maka jalur tersebut merupakan prioritas kebijakan dalam rangka meningkatkan pemberian modal sosial kelompok.

Kata kunci : *karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, repayment capacity, pemberian modal sosial kelompok*

hartawan_srg@yahoo.com

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional adalah pembangunan yang menciptakan dan mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Dengan adanya pembangunan nasional disuatu negara telah mampu mencapai berbagai kemajuan di berbagai bidang termasuk salah satunya di bidang ekonomi dan moneter sebagaimana tercermin pada pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dan tingkat inflasi yang terkendali. Peran perbankan sangat diharapkan dalam pembangunan ekonomi yaitu mengalirkan dana bagi kegiatan ekonomi yang salah satunya dalam bentuk perkreditan bagi masyarakat perseorangan atau badan usaha (Dwitami, *et.al.*, 2017). Kredit mempunyai suatu kedudukan yang strategis sebagai salah satu sumber uang yang diperlukan dalam membiayai kegiatan usaha dan menjadi salah satu kunci kehidupan bagi bank berupa pendapatan yang dihasilkan dari penyaluran kredit tersebut.

Kebutuhan masyarakat akan jasa lembaga keuangan semakin meningkat dan beragam maka peran dunia perbankan semakin dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik yang berada di negara maju maupun Negara berkembang. Dewasa ini perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi ragam produk, kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu Negara (Kasmir, 2000). Kredit sebagai tambahan modal bagi pelaku usaha, memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu Negara.

Salah Satu Kegiatan dari PNPM Mandiri Perdesaan adalah mengembangkan dan mengelola dana bergulir yang memberikan kemudahan bagi Rumah Tangga Miskin (RTM) untuk mendapatkan permodalan atau kredit dalam bentuk pinjaman kegiatan SPP dan UEP, dimana dana bergulir ini adalah seluruh dana program dan bersifat pinjaman yang dikelola oleh Unit Pengelola Kegiatan (UPK) yang disalurkan melalui kelompok kelompok masyarakat yang membutuhkan tambahan modal usaha dengan prosedur dan persyaratan yang sangat mudah dan bunga yang terjangkau serta tanpa agunan / jaminan (Yuliana, 2016). Pemberian modal sosial kelompok diberikan kepada masyarakat di Kabupaten Sragen melalui UPK DAPM.

Atas dasar fenomena di atas, sangat jelas antara harapan (target pemberian modal sosial kelompok) dengan realisasi (kenyataan), terdapat kesenjangan berkaitan dengan pemberian modal sosial kelompok. Selama ini masyarakat yang ingin menjalankan usaha terbentur masalah modal, maka untuk mewujudkan harapan tersebut UPK DAPM Kabupaten Sragen hadir untuk memberikan modal sosial kelompok tanpa agunan/jaminan.

Pemberian modal sosial kelompok dinilai berdasarkan karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, dan *repayment capacity*. Karakteristik debitur merupakan karakter individu yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu (Panggabean, 2004). Karakteristik debitur mempengaruhi kelancaran dalam membayar pinjaman. Oleh sebab itu bank sebagai pemberi pinjaman akan lebih teliti dalam memberikan pinjaman sesuai dengan karakter debiturnya.

Hasil penelitian ini relevan dengan Kadek Gita Dwitami, Edy Sujana, dan Putu Gede Diatmika (2017), Subekti Singgih Hadi dan Anne Mardiana (2018) karakteristik debitur secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pemberian Kredit.

Hasil penelitian relevan dengan penelitian Penta Widyarwati (2016), yang menyatakan karakteristik nasabah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pinjaman macet dana bergulir.

Atas fenomena, landasan teori serta kesenjangan antara hasil penelitian dan antara hasil penelitian dengan teori nampak kesenjangan/gap, sehingga peneliti berusaha untuk melakukan pengujian kembali dan mengembangkan konsep penelitian pengaruh antara karakteristik debitur dengan pemberian modal sosial kelompok, serta arah ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan perumusan masalah maupun hipotesis penelitian.

Jangka waktu pinjaman adalah waktu yang diberikan oleh pihak bank kepada debitur untuk mengembalikan pokok dan bunga pinjaman. Makin panjang jangka waktu kredit, semakin tinggi resiko yang mungkin muncul, maka bank pun akan membebankan bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan kredit jangka pendek (Suyatno, 1997). Jangka waktu pinjaman memiliki pengaruh yang besar terhadap pemberian kredit dalam penelitian ini pemberian modal sosial kelompok.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Anna Marina Lubis dan Rachmina (2011), Kadek Gita Dwitami, Edy Sujana, dan Putu Gede Diatmika (2017) yang menyatakan bahwa jangka waktu pengembalian pinjaman sangat mempengaruhi kelancaran pengembalian kredit. Bank akan menimbang betul-betul jangka waktu pinjaman sebelum memberikan pinjaman/modal kepada debitur.

Hasil penelitian relevan dengan penelitian Penta Widyarwati (2016), yang menyatakan jangka waktu pinjaman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pinjaman macet dana bergulir.

Atas fenomena, landasan teori serta kesenjangan antara hasil penelitian dan antara hasil penelitian dengan teori nampak kesenjangan/gap, sehingga peneliti berusaha untuk

melakukan pengujian kembali dan mengembangkan konsep penelitian pengaruh antara jangka waktu pinjaman dengan pemberian modal sosial kelompok, serta arah ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan perumusan masalah maupun hipotesis penelitian.

Penilaian dengan studi kelayakan usaha, artinya bank memperhatikan kelayakan usaha yang dijalankan oleh nasabah peminjam. Dalam hal ini pihak bank perlu ada ketelitian dalam menganalisis usaha nasabah pembiayaan. Dengan kurang telitinya dalam penilaian usaha banyak masalah yang timbul akibat belum layaknya usaha nasabah serta banyaknya nasabah yang menggunakan usaha orang lain sebagai alasan dalam memohon pembiayaan. Kelayakan usaha mempengaruhi bank dalam memberikan pinjaman/modal kepada masyarakat.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Kadek Gita Dwitami, Edy Sujana, dan Putu Gede Diatmika (2017) yang menyatakan bahwa kelayakan usaha berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pemberian Kredit Usaha Rakyat.

Hasil penelitian relevan dengan penelitian Shendy Apriana, Dwi Wahyu, dan Irwansyah (2017) yang menyatakan bahwa kelayakan usaha secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Kelancaran Pembayaran (Y) angsuran nasabah di Bank Kalsel Unit Sentra Antasari Banjarmasin.

Atas fenomena, landasan teori serta kesenjangan antara hasil penelitian dan antara hasil penelitian dengan teori nampak kesenjangan/gap, sehingga peneliti berusaha untuk melakukan pengujian kembali dan mengembangkan konsep penelitian pengaruh antara kelayakan usaha dengan modal sosial kelompok, serta arah ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan perumusan masalah maupun hipotesis penelitian.

Pemberian modal sosial dipengaruhi oleh *repayment capacity* dari debitur. *Repayment capacity* adalah metode untuk menilai kesanggupan membayar kembali nasabah pembiayaan apakah nasabah benar-benar memiliki kemampuan untuk mengembalikan kredit (Ismail, 2010).

Hasil penelitian relevan dengan penelitian Supramono dan Muhamad Hana Listianto (2019) yang menyatakan bahwa *repayment capacity* efektif diterapkan sebagai langkah meminimalisir terjadinya kredit macet dan mempengaruhi tingkat pengembalian kredit, semakin tinggi nilai *repayment capacity* menyebabkan semakin tinggi pula pemberian pinjaman oleh bank.

Atas fenomena, landasan teori serta kesenjangan antara hasil penelitian dan antara hasil penelitian dengan teori nampak kesenjangan/gap, sehingga peneliti berusaha untuk

melakukan pengujian kembali dan mengembangkan konsep penelitian pengaruh antara *repayment capacity* dengan pemberian modal sosial kelompok, serta arah ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan perumusan masalah maupun hipotesis penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka perlu diadakan penelitian kembali dengan mengambil obyek debitur pada UPK DAPM Kabupaten Sragen dengan analisis regresi intervening dan diharapkan bisa berguna sebagai bahan masukan bagi peneliti yang akan datang serta bagi manajemen keuangan dalam upaya meningkatkan pemberian modal kepada debitur. Berdasarkan latar belakang masalah yang diungkapkan di atas, maka penulis mengambil judul penelitian Analisis Pengaruh Karakteristik Debitur, Kelayakan usaha, dan Jangka Waktu Pinjaman terhadap Pemberian Modal Sosial Kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen dengan *Repayment Capacity* sebagai Variabel Intervening.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah karakteristik debitur berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity* pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen ?
2. Apakah kelayakan usaha berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity* pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen ?
3. Apakah jangka waktu peminjaman berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity* pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen ?
4. Apakah karakteristik debitur berpengaruh signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen ?
5. Apakah kelayakan usaha berpengaruh signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen ?
6. Apakah jangka waktu peminjaman berpengaruh signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen ?
7. Apakah *repayment capacity* berpengaruh signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen?

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Pengaruh karakteristik debitur terhadap *repayment capacity* pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.
2. Pengaruh kelayakan usaha terhadap *repayment capacity* pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.

3. Pengaruh jangka waktu peminjaman terhadap *repayment capacity* pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.
4. Pengaruh karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.
5. Pengaruh kelayakan usaha terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.
6. Pengaruh jangka waktu peminjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.
7. Pengaruh *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM di Kabupaten Sragen.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Modal Sosial Kelompok

Modal sosial merupakan gambaran organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan sosial, yang memfasilitasi koordinasi dan kerjasama yang saling menguntungkan. Sedangkan Schiff mengartikan modal sosial sebagai seperangkat elemen dari struktur sosial yang mempengaruhi relasi antar manusia dan sekaligus sebagai input atau argumen bagi fungsi produksi dan/atau manfaat (*utility*) (Yustika, 2012: 142).

Unsur-unsur pemberian pinjaman modal menurut Suyatno (2003: 26-27) adalah sebagai berikut :

1. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (berupa uang, barang, atau jasa) akan benar-benar diterima kembali sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan yang telah di perjanjikan. Pihak pemberi kredit memberikan kredit sama halnya dengan memberikan kepercayaan kepada penerima kredit, bahwa pihak penerima kredit akan dapat memenuhi kewajibannya (Ismail, 2011: 107). Kepercayaan menurut Putnam adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama (Kimbal, 2015: 61).

2. Kesepakatan

Kesepakatan merupakan unsur yang mutlak untuk sahnya suatu perjanjian. Kesepakatan adalah kesesuaian kehendak antara kedua belah pihak dalam perjanjian.

Maka berarti kedua belah pihak harus mempunyai kebebasan. Kesepakatan harus dibuat secara sukarela, tanpa adanya paksaan, penipuan dan kekhilafan yang dapat menimbulkan cacat bagi perwujudan kehendak tersebut. Kredit mengandung unsur kesepakatan antara si pemberi kredit dengan si penerima kredit. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani baik hak maupun kewajibanya.

3. Jangka waktu

Merupakan periode waktu yang diperlukan oleh peminjam untuk membayar kembali kredit yang telah di terima. Jangka waktu dapat bervariasi berupa jangka waktu yang pendek, menengah, ataupun panjang (Ismail, 2011: 108). Calon debitur dalam memilih jangka waktu pinjaman hendaknya memperhatikan beberapa faktor berikut: pertama kemampuan bayar, kedua bunga dan angsuran pinjaman, ketiga adalah tujuan dari pinjaman tersebut (Prasetyo, 2009: 48).

4. Risiko

Faktor risiko kerugian dapat diakibatkan dua hal, yaitu risiko kerugian yang diakibatkan oleh penerima kredit sengaja tidak mau membayar kreditnya padahal mampu dan risiko kerugian yang diakibatkan oleh penerima kredit yang tidak sengaja, yaitu akibat terjadinya musibah seperti bencana alam. Penyebab tidak tertagih sebenarnya dikarenakan adanya suatu tenggang waktu pengembalian. Semakin panjang jangka waktu suatu kredit semakin besar risikonya tidak tertagih, demikian juga sebaliknya (Kasmir, 2012: 81).

5. Balas jasa/ imbalan

Balas jasa atas dana yang disalurkan oleh pemberi kredit, maka penerima kredit membayar sejumlah tertentu sesuai kesepakatan yang di sepekat, misalnya besaran balas jasa (Ismail, 2011: 108).

Repayment Capacity

Repayment capacity adalah metode untuk menilai kesanggupan membayar kembali nasabah pembiayaan apakah nasabah benar-benar memiliki kemampuan untuk mengembalikan kredit (Ismail, 2010: 118). Ada beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan sebelum memutuskan permohonan pembiayaan calon nasabah antara lain dikenal dengan prinsip 5C, 4P dan 3R. Dalam prinsip dasar penyaluran pembiayaan analisis

yang mendalam terhadap calon nasabah pembiayaan, perlu dilakukan agar bank tidak salah pilih dalam Prinsip analisis pembiayaan merupakan pedoman yang harus di perhatikan oleh pejabat pembiayaan pada saat melakukan analisis pembiayaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi *repayment capacity*, antara lain :

1. Nilai Pinjaman

Menurut Asih (2007), besarnya nilai pinjaman yang diberikan kepada pengusaha kecil yang menjadi mitra binaan maka akan meningkatkan produktifitas usaha yang dijalankannya. Tidak semua debitur menggunakan pinjaman yang diterimanya untuk kegiatan yang bersifat produktif. Banyak debitur yang menyalahgunakan pinjaman yang mereka terima untuk kegiatan yang bersifat konsumtif, terlebih lagi apabila debitur tersebut terbentur dengan masalah kesulitan keuangan.

2. Pengalaman Usaha

Menurut Samti (2011), pengalaman usaha adalah lamanya debitur telah menjalankan usahanya yang diukur dalam tahunan. Menurut Asih (2007), pengalaman usaha adalah pengalaman mitra binaan dalam menjalankan usahanya. Pengalaman dan lamanya berusaha akan memberikan pelajaran yang berarti dalam menyikapi situasi pasar dan perkembangan ekonomi saat ini. Semakin lama pengalaman usaha yang dipunyai seseorang maka semakin banyak kemungkinan usahanya berhasil karena orang tersebut sudah pandai dalam mengelola keuangan usahanya.

3. Omzet Usaha

Omzet adalah total dari seluruh penjualan kotor suatu barang atau jasa berupa pemasukan uang yang dihitung berdasarkan suatu waktu, dapat dihitung harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan. Omzet usaha menurut Samti (2011) adalah rata-rata pendapatan debitur per bulan dan dapat juga ditambah dari penghasilan pasangan (join income) yang diperoleh dari pendapatan usahanya yang diukur dalam rupiah. Omzet usaha yang tinggi memacu seseorang untuk lebih giat lagi dalam mengembangkan usahanya. Omzet usaha pada penelitian ini dihitung bulanan.

Karakteristik Debitur

Karakteristik Individu merupakan karakter individu yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu (Panggabean, 2004:18). Setiap individu mempunyai karakteristik individu yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. (Robbins, 2006: 171) mengatakan bahwa variabel ditingkat individu meliputi karakteristik biografis, kepribadian, kemampuan, dan pembelajaran. Sedangkan karakteristik biografis sendiri

meliputi: usia, jenis kelamin, status perkawinan, banyak tanggungan dan masa kerja suatu organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, maka karakteristik individu adalah karakter seorang individu dan cara pandang dalam menafsirkan apa yang dilihatnya sesuai dengan perwatakannya. Karakteristik individu terdiri atas jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur, masa kerja, status perkawinan, jumlah tanggungan dan posisi (Panggabean, 2004: 18). Menurut Robbins (2006: 171), karakteristik Individu diukur melalui: Sikap, Kepribadian, Motif, Kepentingan/minat, Pengalaman masa lalu, Harapan.

Kata karakter secara etimologi berasal dari bahasa Yunani '*charraseim*' yang memiliki arti mengukir atau dipahat. Sebuah ukiran tentu melekat pada satu benda. Keduanya memiliki satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, menghilangkan sebuah ukiran sama saja menghilangkan benda yang melekat pada ukiran (Hidayatullah, 2010). Indikator karakter menurut Hidayatullah (2010) adalah :

a. Itikad Baik

Itikad baik yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi dua aspek yakni :

1) Disiplin

Disiplin merupakan suatu tindakan yang dapat menunjukkan perilaku patuh serta tertib pada berbagai ketentuan peraturan. Pada aplikasinya jika seseorang memiliki tanggungan untuk mengembalikan pembiayaan yang sudah ditentukan waktunya, maka akan membayar angsuran pembiayaan tersebut sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan tanpa adanya keterlambatan atau dapat dikatakan membayar sesuai dengan jatuh tempo.

2) Kerja Keras

Kerja keras merupakan sikap yang menunjukkan upaya dengan sungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas, kewajiban, tanggung jawab serta berbagai masalah yang ada. Begitupun dengan nasabah pembiayaan yang sudah memiliki komitmen serta perjanjian dengan pihak lembaga keuangan terkait dengan penyelesaian pengembalian pembiyaan, maka nasabah tersebut harus bekerja keras dan berusaha menepati perjanjian untuk mengembalikan pembiayaan hingga waktu yang sudah disepakati diawal.

b. Kejujuran

Kejujuran merupakan suatu tindakan yang didasarkan pada usaha yang menjadikan dirinya sebagai orang yang dapat dipercaya dalam hal perkataan, tindakan serta

pekerjaan. Nasabah pembiayaan yang mengalami situasi atau kendala yang mengakibatkan gagal bayar maka nasabah memberikan keterangan yang sesungguhnya tanpa ada rekayasa.

c. Tanggung Jawab

Sikap dan perilaku seseorang untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya yang seharusnya dia lakukan terhadap diri sendiri, masyarakat, lingkungan (alam, sosial dan budaya). Nasabah pembiayaan yang mendapat predikat berkarakter baik yakni nasabah yang bertanggung jawab menyelesaikan angsuran pembiayaan hingga lunas.

Kelayakan usaha

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012: 7) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan.

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh satu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba dan orientasi tidak pada laba (sosial) (Sunyoto 2014 :2).

Tujuan studi kelayakan bisnis menurut Kasmir dan Jakfar (2012: 13) antara lain :

a. Menghindari Resiko Kerugian

Untuk mengatasi resiko kerugian di masa yang akan datang ada semacam kondisi kepastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan resiko yang tidak kita inginkan, baik resiko yang dapat kita kendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.

b. Memudahkan Perencanaan

Jika kita sudah dapat meramalkan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang, maka akan mempermudah kita dalam melakukan perencanaan dan hal-hal apa saja yang perlu direncanakan.

c. Memudahkan Pelaksanaan Pekerjaan

Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan usaha. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki

pedoman yang harus diikuti. Pedoman tersebut telah tersusun secara sistematis, sehingga usaha yang dilaksanakan dapat tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun.

d. Memudahkan Pengawasan

Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan kita untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

e. Memudahkan Pengendalian

Apabila dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka jika terjadi penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengendalikan pelaksanaan agar tidak melenceng dari rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

Jangka Waktu Pinjaman

Jangka waktu pembiayaan terletak diantara tanggal mulai berlakunya perjanjian pembiayaan dan tanggal pelunasan pembiayaan (Suyatno, 2003: 25). Apabila jangka waktu pembiayaan habis berarti pinjaman itu harus dilunasi oleh debitur yang bersangkutan.

Menurut Suyatno (2003: 25) lamanya jangka waktu pembiayaan dibagi menjadi 3 :

- a. Kredit jangka pendek (*short term loan*) yaitu kredit yang berjangka waktu maksimum 1 tahun. Dalam kredit jangka pendek juga termasuk kredit untuk tanaman musiman yang berjangka waktu lebih dari satu tahun. Dilihat dari segi perusahaan kredit jangka pendek tersebut dapat berbentuk:
 - 1) Kredit rekening koran yaitu kredit yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya dengan batas plafon tertentu, perusahaan mengambilnya tidak sekaligus melainkan sebagian demi sebagian sesuai dengan kebutuhannya. Bunga yang dibayar hanya untuk jumlah yang betul-betul dipergunakan (dipakai), walaupun perusahaan mendapat kredit lebih dari jumlah yang dipakainya.
 - 2) Kredit penjualan (*Leveranciers Credit*) yaitu kredit yang diberikan oleh penjual kepada pembeli, penjual menyerahkan barangbarangnya lebih dahulu, baru kemudian menerima pembayarannya dari pembeli.

- 3) Kredit pembeli (*Afnemers Crediet*) adalah kredit yang diberikan pembeli kepada penjual, pembeli menyerahkan uang terlebih dahulu sebagai pembayaran terhadap barang-barang yang dibelinya, baru kemudian (setelah beberapa waktu tertentu) menerima barang-barang yang dibelinya.
 - 4) Kredit wesel ini terjadi apabila suatu perusahaan mengeluarkan Surat Pengakuan Utang yang berisikan kesanggupan untuk membayar sejumlah uang tertentu kepada pihak tertentu dan pada saat tertentu dan setelah ditandatangani, surat wesel dapat dijual atau diuangkan kepada bank (surat *promes/ payable notes*).
 - 5) Kredit eksploitasi yaitu kredit yang diberikan oleh bank untuk membiayai *current operation* suatu perusahaan.
- b. Kredit jangka menengah (*Medium Term Loan*) yakni kredit yang berjangka waktu antara 1 sampai 3 tahun, kecuali kredit untuk tanaman musiman sebagaimana tersebut diatas. Kredit modal kerja dapat diberikan oleh bank untuk membiayai kegiatan-kegiatannya, misalnya untuk membeli bahan baku, upah buruh, dan suku cadang (*spare parts*), dan lain-lain. Kredit yang berjangka waktu menengah ini di antaranya adalah kredit modal kerja permanen (KMKP) yang diberikan oleh bank kepada pengusaha golongan lemah yang berjangka waktu maksimum 3 tahun.
- Kredit jangka panjang (*Long Term Loan*) yaitu kredit yang berjangka waktu lebih dari 3 tahun. Kredit jangka panjang ini umumnya adalah kredit investasi yang bertujuan menambah modal perusahaan dalam rangka untuk melakukan rehabilitasi, ekspansi (perluasan), dan pendirian proyek baru.

Tabel I.1 Matrik Penelitian Terdahulu

N o	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Kemampuan Usaha, Karakteristik Debitur, Repayment Capacity, dan Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Pemberian Kredit Usaha	Dwitami dkk, e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Vol: 8 No: 2 Tahun 2017)	Kuantitatif Untuk mengetahui Pengaruh Kemampuan Usaha, Karakteristik Debitur, Repayment Capacity, dan Informasi Akuntansi Terhadap	Secara parsial dan simultan Kemampuan Usaha, Karakteristik Debitur, Repayment Capacity, dan Informasi Akuntansi berpengaruh Terhadap	(1) Penggunaan variabel kemampuan/ kelayakan usaha, karakteristik debitur, <i>repayment capacity</i> , keputusan pemberian kredit	(1) Objek penelitian (2) Penambahan variabel jangka waktu pinjaman (3) Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Singaraja		Keputusan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Singaraja	Keputusan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Singaraja		sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
2	Pengaruh Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelancaran Pengembalian Kredit Berpenghasilan Tetap (Briguna Kretap) (Studi kasus pada PT BRI KC Pondok Gede)	Hadi dan Mardiana, Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol 14 No. 2 Oktober 2018	Kuantitatif Untuk mengidentifikasi karakteristik debitur Briguna Kretap pada BRI KC Pondok Gede berdasarkan tingkat kelancaran pengembalian dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap tingkat kelancaran pengembalian Briguna Kretap pada BRI KC Pondok Gede	Berdasarkan hasil pengamatan dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden debitur Briguna Kretap BRI Cabang Pondok Gede, baik responden lancar maupun menunggak sebagian besar adalah lulusan SMA, Jumlah tanggungan dalam keluarga sebagian besar berjumlah tiga orang.	(1) Penggunaan variabel karakteristik debitur dan kelancaran pengembalian kredit	(1) Objek penelitian (2) Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
3	Pengaruh Prasyarat Kredit terhadap Kelancaran Pembayaran Nasabah (Studi Kasus	Hanis dan Nursyamsi, UG Jurnal Vol. 7 No. 05 Tahun 2013	Kuantitatif Untuk mengetahui Pengaruh Prasyarat Kredit terhadap Kelancaran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter nasabah, jangka waktu pinjaman,	(1) Penggunaan variabel karakter nasabah, jangka waktu kelancaran pembayaran	(1) Objek penelitian (2) Penambahan variabel pemberian modal dan repayment capacity

N o	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Nasabah pada PT. Bank Bukopin Kantor Cabang Pembantu Cilegon)		Pembayaran Nasabah PT. Bank Bukopin Kantor Cabang Pembantu Cilegon	dan agunan memiliki pengaruh terhadap kelancaran pembayara n		(3) Teknik analisis menggunak an analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunak an <i>path analysis</i>
4	Faktor- Faktor Yang Mempengar uhi Tingkat Pengembali an Pembiayaa n Mudharaba h	Kiswati, EQUILIBRIU M, Vol. 3, No. 1, Juni 2015	Kuantitatif Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengar uhi tingkat pengembali an pembiayaan mudharabah .	Hasil penelitian ini menunjukka n bahwa tingkat pendidikan, jumlah tanggung jawab keluarga, omzet usaha dan lama usaha berpengaru h secara positif signifikan terhadap tingkat pengembali an pembiayaan mudharaba h.	(1) Penggunaan variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggung jawab keluarga (Karakter debitur), omzet usaha dan lama usaha dan tingkat pengembalian pembiayaan	(1) Objek penelitian (2) Penambah an variabel jangka waktu pinjaman dan pemberian modal (3) Teknik analisis menggunak an analisis regresi logistik sedangkan penelitian sekarang menggunak an <i>path analysis</i>
5	Repayment Capacity Dalam Mitigasi Risiko Kredit Usaha Rakyat (Kur) PT Bank X (Persero) Tbk Cabang Bogor Tajur	Supramono dan Listianto, Moneter Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol 7, No 2. Oktober 2019	Kualitatif Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengar uhi nilai repayment capacity pada PT Bank X (Persero) Tbk	Repayment capacity efektif diterapkan sebagai langkah meminimali sir terjadinya kredit macet dan mempengar uhi tingkat	(1) Penggunaan variabel <i>repayment capacity</i> dan tingkat pengembalian kredit	(1) Objek penelitian (2) Penambah an variabel karakteristi k debitur, jangka waktu pinjaman, pemberian modal (3) Teknik analisis

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Karya Ilmiah			pengembalian kredit		menggunakan kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
6	Pengaruh Jumlah Tanggungan, Pendapatan Usaha, dan Pinjaman Pada Tingkat Kelancaran Pengembalian Kredit	Budi dan Wirajaya, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.24.2.Agustus (2018): 1077-1104	Kuantitatif Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh jumlah tanggungan, pendapatan usaha, dan pinjaman pada tingkat kelancaran pengembalian kredit usaha rakyat mikro.	Semakin banyak jumlah tanggungan maka tingkat kelancaran pengembalian kredit semakin rendah. Semakin tinggi pendapatan usaha maka tingkat kelancaran pengembalian kredit semakin baik. Semakin tinggi besar pinjaman maka tingkat kelancaran pengembalian kredit semakin baik.	(1) Penggunaan variabel karakteristik debitur, kelayakan usaha, pengembalian kredit	(1) Objek penelitian (2) jangka waktu pinjaman, pemberian modal (3) Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
7	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Realisasi dan Pengembalian Kredit Usaha Rakyat	Lubis dan Rachmina, Forum Agribisnis, Vol. 1, No. 2, September 2011	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi realisasi dan pengembalian Kredit Usaha Rakyat	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembalian KUR adalah jenis kelamin, kewajiban per bulan, jangka waktu pengembalian	(1) Penggunaan variabel karakter debitur, jangka waktu pengembalian, dan pengembalian kredit	(1) Objek penelitian (2) jangka kelayakan usaha, pemberian modal (3) Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier

N o	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				an, dan tingkat pendidikan.		berganda sedangkan penelitian sekarang menggunakan an path analysis
8	Analisis Keputusan Pemberian Kredit Dalam Langkah Meminimalisir Kredit Bermasalah (Studi kasus pada Kredit Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk unit Slawi 1, Kab Tegal Jawa tengah)	Rahmawati dkk, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 35 No. 1 Juni 2016	Kualitatif Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dasar keputusan yang diambil dalam pemberian kredit umum serta Untuk mengetahui penyebab tunggakan kredit pada keputusan pemberian kredit.	Hasil dari penelitian dapat dilihat seorang mantri kurang memperhati kan condition of economy dan resiko bisnis yang akan dialami debitor.	(1) Kondisi debitur, kelayakan usaha, pemberian kredit	(1) Objek penelitian (2) jangka waktu pinjaman dan <i>repayment capacity</i> (3) Teknik analisis kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan an <i>path analysis</i>
9	Faktor - Faktor Yang Menentukan Tingkat Kemampuan Pengembalian Kredit Umkm Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau	Audina, JOM Fekon Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017	Kuantitatif Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh modal usaha, tenaga kerja dan omzet usaha terhadap kemampuan pengembalian kredit.	(1) Modal usaha terbukti berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pengembalian kredit (2) Tenaga kerja berpengaruh negative dan signifikan terhadap kemampuan pengembalian kredit. Omzet usaha	(1) Modal usaha, kelayakan usaha, <i>repayment capacity</i>	(1) Objek penelitian (2) jangka waktu pinjaman dan karakteristik debitur (3) Teknik analisis regresi logistik sedangkan penelitian sekarang menggunakan an <i>path analysis</i>

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Pengembalian Pembiayaan Murabahah pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di BMT Taruna Sejahtera	Rahayu, Jurnal Mustaqid, Volume 7, Nomor. 1, Tahun 2016	Kuantitatif Untuk mengetahui pengaruh nilai pinjaman, omzet usaha, dan tingkat pendidikan terhadap peluang pengembalian pembiayaan	berpengaruh signifikan terhadap kemampuan pengembalian kredit Semakin tinggi nilai pinjaman, omzet usaha, dan tingkat pendidikan debitur maka semakin besar pula peluang pengembalian pembiayaan murabahah	(1) Penggunaan variabel kelayakan usaha, <i>repayment capacity</i>	(1) Objek penelitian (2) jangka waktu pinjaman, karakteristik debitur, pemberian modal (3) Teknik analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
11	Pengaruh Faktor Ekonomi, Modal Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah	Yuliana, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Juni 2015, Volume 13, No.1 hal: 10 - 20	Kuantitatif Tujuan penelitian untuk mengetahui Faktor Ekonomi, Modal Sosial, dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah.	(1) Faktor Ekonomi, Modal Sosial, dan Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah. (2) Religiusitas memoderasi pengaruh Modal Sosial terhadap Pengembalian Pembiayaan, namun pengaruh	(1) penggunaan variabel modal sosial dan <i>repayment capacity</i>	(1) Objek penelitian (2) karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman (3) Teknik analisis SEM sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>

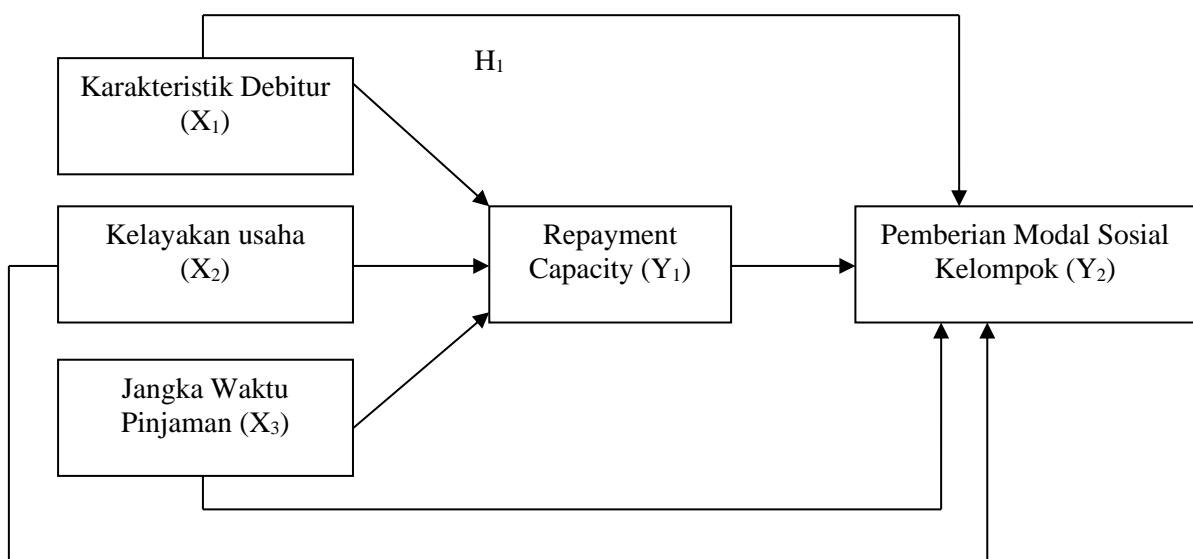
N o	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1 2	Pengaruh Penilaian Kelayakan Kredit Terhadap Keputusan Pemberian Kredit Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Surabaya	Azziza, Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya, 2016	Kuantitatif Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh penilaian kelayakan kredit terhadap keputusan pemberian kredit pada Bank Perkreditan Rakyat di Surabaya.	moderasi muncul sebagai penga- ruh yang menetralisir atau melemahka n (<i>moderating effect</i>). Hasil penelitian menunjukk n bahwa <i>character,</i> <i>capacity,</i> <i>capital,</i> <i>collateral</i> dan <i>condition of economy</i> berpengaru h terhadap keputusan pemberian kredit	(1) Penggunaan variabel karakter, repayment capacity, kondisi ekonomi/kelay akan usaha, pemberian kredit/modal	(1) Objek penelitian (2) Penamba han jangka waktu pinjaman (3) Teknik analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunak an <i>path analysis</i>
1 3	Faktor- Faktor Yang Mempengaru hi Pinjaman Macet Dana Bergulir Di BKM Sendang Mukti Kelurahan Sendanggu wo Kecamatan Tembalang Kota Semarang	Widyartati, Jurnal STIE SEMARANG VOL 8 No. 3 Edisi Oktober 2016 (ISSN : 2085-5656)	Kuantitatif Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh karakter peminjam dan jangka waktu pinjaman terhadap tunggakan pinjaman dan pengaruh kemampuan BKM Sendanggu wo mengelola dana	Karakter Nasabah, jangka waktu pinjaman, kemampuan mengelola dana berpengaru h negatif dan signifikan terhadap pinjaman macet terbukti.	(1) Penggunaan variabel karakter nasabah dan jangka waktu pinjaman	(1) Objek penelitian (2) Penambah an <i>repayment capacity</i> dan modal sosial kelompok (3) Teknik analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunak an <i>path analysis</i>

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
14	Analisis Pengaruh Prasyarat Kredit (5C) Terhadap Kelancaran Pembayaran Angsuran Nasabah Di Bank Kalsel Unit Sentra Antasari Banjarmasin	Apriana dkk, Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Januari-Juni 2017 Vol 6, No. 1, ISSN 2541-178X	bergulir terhadap tunggakan peminjam. Kuantitatif Penelitian ini untuk Menguji dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial Character, capacity, capital, collateral, dan condition of economy terhadap kelancaran pembayaran angsuran nasabah di Bank Kalsel Unit Sentra Antasari Banjarmasin	<i>Capital dan condition of economy</i> tidak signifikan terhadap Kelancaran Pembayaran (Y) angsuran nasabah di Bank Kalsel Unit Sentra Antasari Banjarmasin	(1) Penggunaan variabel karakter dan kelayakan ekonomi	(1) Objek penelitian (2) Penambahan jangka waktu pinjaman, <i>repayment capacity</i> (3) Teknik analisis regresi linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
15	<i>Determinants Of Credit Decision In Consumer Financing: An Empirical Study On Indonesia Auto Financing</i>	Johan, Indonesian <i>Journal of Business and Entrepreneurship</i> Vol. 4 No. 3, September 2018	Kuantitatif Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari dampak 4 C konsumen ritel (karakter, kapasitas, jaminan dan modal) pada kinerja kualitas kredit perusahaan pembiayaan.	Hasil penelitian menunjukkan turunan, pembayaran, hak kepemilikan dan jangka waktu pembiayaan dalam menentukan keputusan kredit.	(1) Penggunaan variabel jangka waktu pinjaman, keputusan pemberian kredit	(1) Objek penelitian (2) Penambahan variabel <i>repayment capacity</i> , karakteristik debitur (3) Teknik analisis regresi logistik sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
16	<i>Debt Repayment</i>	Samsu, <i>International</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian	(1) Penggunaan	(1) Objek penelitian

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun	Jenis dan Tujuan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<i>Capacity in the Emerging Markets and Developing Countries: A Literature Review and Future Research</i>	<i>Journal of Humanities, Social Sciences and Education</i> (IJHSSE) Volume 3, Issue 7, July 2016, PP 59-67	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kapasitas pembayaran utang di Indonesia	menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kapasitas pelayanan utang luar negeri di pasar negara berkembang	variabel kapasitas pembayaran hutang	(2) Penambahan variabel karakteristik debitur, jangka waktu pinjaman (3) Teknik analisis linier berganda sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>
17	<i>The Legal Aspect Of Credit Without Collateral In Indonesia</i>	Novenanty, Faculty of Law, Parahyangan Catholic University, VeJ Volume 4 • Nomor 1 • 111, 2018	Kualitatif Tulisan ini akan menelaah inkonsistensi kebijakan terhadap peran dan fungsi agunan dalam pemberian hutang oleh bank.	Hasil penelitian menunjukkan Bank wajib menilai watak, modal, kemampuan, jaminan, dan kondisi ekonomi calon debitur. Namun	(1) Penggunaan variabel pemberian pinjaman modal	(1) Objek penelitian (2) Penambahan variabel karakteristik debitur, jangka waktu pinjaman (3) Analisa kualitatif sedangkan penelitian sekarang menggunakan <i>path analysis</i>

Kerangka Konseptual

Faktor modal memiliki peranan penting dalam suatu perekonomian, baik dilihat dalam Mikro Ekonomi maupun Makro Ekonomi. Cara Mikro Ekonomi, modal (capital) merupakan salah satu komponen dari faktor produksi yang dibutuhkan dalam setiap kegiatan produksi. Faktor modal merupakan komponen penting yang terdapat dalam setiap unit usaha. Diperlukan peranan pemerintah dalam upaya pengembangan setiap unit usaha melalui bantuan modal dalam bentuk kredit. Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan pustaka maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



Sumber : Kadek Gita Dwitami, Edy Sujana, I Putu Gede Diatmika (2017), Subekti Singgih Hadi, Anne Mardiana (2018), Umar Hanis dan Julius (2013), Kiswati (2015), Supramono dan Muhamad Hana Listianto (2019), Luh Ade Dyah Pradnya Budi, I Gde Ary Wirajaya (2018), Anna Maria Lubis dan Dwi Rachmina (2011), Ayu Triesnaning Rahmawati, Muhammad Saifi, Raden Rustam Hidayat (2016), Marlinda Audina (2017), Diah Ayu Dwi Wulandari (2009), Tri Andina Rahayu (2016), Sa'adah Yuliana (2015) Fanny Azziza (2016)

Gambar I.1 Kerangka Konseptual

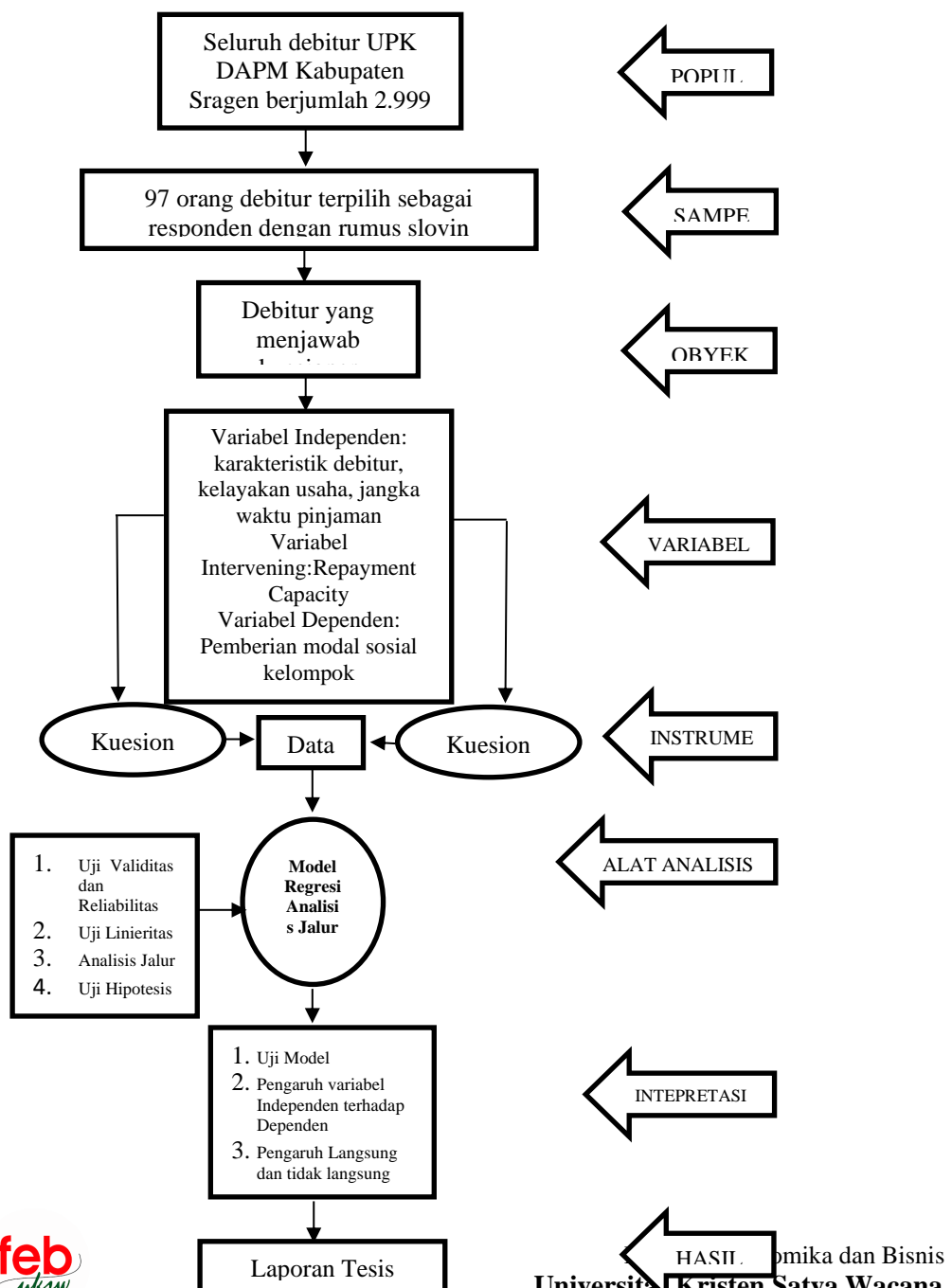
METODA

Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang akan menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas atau *independent variabel* meliputi variabel karakteristik debitur, kelayakan usaha, dan jangka waktu pinjaman. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *repayment capacity*. Variabel dependen adalah pemberian modal sosial kelompok. Desain penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tujuannya untuk menguji hipotesis tentang pengaruh antar variabel penelitian karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen dengan *repayment capacity* sebagai variabel intervening.
2. Data atau informasi yang dibutuhkan didapat dari Dokumen dan respon debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen.
3. Sampel yang digunakan diambil dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebanyak 97 nasabah.

Atas dasar uraian di atas dapat disajikan disain penelitian sebagai berikut:



Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada UPK DAPM Kabupaten Sragen.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

- a. Variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam hal ini adalah pemberian modal sosial kelompok, yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut dengan Y_2 .
- b. Variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam hal ini adalah:
 - 1) Karakteristik debitur (X_1)
 - 2) Kelayakan usaha (X_2)
 - 3) Jangka waktu pinjaman (X_3)
- c. Variabel Intervening (*intervening variabel*) yaitu variabel yang membantu mengkonsepkan dan menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah *repayment capacity* (Y_1).

2. Definisi Operasional Variabel

- a. Pemberian modal sosial kelompok (Y_2)

Modal sosial adalah segala jenis hubungan sebagai sumber daya untuk penentuan kedudukan sosial (Halim, 2014: 110). Indikator modal sosial menurut Sumarno dkk (2013: 70) adalah :

- 1) Kepercayaan
- 2) Kesepakatan
- 3) Jangka waktu
- 4) Resiko
- 5) Balas jasa/imbalan

- b. Karakteristik debitur (X_1)

Menurut Thoha (2010) berkaitan dengan karakteristik individu, bahwa individu membawa kedalam tatanan organisasi, kemampuan, kepercayaan pribadi, pengharapan kebutuhan dan pengalaman masa lalunya. Menurut Hidayatullah (2010) indikator karakteristik debitur dibagi menjadi:

- 1) Itikad baik
- 2) Kejujuran
- 3) Tanggung jawab

c. Kelayakan usaha (X_2)

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012: 7) studi kelayakan usaha adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu kegiatan atau usaha yang akan dijalankan, untuk menentukan layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan. Indikator kelayakan usaha menurut Kasmir dan Jakfar (2012: 7) adalah :

- 1) Resiko kerugian
- 2) Perencanaan
- 3) Pelaksanaan pekerjaan
- 4) Pengawasan
- 5) Pengendalian

d. Jangka waktu pinjaman (X_3)

Jangka waktu merupakan periode waktu yang dibutuhkan oleh nasabah/anggota koperasi syariah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh pihak lembaga keuangan syariah. Jangka waktu dapat bervariasi antara lain jangka waktu pendek, jangka menengah dan jangka panjang (Ismail, 2011: 108).

Indikator jangka waktu pinjaman menurut Kasmir (2014: 90) sebagai berikut:

- 1) Kredit jangka pendek
- 2) Kredit jangka menengah
- 3) Kredit jangka panjang

e. *Repayment Capacity* (Y_1)

Repayment capacity adalah metode untuk menilai kesanggupan membayar kembali nasabah pembiayaan apakah nasabah benar-benar memiliki

kemampuan untuk mengembalikan kredit (Ismail, 2010: 118). Menurut Hariyani (2010: 34), indikator *repayment capacity* adalah sebagai berikut:

- 1) *Character*
- 2) *Capacity*
- 3) *Capital*
- 4) *Collateral*
- 5) *Condition of Economic*

Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Penelitian populasi dilakukan apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus (Arikunto, 2012: 104). Populasi dalam penelitian ini adalah debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen yang berjumlah 2.999.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel diambil dari populasi yang betul-betul representative (Sugiyono, 2012: 73). Sampel dalam penelitian ini dipilih secara acak atau bersifat heterogen. Sampel penelitian yang diambil adalah dengan rumus slovin sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N (e)^2} \\
 &= \frac{2.999}{1 + 2.999 (10\%)^2} \\
 &= \frac{2.999}{30,99} \\
 &= 96,77
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10% didapatkan jumlah sampel 96,77 atau dibulatkan menjadi 97 orang debitur.

Sampel penelitian yang diambil adalah sebanyak 97 orang debitur. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling, yaitu sampel yang diambil secara kebetulan.

Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dari responden terhadap jawaban kuesioner.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Observasi yaitu pengamatan langsung di lapangan yang dilakukan untuk mendapat informasi atau data dari penelitian baik berupa subyek atau obyek yang bersangkutan.
- b. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, *repayment capacity*, dan pemberian modal sosial kelompok.

Ditinjau dari jenis data dan analisisnya, maka penelitian ini termasuk penelitian total populasi dalam kategori data kuantitatif, dengan menggunakan skala dasar pengukuran Likert (Sugiyono, 2012:14) memakai urutan skala lima yaitu 1, 2, 3, 4 dan 5 yang mempunyai kriteria sebagai berikut :

- a. Sangat setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Ragu - ragu (R) : 3
- d. Tidak setuju (TS) : 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : 1

Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji homogenitas item pernyataan per variabel untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur untuk melakukan fungsinya. Semakin tinggi validitas alat ukur maka semakin kecil varian kesalahannya. Dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

Pengukuran uji validitas dalam penelitian, digunakan metode *product moment* dari Pearson (Sugiyono, 2012: 182). Rumus korelasi *Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi
 X = skor butir
 Y = skor faktor
 n = jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kriteria tingkat kemantapan atau konsisten suatu alat ukur (kuesioner). Suatu kuesioner dapat dikatakan mantap bila dalam pengukurannya secara berulang-ulang dapat memberikan hasil yang sama (dengan catatan semua kondisi tidak berubah). Dalam penelitian ini reliabilitas diukur dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r_{ii} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pernyataan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
 σ_t^2 = varians total

Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar (>) dari 0,60 (Sugiyono, 2012: 130).

c. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan langkah untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi sebuah data penelitian. Hasil yang diperoleh melalui uji linieritas akan menentukan teknik analisis regresi yang akan digunakan. Jika hasil uji linieritas merupakan data linier maka digunakan analisis regresi

linier. Sebaliknya jika hasil uji linieritas merupakan data yang tidak linier maka analisis regresi yang digunakan non linier. Uji linier yang akan dilakukan adalah dengan uji Langrange Multiplivariat. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai C^2 hitung atau $(n \times R^2)$.

Langkah pengujian sebagai berikut :

- 1) Lakukan regresi persamaan utama :

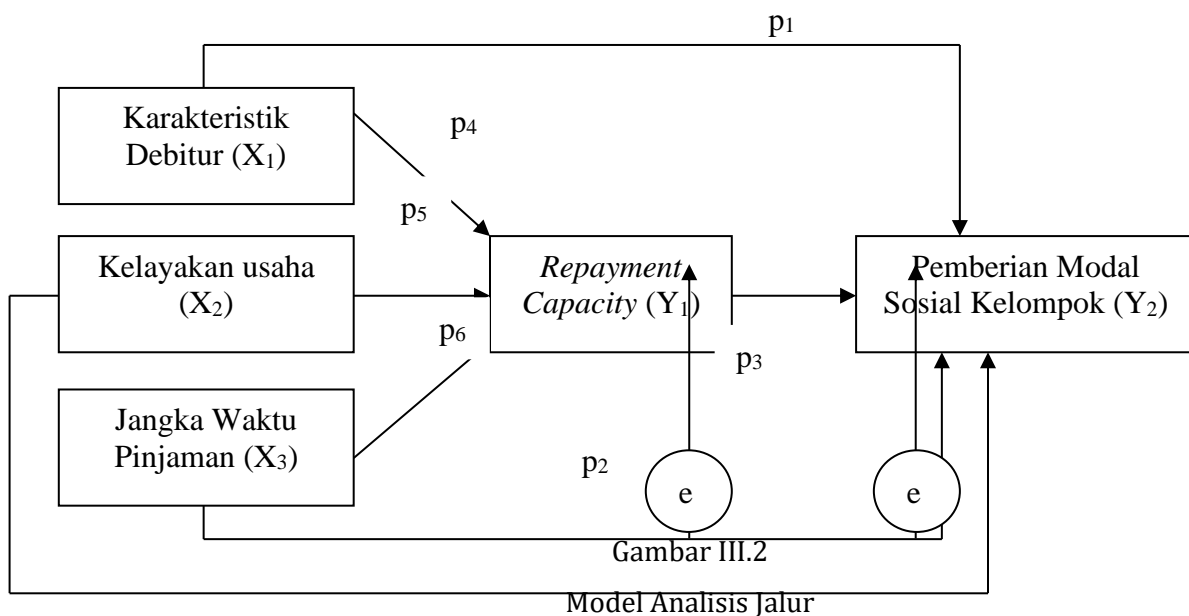
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_3 I + e$$

- 2) Jika dianggap persamaan utama tersebut benar spesifikasinya, maka nilai residualnya harus dihubungkan dengan nilai kuadrat variabel independen dengan persamaan regresi :

$$U_t = \beta_0 + \beta_1 X_1^2 + \beta_2 X_2^2 + \beta_3 X_3^2 + \beta_3 I^2$$

- 3) Dapatkan R^2 untuk menghitung C^2 hitung.
- 4) Jika C^2 hitung $> C^2$, maka hipotesis yang menyatakan model linier ditolak (Ghozali, 2013: 155).

2. Analisis Jalur (*path analysis*)



Keterangan:

- X_1 : Variabel karakteristik debitur
- X_2 : Variabel kelayakan usaha
- X_3 : Variabel jangka waktu pinjaman
- Y_1 : Variabel *repayment capacity*

- Y_2 : Variabel pemberian modal sosial kelompok
- P_1 : Pengaruh karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok
- P_2 : Pengaruh kelayakan usaha terhadap pemberian modal sosial kelompok
- P_3 : Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok
- P_4 : Pengaruh karakteristik debitur terhadap *repayment capacity*
- P_5 : Pengaruh kelayakan usaha terhadap *repayment capacity*
- P_6 : Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap *repayment capacity*
- P_7 : Pengaruh *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok
- e_1 : residual sub struktur 1 yaitu nilai sisa dari regresi karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman terhadap *repayment capacity*
- e_2 : residual sub struktur 2 yaitu nilai sisa dari regresi karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok

Persamaan Regresi I (sub struktur I)

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

Keterangan:

- Y_1 = *Repayment capacity*
- X_1 = Karakteristik debitur
- X_2 = Kelayakan usaha
- X_3 = Jangka waktu pinjaman
- β_1, \dots, β_3 = Koefisien regresi
- e_1 = Residual

Persamaan Regresi II (sub struktur II)

$$Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Y_1 + e_2$$

Keterangan:

- Y_2 = Pemberian modal sosial kelompok
- X_1 = Karakteristik debitur
- X_2 = Kelayakan usaha
- X_3 = Jangka waktu pinjaman
- Y_1 = *Repayment capacity*

$\beta_1 \dots \beta_4$ = Koefisien regresi

e_2 = Residual

Pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total

a. Pengaruh Langsung

1) Pengaruh karakteristik debitur (X_1) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) = P_1

2) Pengaruh kelayakan usaha (X_2) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) = P_2

3) Pengaruh jangka waktu pinjaman (X_3) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) = P_3

b. Pengaruh tidak langsung

1) Pengaruh karakteristik debitur (X_1) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) melalui *repayment capacity* (Y_1) = $P_4 \times P_7$;

2) Pengaruh kelayakan usaha (X_2) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) melalui *repayment capacity* (Y_1) = $P_5 \times P_7$;

3) Pengaruh jangka waktu pinjaman (X_3) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) melalui *repayment capacity* (Y_1) = $P_6 \times P_7$;

c. Pengaruh total

Pengaruh total adalah jumlah dari pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

1) Pengaruh total pengaruh karakteristik debitur (X_1) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) baik langsung maupun tidak langsung adalah = $P_1 + (P_4 \times P_7)$;

2) Pengaruh total pengaruh kelayakan usaha (X_2) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) baik langsung maupun tidak langsung adalah = $P_2 + (P_5 \times P_7)$

3) Pengaruh total pengaruh jangka waktu pinjaman (X_3) terhadap pemberian modal sosial kelompok (Y_2) baik langsung maupun tidak langsung adalah = $P_3 + (P_6 \times P_7)$

3. Koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013: 97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

4. Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang dilihat dari perbandingan nilai signifikansi terhadap nilai kesalahan (α). Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.

5. Signifikansi F (*F test*)

Uji F dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mengetahui nilai F test dapat diketahui dari nilai signifikansi pada tabel ANOVA^b dalam *output regression* SPSS versi 16 *for windows*. Semua pengolahan dan analisis data tersebut menggunakan program SPSS. Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.

6. Uji Korelasi

Korelasi arah dan kuatnya hubungan antar variabel dalam analisis jalur ditunjukkan dengan koefisien korelasi. Arah hubungan adalah positif dan negatif, sedangkan kuatnya hubungan ditunjukkan dengan besar kecilnya angka korelasi. Koefisien korelasi yang mendekati angka 1 berarti kedua variabel mempunyai hubungan kuat atau sempurna (Sugiyono, 2012: 122).

Untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi antar variabel independen maka penelitian ini juga menggunakan koefisien korelasi Pearson yang diolah melalui SPSS, sedangkan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antar variabel independen dan hubungan variabel independen dengan variabel dependen, maka dapat dinyatakan dengan fungsi linier (paling tidak mendekati) dan diukur dengan suatu nilai yang disebut koefisien korelasi. Menurut Sugiyono (2012: 248) mengemukakan nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar 1, jadi jika $r =$ koefisien korelasi maka nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut : $-1 \leq r < 1$, artinya:

- a. Jika $r = 1$, hubungan X dan r sempurna dan positif (mendekati 1, yaitu hubungan sangat kuat dan positif). Korelasi positif artinya hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen bersifat searah. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan nilai X terjadi bersama-sama dengan kenaikan atau penurunan nilai Y.
- b. Jika $r = -1$ atau mendekati -1, hubungan X dan Y sempurna dan negative mendekati -1, yaitu hubungan sangat kuat dan negative. Korelasi negative artinya hubungan antara variabel independen dengan dependen bersifat berlawanan. Dengan kata lain peningkatan nilai X terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai r atau sebaliknya.
- c. Jika $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan. Maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dikatakan sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali. Dengan kata lain hubungan antara variabel X dengan variabel Y sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali. Penentuan kuat lemahnya koefisien korelasi (r) atau arti harga nilai r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r yang dikemukakan oleh Arikunto (2012: 278) sebagai berikut :

Tabel II.1 Interpretasi koefisien korelasi nilai r

Koefisien korelasi	Tafsiran
0,80 – 1,00	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan 97 kuesioner kepada debitur / pengurus kelompok. Berikut ini rincian perolehan kuesioner beserta persentasenya.

Tabel III.1 Perolehan Kuesioner beserta Persentasenya

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	97	100%
Kuesioner tidak dapat diolah	0	0%
Kuesioner dapat diolah	97	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel III.1 terlihat jumlah kuesioner yang disebar adalah 97 (100%) dan keseluruhan kuesioner kembali lengkap sehingga dapat diolah dalam pengolahan data berikutnya. Identitas responden yang mengisi kuesioner secara lengkap dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen, dapat diketahui identitas responden yang meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan responden. Kuesioner yang lengkap selanjutnya ditabulasi berdasarkan karakteristik sebagai berikut.

Tabel III.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	13	13,4%
2	Perempuan	84	86,6%
	Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel III.2 di atas ternyata lebih banyak responden perempuan sebanyak 84 orang (86,6 persen) dan responden laki-laki sebanyak 13 orang (13,4 persen). Hasil penelitian menunjukkan mayoritas debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen berjenis kelamin perempuan. Kuesioner yang lengkap selanjutnya ditabulasi berdasarkan umur responden, hasilnya sebagai berikut.

Tabel III.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Prosentase
1	Kurang dari 20 tahun	7	7%
2	20 tahun – 29 tahun	11	11%
3	30 tahun – 39 tahun	47	48%
4	40 tahun ke atas	32	33%
	Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel IV.4 di atas, responden paling banyak berumur 30 tahun – 39 tahun sebanyak 47 orang (48 persen), kemudian umur 40 tahun ke atas sebanyak 32 orang (33 persen), kemudian umur 20 tahun – 29 tahun sebanyak 11 orang (11 persen) dan paling sedikit antara umur kurang dari 20 tahun berjumlah 7 orang (7 persen).

Tingkat pendidikan responden dari kuesioner yang lengkap selanjutnya ditabulasi adapun hasilnya sebagai berikut.

Tabel III.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SD/MI	15	15%
2	SMP/MTs	29	30%
3	SLTA/SMK/MA	31	32%
4	Diploma 3	12	12%
5	Sarjana/Strata 1	7	7%
6	Lainnya	3	3%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Dari tabel di atas, ternyata responden paling banyak mempunyai tingkat SLTA/SMK/MA sebanyak 31 orang (32 persen), selanjutnya tingkat pendidikan SMP/MTs sebanyak 29 orang (30 persen), tingkat pendidikan SD/MI sebanyak 15 orang (15 persen), tingkat pendidikan Diploma 3 sebanyak 12 orang (12 persen), tingkat pendidikan sarjana/strate 1 sebanyak 7 orang (7 persen), dan paling sedikit pendidikan lainnya sebanyak 3 orang (3 persen).

2. Pengujian Instrumen Penelitian

Data ditabulasi kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap variabel karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, dan *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok debitur UPK DAPM Kabupaten Sragen. Data yang dianalisis harus valid dan reliabel.

a. Hasil Uji Validitas

Hasil analisis validitas kelima instrumen variabel karakteristik debitur (X_1), kelayakan usaha (X_2), jangka waktu pinjaman (X_3), *repayment capacity* (Y_1), dan pemberian modal sosial kelompok (Y_2) secara lengkap disajikan pada lampiran.

Tabel IV.1 Uji Validitas Variabel Karakteristik Debitur

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,361	0,1975	Valid
2	0,787	0,1975	Valid
3	0,775	0,1975	Valid
4	0,668	0,1975	Valid
5	0,748	0,1975	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil validitas variabel karakteristik debitur menunjukkan bahwa item keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel. Berdasarkan hasil analisis nilai indikator keseluruhan item pertanyaan memiliki nilai tinggi. Item paling dominan terletak pada butir ke 2,3, dan 5. Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir keseluruhan butir atau item selain nomor 1 berperan membentuk karakteristik debitur.

Tabel IV.2 Uji Validitas Variabel Kelayakan Usaha

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,855	0,1975	Valid
2	0,575	0,1975	Valid
3	0,767	0,1975	Valid
4	0,871	0,1975	Valid
5	0,102	0,1975	Tidak Valid
6	0,846	0,1975	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil validitas variabel kelayakan usaha menunjukkan bahwa item pertanyaan nomor 5 dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai r hitung kurang dari r tabel ($0,102 < 0,1975$), sedangkan item pertanyaan lainnya dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi terletak pada item pertanyaan ke 4, 1, 6, dan 3, hal tersebut menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk kelayakan usaha.

Tabel IV.3 Uji Validitas Variabel Jangka Waktu Pinjaman

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,629	0,1975	Valid
2	0,776	0,1975	Valid
3	0,536	0,1975	Valid
4	0,587	0,1975	Valid
5	0,775	0,1975	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil validitas variabel jangka waktu pinjaman menunjukkan bahwa item keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel. Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi terletak pada item pertanyaan ke 2 dan 5 hal tersebut menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk jangka waktu pinjaman.

Tabel IV.4 Uji Validitas Variabel *Repayment Capacity*

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,874	0,1975	Valid
2	0,844	0,1975	Valid
3	0,679	0,1975	Valid
4	0,700	0,1975	Valid
5	0,881	0,1975	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil validitas variabel *repayment capacity* menunjukkan bahwa item keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung > r tabel. Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi terletak pada item pertanyaan ke 5, 1, 2, dan 4, hal tersebut menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk *repayment capacity*.

Tabel IV.5 Uji Validitas Variabel Pemberian Modal Sosial Kelompok

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,553	0,1975	Valid
2	0,212	0,1975	Valid
3	0,498	0,1975	Valid
4	0,332	0,1975	Valid
5	0,491	0,1975	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil validitas variabel pemberian modal sosial kelompok menunjukkan bahwa item keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan hasil analisis nilai indikator tertinggi terletak pada item pertanyaan ke 1, hal tersebut menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan membentuk pemberian modal sosial kelompok.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas ini dinyatakan dengan koefisien alpha yang mencerminkan koefisien reliabilitas dari seluruh item yang terdapat dalam suatu variabel yang sedang diuji.

Tabel IV.6 Rangkuman Uji Reliabilitas Kuesioner

No	Notasi	Nama Variabel	<i>Cronbach α</i>	Kesimpulan
1	X ₁	Karakteristik debitur	0,842	Reliabel
2	X ₂	Kelayakan usaha	0,863	Reliabel
3	X ₃	Jangka waktu pinjaman	0,842	Reliabel
4	Y ₁	<i>Repayment capacity</i>	0,893	Reliabel
5	Y ₂	Pemberian modal sosial kelompok	0,615	Reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2020

Dari tabel hasil uji reliabilitas di atas, dapat dilihat besarnya koefisien reliabilitas untuk variabel karakteristik debitur sebesar 0,842, kelayakan usaha memiliki reliabilitas sebesar 0,863, jangka waktu pinjaman memiliki reliabilitas sebesar 0,842, *repayment capacity* memiliki reliabilitas sebesar 0,893, dan pemberian modal sosial kelompok memiliki reliabilitas sebesar 0,615. Karena nilainya lebih besar dari 0,6, maka instrumen yang disusun cukup reliabel (Bambang Setiaji, 2006: 99).

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui status linier antar variabel penelitian. Jika hasil uji linieritas menghasilkan data linier maka digunakan analisis regresi linier.

Tabel IV.7 Hasil Uji Linieritas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,024 ^a	,001	-,043	1,97180246

a. Predictors: (Constant), Repayment Capacity, Karakteristik Debitur, Jangka Waktu Pinjaman, Kelayakan Usaha

Sumber: data yang diolah, 2020

Dari hasil uji linieritas menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,001 dengan jumlah sampel 97, besarnya nilai c^2 hitung = $97 \times 0,024 = 2,328$, sedangkan nilai c^2 tabel sebesar 124,342. Nilai c^2 hitung < c^2 tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah model linier.

3. Hasil Analisis Regresi

Dalam penelitian ini analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas dengan variabel terikat dengan menggunakan dua persamaan. Hasil analisis regresi persamaan 1 disajikan pada tabel IV.13.

Tabel IV.8 Hasil Regresi Persamaan 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,349	3,478		-,676	,501
	Karakteristik Debitur	,120	,096	,097	1,251	,214
	Kelayakan Usaha	,625	,082	,583	7,584	,000
	Jangka Waktu Pinjaman	,362	,105	,277	3,449	,001

a. Dependent Variable: Repayment Capacity

Sumber : data yang diolah, 2020

a. Hasil analisis regresi persamaan pertama

$$Y_1 = 0,097X_1 + 0,583X_2 + 0,277X_3 + \epsilon_1$$

$$\text{Sig } (0,214)(0,000)**(0,001)**$$

Ket :

Y_1 = Repayment capacity

X_1 = Karakteristik debitur

X_2 = Kelayakan usaha

X_3 = Jangka waktu pinjaman

** = Signifikansi

- 1) β_1 = koefisien regresi variabel karakteristik debitur sebesar 0,097, artinya apabila kelayakan usaha dan jangka waktu pinjaman tidak ada atau nol, besarnya peningkatan *repayment capacity* adalah konstanta ditambah 0,097.
- 2) β_2 = koefisien regresi variabel kelayakan usaha sebesar 0,583, artinya apabila karakteristik debitur dan jangka waktu pinjaman, tidak ada atau nol, besarnya peningkatan *repayment capacity* adalah konstanta ditambah 0,583.
- 3) β_3 = koefisien regresi variabel jangka waktu pinjaman sebesar 0,277, artinya apabila karakteristik debitur dan kelayakan usaha, tidak ada atau nol, besarnya peningkatan *repayment capacity* adalah konstanta dikurangi 0,277.

b. Hasil analisis regresi persamaan 2

Hasil analisis regresi persamaan 2 disajikan pada tabel IV.14

Tabel IV.9 Hasil Regresi Persamaan 2

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,502	3,564		8,559	,000
	Karakteristik Debitur	-,119	,099	-,123	-1,203	,232
	Kelayakan Usaha	-,019	,107	-,023	-,179	,859
	Jangka Waktu Pinjaman	-,246	,114	-,241	-2,159	,033
	Repayment Capacity	-,141	,106	-,180	-1,326	,188

a. Dependent Variable: Pemberian Modal Sosial Kelompok

Sumber : data yang diolah, 2020

Hasil analisis regresi persamaan 2

$$Y_2 = -0,123X_1 - 0,023 X_2 - 0,241 X_3 - 0,180 X_4 + \epsilon_1$$

$$\text{Sig}(0,232)(0,859)(0,033)**(0,188)$$

Keterangan :

Y_2 = Pemberian modal sosial kelompok

X_1 = Karakteristik debitur

X_2 = Kelayakan usaha

X_3 = Jangka waktu pinjaman

X_4 = *Repayment capacity*

** = Signifikansi

- 1) β_1 = koefisien regresi variabel karakteristik debitur sebesar -0,123 artinya apabila kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, dan *repayment capacity* tidak ada atau nol, besarnya peningkatan pemberian modal sosial kelompok adalah konstanta dikurangi 0,123.
- 2) β_2 = koefisien regresi variabel kelayakan usaha sebesar -0,023 artinya apabila karakteristik debitur, jangka waktu pinjaman, dan *repayment capacity* tidak ada atau nol, besarnya peningkatan pemberian modal sosial kelompok adalah konstanta dikurangi 0,023.
- 3) β_3 = koefisien regresi variabel jangka waktu pinjaman sebesar -0,241 artinya apabila karakteristik debitur, kelayakan usaha, dan *repayment capacity* tidak ada atau nol, besarnya peningkatan pemberian modal sosial kelompok adalah konstanta dikurangi 0,241.
- 4) β_4 = koefisien regresi variabel *repayment capacity* sebesar -0,180 artinya apabila karakteristik debitur, kelayakan usaha, dan jangka waktu pinjaman tidak ada atau nol, besarnya peningkatan pemberian modal sosial kelompok adalah konstanta dikurangi 0,180.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Hasil uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Hasil uji t persamaan 1

Tabel IV.10 Uji t persamaan 1

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2,349	3,478		-,676	,501
	Karakteristik Debitur	,120	,096	,097	1,251	,214
	Kelayakan Usaha	,625	,082	,583	7,584	,000
	Jangka Waktu Pinjaman	,362	,105	,277	3,449	,001

a. Dependent Variable: Repayment Capacity

Sumber : data yang diolah, 2020

Berdasarkan analisis hasil Uji t persamaan pertama yang terdapat pada tabel IV.10 dapat disimpulkan bahwa:

a) Pengaruh karakteristik debitur terhadap *repayment capacity*

Hasil regresi persamaan pertama menunjukkan bahwa t_{hitung} variabel karakteristik debitur sebesar 1,251 dengan nilai signifikan $0,214 > 0,05$ berarti variabel karakteristik debitur berpengaruh tidak signifikan terhadap *repayment capacity*, sehingga hipotesis 1 tidak terbukti.

b) Pengaruh kelayakan usaha terhadap *repayment capacity*

Hasil regresi persamaan pertama menunjukkan bahwa t_{hitung} variabel kelayakan usahasebesar 7,584 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ berarti variabel kelayakan usaha berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity*, sehingga hipotesis 2 terbukti.

c) Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap *repayment capacity*

Hasil regresi persamaan pertama menunjukkan bahwa t_{hitung} variabel jangka waktu pinjaman sebesar 3,449 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ berarti variabel jangka waktu pinjaman berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity*, sehingga hipotesis 3 terbukti.

2) Hasil uji t persamaan 2

Tabel IV.11 Uji t persamaan 2

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30,502	3,564		8,559	,000
	Karakteristik Debitur	-,119	,099	-,123	-1,203	,232
	Kelayakan Usaha	-,019	,107	-,023	-,179	,859
	Jangka Waktu Pinjaman	-,246	,114	-,241	-2,159	,033
	Repayment Capacity	-,141	,106	-,180	-1,326	,188

a. Dependent Variable: Pemberian Modal Sosial Kelompok

Sumber : Data yang diolah, 2020

Berdasarkan analisis hasil Uji t persamaan kedua yang terdapat pada tabel IV.11 dapat disimpulkan bahwa:

- a) Pengaruh karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok

Hasil regresi persamaan kedua menunjukkan nilai signifikan 0,232 > 0,05 berarti variabel karakteristik debitur berpengaruh tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok, sehingga hipotesis 4 tidak terbukti.

- b) Pengaruh kelayakan usaha terhadap pemberian modal sosial kelompok

Hasil regresi persamaan kedua menunjukkan nilai signifikan 0,859 > 0,05 berarti variabel kelayakan usaha berpengaruh tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok, sehingga hipotesis 5 tidak terbukti.

- c) Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok

Hasil regresi persamaan kedua menunjukkan nilai signifikan 0,033 < 0,05 berarti variabel jangka waktu pinjaman berpengaruh signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok, sehingga hipotesis 6 terbukti.

- d) Pengaruh *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok

Hasil regresi persamaan kedua menunjukkan nilai signifikan 0,188 > 0,05 berarti variabel *repayment capacity* berpengaruh tidak signifikan

terhadap pemberian modal sosial kelompok, sehingga hipotesis 7 tidak terbukti.

b. Uji F

Hasil uji ketepatan model (uji F / *overall test*) sebagaimana disajikan pada tabel berikut :

1) Uji F persamaan 1

Tabel IV.12 Hasil Uji F Persamaan 1

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	332,460	3	110,820	29,770	,000 ^a
	Residual	346,200	93	3,723		
	Total	678,660	96			

a. Predictors: (Constant), Jangka Waktu Pinjaman, Kelayakan Usaha, Karakteristik Debitur

b. Dependent Variable: Repayment Capacity

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil uji secara serempak (Uji F) pada persamaan pertama diketahui besarnya nilai $F = 29,770$ signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel karakteristik debitur, kelayakan usaha, dan jangka waktu pinjaman mempengaruhi *repayment capacity*.

2) Uji F persamaan 2

Tabel IV.13 Hasil Uji F Persamaan 2

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,167	4	13,542	3,481	,011 ^a
	Residual	357,895	92	3,890		
	Total	412,062	96			

a. Predictors: (Constant), Repayment Capacity, Karakteristik Debitur, Jangka Waktu Pinjaman, Kelayakan Usaha

b. Dependent Variable: Pemberian Modal Sosial Kelompok

Sumber : Data yang diolah, 2020

Hasil uji secara serempak (Uji F) pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai $F = 3,481$ signifikansi $0,011 < 0,05$. Sehingga dapat

disimpulkan secara bersama-sama variabel yaitu karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, dan *repayment capacity* mempengaruhi pemberian modal sosial kelompok.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi Persamaan 1

Hasil Uji koefisien determinasi persamaan 1 dalam penelitian dapat dilihat pada tabel IV.19 dibawah ini :

Tabel IV.14 Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700 ^a	,490	,473	1,929

a. Predictors: (Constant), Jangka Waktu Pinjaman, Kelayakan Usaha, Karakteristik Debitur

Sumber : Data yang diolah, 2020

Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,490

e_1 persamaan 1:

$$e_1^2 = 1 - R_1^2$$

$$e_1^2 = 1 - 0,490$$

$$e_1^2 = 0,510$$

$$e_1 = 0,7145$$

b) Koefisien Determinasi Persamaan 2

Hasil Uji koefisien determinasi persamaan 2 dalam penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel IV.15 Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,363 ^a	,131	,094	1,972

a. Predictors: (Constant), Repayment Capacity, Karakteristik Debitur, Jangka Waktu Pinjaman, Kelayakan Usaha

b. Dependent Variable: Pemberian Modal Sosial Kelompok

Sumber : Data yang diolah, 2020

Uji R^2 didapatkan hasil sebesar 0,131

E_2 persamaan 2:

$$e_2^2 = 1 - R_1^2$$

$$e_2^2 = 1 - 0,131$$

$$e_2^2 = 0,869$$

$$e_2 = 0,93$$

c) Koefisien Determinasi Total

Dari persamaan 1 dan persamaan 2 tersebut maka didapatkan nilai Koefisien determinasi total (R^2)

$$R^2 = 1 - (e_1^2 \times e_2^2)$$

$$= 1 - (0,7145 \times 0,93)$$

$$= 0,3355 \text{ atau } 33,55 \%$$

Nilai R^2 total sebesar 0,3355 artinya pemberian modal sosial kelompok UPK DAPM dijelaskan oleh karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman dengan *repayment capacity* sebagai variabel intervening sebesar 33,55% dan sisanya sebesar 66,45% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian, misal variabel jumlah tanggungan dan besar pinjaman.

5. Analisa Korelasi

Tabel IV.16 Tabel Hasil Uji Korelasi

		Correlations				
		Karakteristik Debitur	Kelayakan Usaha	Jangka Waktu Pinjaman	Repayment Capacity	Pemberian Modal Sosial Kelompok
Karakteristik Debitur	Pearson Correlation	1	-,068	-,290**	-,023	-,047
	Sig. (2-tailed)		,510	,004	,823	,645
	N	97	97	97	97	97
Kelayakan Usaha	Pearson Correlation	-,068	1	,270**	,651**	-,197
	Sig. (2-tailed)	,510		,008	,000	,053
	N	97	97	97	97	97
Jangka Waktu Pinjaman	Pearson Correlation	-,290**	,270**	1	,406**	-,285**
	Sig. (2-tailed)	,004	,008		,000	,005
	N	97	97	97	97	97
Repayment Capacity	Pearson Correlation	-,023	,651**	,406**	1	-,290**
	Sig. (2-tailed)	,823	,000	,000		,004
	N	97	97	97	97	97
Pemberian Modal Sosial Kelompok	Pearson Correlation	-,047	-,197	-,285**	-,290**	1
	Sig. (2-tailed)	,645	,053	,005	,004	
	N	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data yang diolah, 2020

Dari tabel IV.16 dapat diketahui hubungan atau korelasi antar variabel sebagai berikut :

- Karakteristik debitur dengan *repayment capacity* adalah -0,023 dan signifikansi 0,823 dapat diartikan bahwa ada hubungan negatif sangat rendah antara karakteristik debitur dengan *repayment capacity*.
- Kelayakan usaha dengan *repayment capacity* adalah 0,651 dan signifikansi 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan antara kelayakan usaha dengan *repayment capacity* kuat dan signifikan.
- Jangka waktu pinjaman dengan *repayment capacity* adalah 0,406 dan signifikansi 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan antara jangka waktu pinjaman dengan *repayment capacity* cukup kuat dan signifikan.
- Repayment capacity* dengan pemberian modal sosial kelompok adalah -0,290 dan signifikansi 0,004 dapat diartikan bahwa ada hubungan negatif yang rendah antara *repayment capacity* dengan pemberian modal sosial kelompok dan signifikan.
- Karakteristik debitur dengan pemberian modal sosial kelompok adalah -0,047 dan signifikansi 0,645 dapat diartikan bahwa ada hubungan negatif yang sangat

rendah antara karakteristik debitur dengan pemberian modal sosial kelompok dan tidak signifikan.

- f. Kelayakan usaha dengan pemberian modal sosial kelompok adalah $-0,197$ dan signifikansi $0,053$ dapat diartikan bahwa hubungan antara kelayakan usaha dengan pemberian modal sosial kelompok sangat rendah dan tidak signifikan.
- g. Jangka waktu pinjaman dengan pemberian modal sosial kelompok adalah $-0,285$ dan signifikansi $0,005$ dapat diartikan bahwa ada hubungan negatif yang rendah antara jangka waktu pinjaman dengan pemberian modal sosial kelompok dan signifikan.

6. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Total Pengaruh

Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung maupun tidak langsung hubungan antara kepemimpinan, jangka waktu pinjaman dan kompetensi terhadap pemberian modal sosial kelompok melalui *repayment capacity* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.17 Hasil Rekapitulasi Jalur Total

No	Arah Hubungan	Regresi		Korelasi		Σ
		Beta	Sig	R	Sig	
1	Karakteristik debitur → <i>Repayment capacity</i>	0,09 7	0,21 4	- 0,02	0,82 3	0,51 0
2	Kelayakan usaha → <i>Repayment capacity</i>	0,58 3	0,00 0	0,65 1	0,00 0	
3	Jangka waktu pinjaman → <i>Repayment capacity</i>	0,27 7	0,00 1	0,40 6	0,00 0	
4	Karakteristik debitur → Pemberian modal sosial kelompok	- 0,12 3	0,23 2	- 0,04 7	0,64 5	0,86 9
5	Kelayakan usaha → Pemberian modal sosial kelompok	- 0,02 3	0,85 9	- 0,19 7	0,05 3	
6	Jangka waktu pinjaman → Pemberian modal sosial kelompok	- 0,24 1	0,03 3	- 0,28 5	0,00 5	
7	<i>Repayment capacity</i> → Pemberian modal sosial kelompok	- 0,18 0	0,18 8	- 0,29 0	0,00 4	

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Tabel IV.18 Pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan total pengaruh Karakteristik debitur, Kelayakan usaha, Jangka waktu pinjaman, dan *Repayment capacity* pada Pemberian modal sosial kelompok.

	Pengaruh	Langsung	Tidak Langsung	Total Pengaruh
Model 1	Karakteristik debitur → Pemberian modal sosial kelompok	-0,123		
	Kelayakan usaha → Pemberian modal sosial kelompok	-0,023		
	Jangka waktu pinjaman → Pemberian modal sosial kelompok	-0,241**		
Model 2	Karakteristik Debitur → repayment capacity → Pemberian modal sosial kelompok		0,097 x -0,180 = -0,00126	
	Kelayakan usaha → repayment capacity → Pemberian modal sosial kelompok		0,583** x -0,180 = -0,106	
	Jangka waktu pinjaman → repayment capacity → Pemberian modal sosial kelompok		0,277** x -0,180 = -0,049	
	Pengaruh total Karakteristik debitur → Pemberian modal sosial kelompok melalui repayment capacity			-0,0123 - 0,00126 = -0,0136
	Pengaruh total Kelayakan usaha → Pemberian modal sosial kelompok melalui repayment capacity			-0,023 - 0,106 = -0,129
	Pengaruh total Jangka waktu pinjaman → Pemberian modal sosial kelompok melalui repayment capacity			-0,241 - 0,049 = -0,29

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

a. Pengaruh langsung

Dengan memperhatikan tabel IV.17 dan IV.18, pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen menuju variabel dependen tanpa melalui variabel dependen lainnya.

- 1) Karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok (X_1 ke Y_2)
Karakteristik debitur berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok dengan nilai koefisien sebesar -0,123.
- 2) Kelayakan usaha terhadap Pemberian modal sosial kelompok (X_2 ke Y_2)

Kelayakan usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok dengan nilai koefisien sebesar $-0,023$.

- 3) Jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok (X_3 ke Y_2)

Jangka waktu pinjaman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok dengan nilai koefisien sebesar $-0,241^{**}$.

b. Pengaruh tidak langsung

Dengan memperhatikan tabel IV.17 dan IV.18, pengaruh langsung adalah hubungan antara variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen melalui mediasi variabel lain yang disebut variabel intervening.

- 1) Pengaruh karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok melalui *repayment capacity* (X_1 ke Y_1 dan Y_1 ke Y_2)

Pengaruh karakteristik debitur terhadap *repayment capacity* tidak signifikan dan pengaruh *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok tidak signifikan, besarnya pengaruh tidak langsung = $-0,00126$.

- 2) Pengaruh kelayakan usaha terhadap pemberian modal sosial kelompok melalui *repayment capacity* (X_2 ke Y_1 dan Y_1 ke Y_2)

Pengaruh kelayakan usaha terhadap *repayment capacity* signifikan dan pengaruh *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok tidak signifikan, sehingga pengaruh tidak langsung = $-0,106$.

- 3) Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok melalui *repayment capacity* (X_3 ke Y_1 dan Y_1 ke Y_2)

Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap *repayment capacity* signifikan dan pengaruh *repayment capacity* terhadap pemberian modal sosial kelompok tidak signifikan, sehingga pengaruh tidak langsung = $-0,049$.

c. Pengaruh total

Dengan memperhatikan tabel IV.17 dan IV.18, pengaruh total pengaruh antara variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen melalui mediasi variabel lain yang disebut variabel intervening.

- 1) Pengaruh total karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok melalui *repayment capacity* merupakan pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung sebesar $-0,0136$.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis
 - a. Karakteristik debitur berpengaruh tidak signifikan terhadap *repayment capacity*.
 - b. Kelayakan usaha berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity*.
 - c. Jangka waktu pinjaman berpengaruh signifikan terhadap *repayment capacity*.
 - d. Karakteristik debitur berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok.
 - e. Kelayakan usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok.
 - f. Jangka waktu pinjaman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok.
 - g. *Repayment capacity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok.
2. Hasil uji F pada persamaan pertama diketahui besarnya nilai $F = 29,770$ signifikansi $0,000 < 0,05$ dan persamaan kedua diketahui besarnya nilai $F = 3,481$ signifikansi $0,011 < 0,05$ Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa karakteristik debitur, kelayakan usaha, jangka waktu pinjaman, *repayment capacity* berpengaruh terhadap pemberian modal sosial kelompok.
3. Hasil Uji Determinasi, diperoleh nilai R^2 total sebesar 0,3355 artinya pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen dijelaskan oleh karakteristik debitur, kelayakan usaha, dan jangka waktu pinjaman dengan *repayment capacity* sebagai variabel intervening sebesar 33,5% dan sisanya 66,45% misal variable jumlah tanggungan dan besar pinjaman dan lainnya.
4. Hasil analisis jalur, dengan memperhatikan pengaruh langsung menyimpulkan bahwa jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok merupakan jalur yang paling dominan.

Implikasi Manajerial

1. Pengaruh karakteristik debitur terhadap *repayment capacity* dan pemberian modal sosial kelompok.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung variabel karakteristik debitur terhadap pemberian modal sosial kelompok sebesar $-0,123$ dan tidak signifikan, hal ini berarti jika karakteristik debitur tidak mempengaruhi pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen.

Temuan studi ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Widyarwati (2016) yang menyatakan karakteristik nasabah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pinjaman macet dana bergulir.

Namun hasil studi ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwitami dkk (2017), Hadi dan Mardiana (2018) karakteristik debitur secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pemberian Kredit.

Berdasarkan analisis pengaruh langsung menunjukkan bahwa jalur langsung variabel karakteristik debitur berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen.

Upaya peningkatan peran karakteristik debitur yang mampu meningkatkan pemberian modal sosial kelompok dengan melihat hasil analisis nilai indikator hampir keseluruhan item pertanyaan memiliki nilai tinggi, terletak pada butir ke 2, 3, dan 5. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan dalam membentuk karakteristik debitur. Sebagai langkah konkrit, perlu untuk direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong agar nasabah bersikap terbuka atas informasi yang dibutuhkan oleh UPK terkait dengan kondisi pribadinya.
 - b. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong agar nasabah membuat laporan keuangan atau laporan yang terkait dengan perkembangan usahanya dengan jujur sesuai realitanya.
 - c. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong nasabah untuk bertanggung jawab menyelesaikan angsuran pembiayaan hingga lunas.
2. *Pengaruh kelayakan usaha terhadap repayment capacity dan pemberian modal sosial kelompok.*

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung variabel kelayakan usaha terhadap pemberian modal sosial kelompok sebesar $-0,023$ dan tidak signifikan, hal ini berarti jika kelayakan debitur tidak mempengaruhi pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen.

Temuan studi ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriana dkk (2017) yang menyatakan bahwa kelayakan usaha secara parsial berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Kelancaran Pembayaran (Y) angsuran nasabah di Bank Kalsel Unit Sentra Antasari Banjarmasin.

Namun hasil studi ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwitami dkk (2017) yang menyatakan bahwa kelayakan usaha berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pemberian Kredit Usaha Rakyat.

Berdasarkan analisis pengaruh langsung menunjukkan bahwa jalur langsung variabel kelayakan usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen.

Upaya peningkatan peran kelayakan usaha yang mampu meningkatkan pemberian modal sosial kelompok dengan melihat hasil analisis nilai indikator hampir keseluruhan item pertanyaan memiliki nilai tinggi, terletak pada butir ke 4, 1, 6, dan 3. Hal tersebut menunjukkan bahwa butir atau item tersebut paling berperan dalam membentuk kelayakan usaha. Sebagai langkah konkrit, perlu untuk direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong nasabah agar produktif untuk memperoleh pendapatan yang lebih dari cukup.
 - b. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong nasabah untuk selalu merencanakan keuangannya, dimana sebagian disisihkan guna membayar angsuran.
 - c. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong nasabah agar mampu memperoleh pendapatan yang lebih untuk memenuhi kebutuhan seluruh keluarganya dan mampu memenuhi angsuran pembiayaan.
 - d. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen membantu menentukan besaran pembiayaan yang akan diajukan ke UPK agar sesuai dengan pendapatannya.
3. *Pengaruh jangka waktu pinjaman terhadap repayment capacity dan pemberian modal sosial kelompok.*

Pengaruh langsung jangka waktu pinjaman terhadap pemberian modal sosial kelompok adalah signifikan namun arahnya negatif, hal ini berarti apabila jangka waktu pinjaman ditingkatkan, maka pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen akan menurun secara bermakna.

Hasil studi ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Widyarwati (2016), yang menyatakan jangka waktu pinjaman berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pinjaman macet dana bergulir.

Hasil penelitian ini tidak mendukung Lubis dan Rachmina (2011), Dwitami dkk (2017) yang menyatakan bahwa jangka waktu pengembalian pinjaman sangat mempengaruhi kelancaran pengembalian kredit. Bank akan menimbang betul-betul jangka waktu pinjaman sebelum memberikan pinjaman/modal kepada debitur.

Berdasarkan analisa pengaruh langsung hasilnya berpengaruh signifikan negatif dalam meningkatkan pemberian modal sosial kelompok pada UPK DAPM Kabupaten Sragen. Untuk itu perlu mempertahankan jangka waktu pinjaman, dalam arti jangka waktu pinjaman sudah dipandang cukup memadai oleh para nasabah dalam peningkatan pemberian modal sosial kelompok. Upaya yang dilakukan dengan melihat analisis nilai indikator tertinggi terletak pada item jangka waktu pinjaman pertanyaan ke 2 dan 5. Hal tersebut menandakan bahwa butir atau item yang paling berperan dalam membentuk jangka waktu pinjaman di dalam meningkatkan *repayment capacity*.

Langkah-langkah konkrit mempertahankan jangka waktu pinjaman dilakukan sebagai berikut :

- a. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen mendorong nasabah agar tidak pernah memiliki tunggakan angsuran di UPK.
- b. Manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen membantu nasabah untuk jangka waktu pinjaman agar disesuaikan dengan jumlah pinjaman yang diajukan.

Apabila upaya peningkatan perilaku nasabah terkait karakteristik debitur, kelayakan usaha, dan jangka waktu pinjaman, maka upaya pemberian modal sosial kelompok pada nasabah UPK DAPM Kabupaten Sragen akan meningkat.

Peningkatan keputusan dalam pemberian modal sosial kelompok dapat terlihat pada hasil analisis nilai indikator tertinggi dari item pernyataan ke1. Ini menandakan bahwa item tersebut yang paling mempunyai peran dalam membentuk keputusan pemberian modal sosial kelompok. Bentuk peningkatan keputusan pemberian modal sosial kelompok adalah manajemen UPK DAPM Kabupaten Sragen akan mendorong nasabah untuk mempertimbangkan faktor resiko atas pemberian modal sosial yang diterima dari UPK.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan, antara lain :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di seluruh UPK DAPM Kabupaten Sragen. Sebaiknya penelitian selanjutnya meneliti hal yang sama namun lokasi penelitiannya hanya satu UPK saja sehingga penelitian bisa lebih fokus.
2. Keterbatasan waktu penelitian, sehingga peneliti hanya mengambil nasabah yang kebetulan ketemu saja tanpa memperhatikan hal-hal lainnya. Hendaknya peneliti membutuhkan waktu yang cukup untuk lebih teliti dalam memilih calon responden sehingga jawaban yang diterima berdasarkan ketelitian dan kecermatan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diungkapkan di atas, maka disarankan kepada :
UPK DAPM Kabupaten Sragen

Untuk menghindari risiko kemacetan pinjaman modal sosial kelompok dimasa mendatang sebaiknya UPK selalu melakukan pemantauan usaha calon debitur secara berkala, mencari informasi calon debitur tersebut pada BI Checking dengan memenuhi persyaratan sebagai bentuk Lembaga yang mempunyai Badan Hukum (BH) sesuai regulasi dan di bawah naungan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengetahui calon debitur mempunyai tanda hitam atau kredit macet pada Bank lain, serta memeriksa laporan keuangan calon debitur dengan melihat keadaan usaha calon debitur, sehingga nantinya dapat mengurangi dan menanggulangi kemacetan pada pinjaman modal sosial kelompok.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Karena UPK DAPM merupakan lembaga relatif baru dan belum banyak dijadikan sebagai obyek penelitian, maka bagi peneliti berikutnya diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor lainnya yaitu variabel yang berbeda seperti variable nilai jaminan, besaran pinjaman, objek penelitian yang berbeda seperti seluruh UPK DAPM di luar Kabupaten Sragen, dan sampel yang lebih banyak yang berhubungan dengan keputusan pemberian pinjaman modal sosial kelompok

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, 2014, *Politik Lokal; Pola, Aktor & Alur Dramatikalnya*, Yogyakarta: LP2B.
- Ahmad Erani Yustika, 2012, *Ekonomi Kelembagaan Paradigma, Teori, dan Kebijakan*, Jakarta: Erlangga.
- Anna Maria Lubis dan Dwi Rachmina, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Realisasi dan Pengembalian Kredit Usaha Rakyat, *Forum Agribisnis*, Vol. 1, No. 2, September 2011.
- Ayu Trieesnaning Rahmawati, Muhammad Saifi, Raden Rustam Hidayat, Analisis Keputusan Pemberian Kredit Dalam Langkah Meminimalisir Kredit Bermasalah (Studi kasus pada Kredit Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk unit Slawi 1, Kab Tegal Jawa tengah), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol. 35 No. 1 Juni 2016.
- Diah Ayu Dwi Wulandari, Pengaruh Five "C" S Of Credit Terhadap Proses Pemberian Kredit Pada BPR di Kota Semarang, *Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis*, 2009.
- Fanny Azziza, Artikel Ilmiah, Pengaruh Penilaian Kelayakan Kredit Terhadap Keputusan Pemberian Kredit Pada Bank Perkreditan Rakyat Di Surabaya, *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas*, Surabaya, 2016.
- Fawaizul Umam, dkk., 2016, *Membangun Resistensi Merawat Tradisi Modal Sosial Komunitas Wetu Telu*, Mataram: Lembaga Kajian Islam dan Masyarakat.
- George Ritzer dan Douglas J. Goodman, 2010, *Teori Sosiologi; Dari Teori Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hidayatullah, F, 2010, *Pendidikan Karakter Membangun Peradaban Bangsa*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Ismail, 2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Iswi Hariyani, 2010, *Restrukturisasi dan Penghapusan Kredit Macet*, Jakarta: Ikapi.
- John Field, 2010, *Terjemahan, Modal Sosial*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kadek Gita Dwitami, Edy Sujana, I Putu Gede Diatmika, Pengaruh Kemampuan Usaha, Karakteristik Debitur, Repayment Capacity, dan Informasi Akuntansi Terhadap Keputusan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Singaraja, *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Vol: 8 No: 2 Tahun 2017)*.
- Kasmir, 2012, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kimberly L Casey, 2012, *Defining Political Capital: A Reconsideration of Bourdieu's Interconvertibility Theory*, (dalam: Yoaldri Riki Putra, Executive Summary; Optimalisasi Modal Politik Pasangan Ismet Amzis – Harma Zaldi pada Pemilihan Umum Kepala Daerah Kota Bukittinggi Tahun 2010, Padang: Fisip Univ. Andalas.
- Kiswati, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengembalian Pembiayaan Mudharabah, *EQUILIBRIUM*, Vol. 3, No. 1, Juni 2015.
- Luh Ade Dyah Pradnya Budi, I Gde Ary Wirajaya, Pengaruh Jumlah Tanggungan, Pendapatan Usaha, dan Besar Pinjaman Pada Tingkat Kelancaran Pengembalian Kredit, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.24.2.Agustus (2018): 1077-1104.
- Marlinda Audina, Faktor - Faktor Yang Menentukan Tingkat Kemampuan Pengembalian Kredit UMKM Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau, *JOM Fekon* Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017.
- Penta Widyartati, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pinjaman Macet Dana Bergulir Di BKM Sendang Mukti Kelurahan Sendanguwo Kecamatan Tembalang Kota Semarang, *Jurnal STIE SEMARANG* VOL 8 No. 3 Edisi Oktober 2016 (ISSN : 2085-5656).

- Sa'adah Yuliana, Pengaruh Faktor Ekonomi, Modal Sosial, Dan Religiusitas Terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Juni 2015, Volume 13, No.1 hal: 10 – 20.
- Shendy Apriana, Dwi Wahyu, Irwansyah, Analisis Pengaruh Prasyarat Kredit (5C) Terhadap Kelancaran Pembayaran Angsuran Nasabah Di Bank Kalsel Unit Sentra Antasari Banjarmasin, *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Edisi Januari-Juni 2017, Vol 6, No. 1, ISSN 2541-178X.
- Siti Hajar Samsu, Debt Repayment Capacity in the Emerging Markets and Developing Countries: A Literature Review and Future Research International, *Journal of Humanities, Social Sciences and Education (IJHSSE)*, Volume 3, Issue 7, July 2016, PP 59-67.
- Subekti Singgih Hadi, Anne Mardiana, Pengaruh Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelancaran Pengembalian Kredit Berpenghasilan Tetap (Briguna Kretap) (Studi kasus pada PT BRI KC Pondok Gede), *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol 14 No. 2 Oktober 2018.
- Sumarno; Haryanto; Bambang Saptono, 2013, Orientasi Modal Sosial dan Modal Kultural di Fakultas Ilmu Pendidikan U.N.Y., *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol. 6 No. 2, September, 2013.
- Supianto, 2015, *Hukum Jaminan Fidusia*, Yogyakarta : Garudhawaca.
- Supramono dan Muhamad Hana Listianto, Repayment Capacity Dalam Mitigasi Risiko Kredit Usaha Rakyat (Kur) PT Bank X (Persero) Tbk Cabang Bogor Tajur, *Karya Ilmiah, Moneter Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol 7, No 2. Oktober 2019.
- Suwinto Johan, Determinants Of Credit Decision In Consumer Financing: An Empirical Study On Indonesia Auto Financing, *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship* Vol. 4 No. 3, September 2018.
- Rahel Widiawati, Kimbal, 2015, *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kualitatif*, Yogyakarta: Deepublish.
- Tri Andina Rahayu, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelancaran Pengembalian Pembiayaan Murabahah pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di BMT Taruna Sejahtera, *Jurnal Mustaqid*, Volume 7, Nomor. 1, Tahun 2016.
- Umar Hanis dan Julius Nursyamsi, Pengaruh Prasyarat Kredit terhadap Kelancaran Pembayaran Nasabah (Studi Kasus Nasabah pada PT. Bank Bukopin Kantor Cabang Pembantu Cilegon), *UG Jurnal* Vol. 7 No. 05 Tahun 2013.
- Wurianalya Maria Novenanty, The Legal Aspect Of Credit Without Collateral In Indonesia, *Faculty of Law, Parahyangan Catholic University, VeJ* Volume 4 • Nomor 1 • 111, 2018.

DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP PENGELUARAN KONSUMSI DAN PERILAKU BERBELANJA MASYARAKAT DI INDONESIA

Ernawati³⁸

Universitas Halu Oleo

Wahyudin Maguni

Institut Agama Islam Negeri Kendari

Abstract

The COVID-19 pandemic has an impact on the economic slowdown in Indonesia. This study aims to analyze the contraction of the household consumption expenditures and the shopping behavior of people in Indonesia during the COVID-19 pandemic. The research data were obtained from secondary sources published by the Central Statistics Agency and the Danareksa Research Institute. Data were analyzed by descriptive statistics. The results showed that in the second quarter of 2020, the contraction of household consumption expenditure occurred in all provinces in Indonesia except Aceh Province. Types of public expenditure that experienced a deep contraction, namely: restaurant & hotel expenditure, and transportation & communication. The deep contraction of these two components was due to reduced spending on eating outside the home and a decrease in the use of transportation for tourism, work, and school. The decline in public consumption expenditure on food occurred for all income groups. The COVID-19 pandemic has changed people's shopping behavior, with around 50 percent leaving shopping at physical stores and turning to E-commerce, corporate websites and social media.

Keywords: expenditure, consumption, behavior, shopping

Abstrak

Pandemi COVID-19 berdampak pada perlambatan ekonomi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontraksi pengeluaran konsumsi rumah tangga dan perilaku berbelanja masyarakat di Indonesia pada masa pandemi COVID-19. Data penelitian diperoleh dari sumber sekunder hasil publikasi Badan Pusat Statistik dan Danareksa Research Institute. Data dianalisis secara statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Triwulan II 2020 kontraksi pengeluaran konsumsi terjadi pada seluruh propinsi di Indonesia kecuali Propinsi Aceh. Jenis pengeluaran masyarakat yang mengalami kontraksi yang dalam yaitu: pengeluaran restoran & hotel, dan transportasi & komunikasi. Dalamnya kontraksi atas kedua komponen tersebut disebabkan menurunnya pengeluaran makan di luar rumah dan penurunan penggunaan transportasi untuk wisata, bekerja, maupun sekolah. Penurunan pengeluaran konsumsi masyarakat atas pangan terjadi pada seluruh kelompok pendapatan. Pandemi COVID-19 telah merubah perilaku berbelanja masyarakat, yaitu sekitar 50 persen meninggalkan berbelanja di toko fisik, beralih ke e-commerce, website perusahaan dan media sosial.

Kata kunci: pengeluaran, konsumsi, perilaku, berbelanja

³⁸Email: ernawaty@uho.ac.id

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah berjalan selama setahun. Menurut data Worldometer (2020) COVID-19 telah menginfeksi setidaknya 82,5 juta jiwa hingga akhir 2020, dengan total kematian sekitar 1,8 juta jiwa. Pada akhir Desember 2020 Indonesia menempati posisi 20 dari 218 negara yang tercatat mengalami kasus infeksi. Hingga 30 Desember 2020 jumlah kasus infeksi di Indonesia dilaporkan sebanyak 735,124 kasus, dengan jumlah kematian sebesar 11,212 jiwa. Selama satu tahun perjalanan virus tersebut belum ada tanda mereda, bahkan hasil penelitian terbaru dilaporkan adanya mutasi dari virus corona yang dianggap lebih berbahaya. Varian baru SARS-Cov-2 yang ditemukan di South Wales, Inggris yaitu SARS-Cov-2 varian B117 telah menunjukkan peningkatan persebaran (BNPB, 2020).

Beberapa pandemi yang tercatat melebihi kasus kematian pandemi corona (setidaknya untuk posisi akhir Desember 2020) sebagaimana disajikan pada Tabel 1 yaitu sebanyak 8 pandemi, bahkan beberapa virus tersebut masih bertahan dan menginfeksi manusia hingga kini. Kematian akibat COVID-19 memang masih lebih rendah dibanding kedelapan jenis pandemi tersebut namun dampaknya terhadap perekonomian sangat besar. Sebab pandemi tercatat pada hampir seluruh negara didunia akibat tingginya mobilitas barang dan manusia antar negara.

Tabel 1. Beberapa Pandemi di Dunia

Nama Pandemi	Tahun	Type/Pre-Human Host	Jumlah Kematian (jiwa)
Black Death	1347-1351	Yersinia pestis bacteria/rats, fleas	200 juta
New World Smallpox Outbreak	1520-onwards	Variola major virus	56 juta
Spanish Flu	1918-1919	H1N1 virus/pigs	40-50 juta
Plague of Justinian	541-542	Yersinia pestis bacteria/rats, fleas	30-50 juta
HIV/AIDS	1981-present	Virus/chimpanzees	25-35 juta
Third Plague	1885	Yersinia pestis bacteria/rats, fleas	12 juta
Antonine Plague	165-180	Believed to be either smallpox or measles	5 juta
17th Century Great Plagues	1600		3 juta

Sumber: LePan (2020)

Salah satu cara untuk menahan laju angka kejadian infeksi yaitu penerapan pembatasan sosial dan atau kebijakan lockdown (penguncian). Lockdown mendorong penutupan ekonomi dari suatu negara (kecuali untuk beberapa sektor vital sesuai pertimbangan pemerintah). Pemerintah Indonesia belum pernah memutuskan kebijakan lockdown, namun telah menerapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB)

untuk beberapa propinsi dan Kabupaten Kota. PSBB maupun bentuk pembatasan lainnya seperti pembatasan sosial berskala kecil (dengan berbagai variannya seperti larangan berkumpul, melakukan shift pekerja, work from home/school from home, dan sebagainya) telah mendorong kontraksi ekonomi, bahkan resesi.

Resesi ekonomi yang terjadi pada masa pandemi COVID-19 ditunjukkan dengan penurunan produk domestik bruto (PDB) setidaknya 2 kuartal berturut turut, dan peningkatan pengangguran. Adapun PDB Indonesia selama pandemi COVID-19 menunjukkan kontraksi year on year (yoy) pada triwulan II sebesar 5,32% (BPS, 2020a) dan pada triwulan III sebesar 3,49% (BPS, 2020b). Angka pengangguran di Indonesia per Agustus 2020 akibat pandemi COVID-19 sebesar 2,56 juta (BPS, 2020b). Selain pengangguran, pandemi juga berdampak pada pengurangan jam kerja sebanyak 24,03 juta orang, dan penghentian sementara pekerjaan sebanyak 1,77 juta orang.

Peningkatan angka pengangguran dan penghentian sementara pekerjaan akan berdampak pada tingkat pendapatan yang diterima oleh pekerja. Dengan kata lain masyarakat mengalami penurunan kemampuan untuk membeli barang dan jasa sehingga menurunkan konsumsinya. Pada sisi lain, masyarakat yang memiliki pendapatan tetap juga berdampak pada masa pandemi. Meskipun mereka memiliki kemampuan untuk membeli barang dan jasa namun kebijakan pembatasan sosial tetap membatasi mereka untuk bertransaksi, kecuali dengan mengalihkan cara berbelanja ke sistem on line. Oleh karena itu, tulisan ini mengkaji dampak pandemi COVID-19 terhadap pengeluaran konsumsi dan perilaku berbelanja masyarakat di Indonesia.

TELAAH PUSTAKA

Pandemi Covid dapat berdampak baik pada sisi permintaan maupun penawaran. Untuk alasan ini, sebagian besar ekonom akan setuju bahwa pandemi menggabungkan aspek guncangan penawaran dan permintaan. Guncangan penawaran adalah segala sesuatu yang mengurangi kapasitas ekonomi untuk memproduksi barang dan jasa, pada harga 'given'. Tindakan lockdown mencegah pekerja melakukan pekerjaan merupakan bentuk guncangan penawaran. Sementara guncangan permintaan berbentuk penurunan kemampuan atau kemauan konsumen untuk membeli barang dan jasa, dengan harga tertentu. Orang-orang menghindari restoran karena takut tertular adalah contohnya merupakan guncangan permintaan. Selain itu, karena pekerja sektor jasa kehilangan pekerjaan dan pendapatan, mereka berhenti membeli segala jenis barang, seperti

mobil dan peralatan, yang juga bisa dianggap sebagai guncangan permintaan sektoral. (Brinca, Duarte, and Faria-e-Castro, 2020)

Mekanisme penularan wabah COVID-19 pada akhirnya akan mempengaruhi kejadian kemiskinan. Kombinasi guncangan penawaran dan permintaan menurunkan aktivitas ekonomi dan mendorong penurunan pertumbuhan ekonomi. Akibatnya, memicu penurunan rata-rata pengeluaran per kapita di tingkat rumah tangga. Kemudian tergantung padanya dampak distribusinya, penurunan pengeluaran rumah tangga per kapita dapat menyebabkan peningkatan insiden kemiskinan (Suryahadi, Al Izzati & Suryadarma, 2020).

Covid19 berdampak pada sektor kesehatan, sosial, ekonomi dan keuangan (Sakti, 2020). Pada bidang kesehatan Penyebaran COVID-19 menciptakan krisis kesehatan akibat keterbatasan alat dan tenaga medis serta belum ditemukannya vaksin maupun obat. Pada bidang sosial luasnya penularan memiliki konsekuensi pada berhentinya aktivitas ekonomi yang menyerap tenaga kerja di berbagai sektor, tak terkecuali sektor informal. Pada sisi lain, COVID-19 menyebabkan pertumbuhan ekonomi melambat/kontraksi, konsumsi terganggu, dan investasi terhambat, serta kontraksi ekspor-impor. Pandemi Covid juga mempengaruhi volatilitas dan gejolak sektor keuangan yang diindikasikan dengan turunnya investor confidence dan terjadinya flight to quality. Terganggunya sektor riil selama pandemi, juga berdampak pada sektor keuangan akibat meningkatnya non performing financing (NPL), maupun tekanan profitabilitas dan solvabilitas perusahaan.

Hasil lockdown dan social distancing mendorong hilangnya produktivitas di satu sisi, menyebabkan penurunan tajam dalam permintaan barang dan jasa oleh perusahaan dan konsumen di pasar di sisi lain, sehingga menyebabkan jatuhnya aktivitas ekonomi. Namun, lockdown dan pembatasan sosial adalah satu-satunya cara untuk mencegah penyebaran COVID-19. Krisis COVID-19 juga akan menguji ketahanan start-up. Perusahaan baru harus bergantung pada penggalangan dana lintas batas. Beberapa pendiri melihat bisnis mereka berkembang pesat terhenti. Piutang terus membengkak dan mereka harus melakukan tindakan pengurangan biaya. (Chaudhary, Sodani & Das, 2020)

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji dampak pandemi COVID-19 terhadap kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian Supriatna (2020) untuk kasus Kota Bandung menemukan bahwa pandemi COVID-19 merugikan perekonomian masyarakat Bandung karena banyak yang menganggur dan menjadi warga miskin baru. Sedangkan dari aspek sosial, pandemi COVID-19 yang berkepanjangan akan berpotensi menimbulkan konflik jika tidak memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Temuan penelitian Coibion, Gorodnichenko

& Weber (2020) menunjukkan bahwa sekitar 50% dari peserta survei melaporkan kehilangan pendapatan dan kekayaan akibat virus corona, dengan kerugian rata-rata masing-masing \$ 5,293 dan \$ 33,482. Pengeluaran konsumen agregat turun sebesar 31 log poin persentase dengan penurunan terbesar dalam perjalanan dan pakaian.

Hanspal, Weber & Wohlfart (2020) melakukan survei pada sampel yang mewakili lebih dari 8.000 rumah tangga AS menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 menyebabkan guncangan kekayaan yang besar pada seluruh populasi, tetapi lebih terasa untuk rumah tangga paruh baya, dan mereka yang memiliki distribusi kekayaan dan pendapatan yang lebih tinggi. Namun guncangan pendapatan, yang lebih kuat dirasakan oleh rumah tangga yang lebih muda dan mereka yang berpendapatan dan memiliki kekayaan lebih rendah. Binder (2020) meneliti pandangan masyarakat di Amerika dalam masa pandemi COVID-19, dan menemukan bahwa sebagian besar konsumen agak atau sangat prihatin tentang efek virus korona pada ekonomi Amerika Serikat, kesehatan mereka, dan keuangan pribadi mereka; 28% telah membatalkan atau menunda perjalanan, dan 40% menunda membeli makanan atau persediaan.

Beberapa studi juga telah mengkaji dampak pandemi COVID-19 terhadap perilaku belanja dan konsumsi masyarakat. Chen, Qian & Wen (2020) melakukan penelitian dampak pandemi COVID-19 terhadap konsumsi offline masyarakat di RRC dengan menggunakan data transaksi harian di 214 kota pada akhir Januari 2020 menunjukkan bahwa konsumsi sebelum dan saat pandemi menunjukkan perbedaan dimana konsumsi offline harian — melalui transaksi kartu UnionPay dan pemindai QR — turun 32 %, atau 18,57 juta Ren Min Bi (RMB) per kota, selama periode dua belas minggu. Pengeluaran untuk barang dan jasa sama-sama terpengaruh secara signifikan, dengan penurunan masing-masing sebesar 33% dan 34%; dalam kategori yang lebih baik, makan & hiburan dan perjalanan mengalami penurunan terbesar sebesar 64% dan 59%. Penurunan konsumsi terjadi di seluruh kota dengan penurunan terbesar terjadi di episentrum Wuhan (sebesar 70%). Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa konsumsi offline China turun lebih dari 1,22 triliun RMB dalam periode pasca-wabah tiga bulan, atau 1,2% dari PDB China 2019. Selanjutnya, Andersen dkk. (2020) meneliti dampak penutupan beberapa sektor ekonomi di Denmark dengan menggunakan data tingkat transaksi pelanggan dari bank terbesar di Denmark untuk memperkirakan perubahan belanja konsumen yang disebabkan oleh pandemi COVID-19. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengeluaran agregat rata-rata 27% di bawah tingkat kontrafaktual tanpa pandemi dalam tujuh minggu setelah penutupan.

Penurunan pengeluaran sebagian besar terkonsentrasi pada barang dan jasa yang pasokannya dibatasi secara langsung oleh shutdown ekonomi.

Dampak COVID-19 terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat di Indonesia telah mendorong pemerintah untuk mengambil langkah-langkah penanggulangan, khususnya memperbaiki sisi guncangan permintaan. Kebijakan Indonesia terkait kebijakan sisi demand, terdiri dari: menjaga konsumsi, mendukung dunia usaha dan mempertahankan investasi, serta dukungan ekspor-impor (Sakti, 2020). Kebijakan Menjaga Konsumsi antara lain dilakukan melalui melalui Bantuan Sosial (Bansos) dan Subsidi untuk masyarakat miskin dan rentan, baik berupa Bansos sembako, Kartu Prakerja, maupun Program Keluarga Harapan (PKH), Bansos Jabodetabek, Bansos tunai non-Jabodetabek, serta Pembebasan tarif listrik. Pemerintah juga melakukan tambahan stimulus konsumsi untuk pariwisata, restoran, dan transportasi sebagai dampak kontraksi ekonomi yang dalam pada sektor tersebut.

Sementara kebijakan fiskal untuk Mendukung Dunia Usaha dan Mempertahankan Investasi dilakukan melalui beberapa program, diantaranya: subsidi bunga Ultra Mikro dan UMKM, Pelonggaran persyaratan kredit UMKM, Penjaminan kredit modal kerja, insentif pajak, kepabeanan dan cukai, dan dana kompensasi. Adapun Dukungan Ekspor – Impor dilakukan melalui: Insentif pajak, Insentif kepabeanan dan cukai, Penyederhanaan dan pengurangan jumlah Larangan dan Pembatasan (Lartas) ekspor-impor, Percepatan proses ekspor-impor untuk Reputable Traders, serta Peningkatan dan percepatan layanan ekspor-impor dan pengawasan melalui National Logistic Ecosystem (Sakti, 2020).

Pada sisi lain, pandemi covid telah yang mendorong pembatasan sosial maupun lockdown menyebabkan terbatasnya mobilitas masyarakat maupun pemerintah untuk beraktivitas. Salah satu cara tersebut yaitu memanfaatkan teknologi digital. Teknologi telah terbukti sebagai alat yang berguna dan diperlukan untuk membantu memastikan bahwa Pemerintah lokal dan daerah terus memberikan kebutuhan darurat layanan publik selama krisis COVID-19. Saat virus corona terus menyebar di seluruh dunia, pemerintah telah memberlakukan pembatasan penting pada pergerakan orang, fungsi layanan, dan aturan tentang jarak fisik. Teknologi dapat memiliki pengaruh yang besar pada kehidupan sehari-hari warga dan memastikan mereka mengakses layanan kesehatan, akses informasi, dan komunikasi dengan otoritas yang kompeten (UCLG, 2020).

Teknologi juga dapat membantu masyarakat dalam bertansaksi untuk memenuhi kebutuhannya. Temuan penelitian Sumarni, Faddila, & Fauji (2020) menunjukkan sebanyak

72% responden dari kalangan ibu rumah tangga melakukan belanja online pada masa pandemi. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku membeli online dalam situasi pandemi COVID-19, yaitu: aspek kesehatan, aspek harga, aspek produk, dan aspek tempat (Alam, 2020). Studi Kashif, Ur-Rehman, & Javed (2020) menunjukkan bahwa, 61% responden melakukan belanja on line pada masa pandemi COVID-19, dan sekitar 37% diantaranya mengatakan bahwa membeli produk secara online selama pandemi COVID-19 karena pertimbangan kenyamanan jika dibandingkan belanja fisik.

METODA

Penelitian menggunakan data sekunder hasil publikasi Badan Pusat Statistik dan Danareksa Research Institute. Penelitian juga menggunakan data publikasi lain yang relevan seperti Kementerian Kesehatan dan pustaka lainnya yang terkait dengan kasus infeksi COVID-19. Periode penelitian untuk pengeluaran konsumsi yaitu mencakup Triwulan I-III 2020. Pengeluaran konsumsi yang diestimasi adalah pengeluaran konsumsi rumah tangga. Pada sisi lain, penelitian ini juga mengestimasi kontraksi pengeluaran konsumsi pada berbagai provinsi di Indonesia, dan sumber kontraksi konsumsi yang terdiri dari beberapa komponen, yaitu: (a) Makanan dan Minuman; (b) Pakaian, Alas kaki, & Jasa Perawatannya; (c) Perumahan & Perlengkapan Rumah Tangga; (e) Kesehatan & Pendidikan; (e) Transportasi & Komunikasi; (f) Restoran & Hotel; dan (g) Lainnya. Analisis data digunakan statistik deskriptif dengan bantuan grafik dan persentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perkembangan Kasus COVID-19 dan Pembatasan Sosial

COVID-19 di Indonesia yang terdeteksi sejak Bulan Maret 2020 terus menunjukkan peningkatan dan belum mengindikasikan tanda mereda. Adapun provinsi dengan 10 dengan kasus infeksi tertinggi periode akhir September 2020 sebagaimana yang disajikan pada Tabel 2 yaitu: Provinsi DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, Kalimantan Selatan, Sumatera Utara, Bali, Kalimantan Timur, dan Riau. Pada akhir September 2020 angka kasus infeksi COVID-19 di DKI Jakarta adalah 26% dari total kasus infeksi di Indonesia. Pada sisi lain, angka kasus infeksi pada 10 propinsi tersebut merupakan 78% dari total infeksi COVID-19 di Indonesia. Selanjutnya dari 10 provinsi yang disajikan, tampak adanya peningkatan kasus rata-rata harian pada periode April-Juni ke periode Juli-September. Pada periode April-Juni jumlah rata-rata kasus harian secara

nasional masih di bawah angka 1000 kasus, namun periode Juli –September rata-rata infeksi harian lebih besar dari 2500 kasus.

Tabel 2. 10 Provinsi di Indonesia dengan Kasus Infeksi COVID-19 Tertinggi

Provinsi	Total Kasus Infeksi			Rata-rata Kasus Harian	
	31 Maret	30 Juni	30 Sept	April-Juni	Juli-September
DKI Jakarta	767	11488	73736	118	677
Jawa Timur	93	12136	43744	132	344
Jawa Tengah	96	3830	22435	41	202
Jawa Barat	178	3142	22205	33	207
Sulawesi Selatan	53	5086	15579	55	114
Kalimantan Selatan	8	3148	10348	35	78
Sumatera Utara	20	1551	10313	17	95
Bali	21	1493	8878	16	80
Kalimantan Timur	21	518	8651	5	88
Riau	4	226	7622	2	80
Indonesia	1527	56385	287008	603	2507

Sumber: Kemenkes (2020) dan jogja.tribunnews.com (2020), diolah

Pemerintah daerah telah melakukan berbagai upaya dalam menahan laju peningkatan kasus infeksi pada berbagai provinsi, seperti melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) maupun pembatasan sosial berskala kecil serta sosialisasi 3M (Menggunakan Masker, Mencuci Tangan, dan Menjaga Jarak). Adapun provinsi yang telah menerapkan PSBB sebanyak 3 provinsi, yaitu: DKI Jakarta, Sumatera Barat dan Gorontalo, sementara kabupaten/kota yang pernah menerapkan PSBB sebanyak 34 kabupaten/kota sebagaimana yang disajikan pada tabel 3.

Tabel 3. Daerah yang Menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB)

No.	Provinsi	Daerah PSBB
1	DKI Jakarta	Prov. DKI Jakarta
2	Jawa Barat	Kota Bandung Kota Bogor Kota Depok Kota Bekasi Kota Cimahi Kabupaten Bogor Kabupaten Bandung Barat Kabupaten Bandung Kabupaten Sumedang Kabupaten Bekasi
3	Banten	Kota Tangsel Kota Tangerang Kabupaten Tangerang
4	Jawa Tengah	Kota Tegal
5	Jawa Timur	Kota Surabaya

No.	Provinsi	Daerah PSBB
		Kabupaten Gresik
		Kabupaten Sidoarjo
		Kota Malang
		Kabupaten Malang
		Kota Batu
6	Sumantera Barat	Prov. Sumatera Barat
7	Sumatera Selatan	Kota Palembang
		Kota Prabumulih
8	Riau	Kota Pekanbaru
		Kabupaten Kampar
		Kabupaten Pelalawan
		Kabupaten Siak
		Kabupaten Bengkalis
		Kota Dumai
9	Kalimantan Tengah	Kota Palangkaraya
10	Kalimantan Selatan	Kota Banjarmasin
11	Kalimantan Utara	Kota Tarakan
12	Sulawesi Selatan	Kota Makassar
		Kabupaten Gowa
13	Sulawesi Tengah	Kabupaten Buol
14	Gorontalo	Provinsi Gorontalo

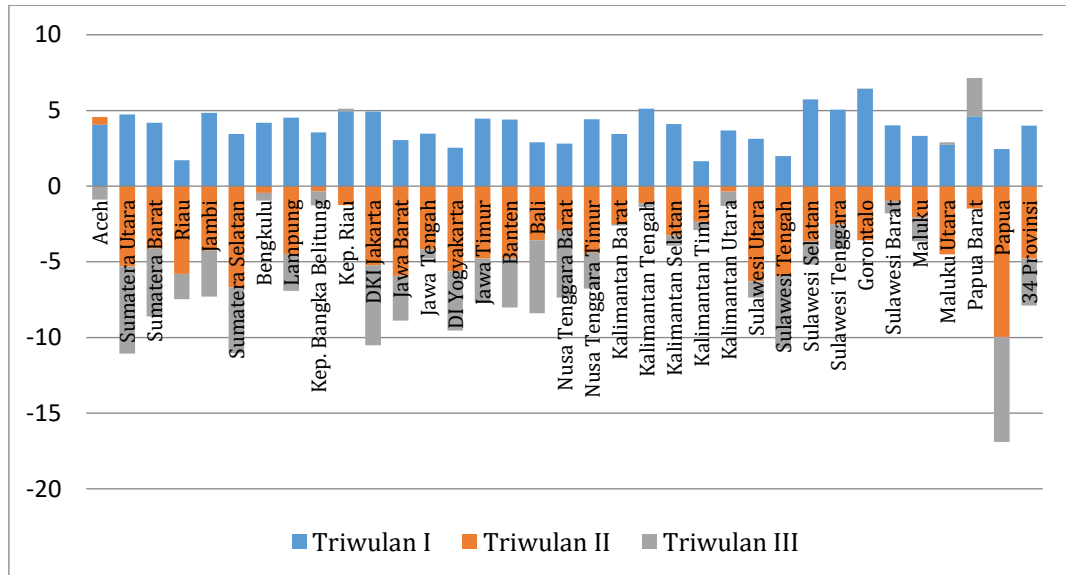
Sumber: *wikipedia.org*

Pelaksanaan PSBB di berbagai daerah di Indonesia secara umum dilaksanakan pada bulan April dan Mei 2020, hanya beberapa diantara Provinsi/Kabupaten/Kota yang melanjutkan PSBB pada periode selanjutnya, akibat pertimbangan pelanggaran aktivitas. Pembatasan sosial berskala besar telah mendorong kontraksi ekonomi, dengan terbatasnya transaksi yang dilakukan pelaku usaha dan masyarakat. Salah satu kontraksi ekonomi tersebut adalah pengeluaran konsumsi rumah tangga.

Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga

Gambar 1 menyajikan bahwa sebelum pandemi COVID-19 yaitu Triwulan I 2020 seluruh provinsi di Indonesia mengalami pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga year on year (y-on-y). Pertumbuhan tertinggi dialami oleh Provinsi Gorontalo, dan terendah Provinsi Kalimantan Timur. Namun pada masa pandemi COVID-19, atau Triwulan II, hampir seluruh provinsi di Indonesia mengalami kontraksi atas pengeluaran konsumsi rumah tangga kecuali Provinsi Aceh. Kontraksi tertinggi dialami Provinsi Papua, selanjutnya Sumatera Selatan, dan Sulawesi Utara. Pada triwulan III 2020, terdapat 4 provinsi yang mengalami pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga, yaitu: Provinsi Papua Barat, Maluku Utara, Kepulauan Riau, dan Gorontalo. Sementara provinsi yang mengalami kontraksi pengeluaran konsumsi paling dalam pada Triwulan III 2020

yaitu Provinsi Papua. Meskipun demikian, kontraksi ini mengalami penurunan dari periode triwulan II 2020 sebesar 9,96% menjadi 6,94% pada triwulan III 2020.



Sumber: BPS (2020c), diolah

Gambar 1. Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Berdasarkan Provinsi Tahun 2020

Pandemi COVID-19 juga telah menyebabkan perbedaan yang semakin tinggi atas pengeluaran konsumsi rumah tangga pada berbagai provinsi di Indonesia. Tabel 4 menunjukkan bahwa standar deviasi pengeluaran konsumsi rumah tangga sebesar 1,12 pada triwulan I, meningkat menjadi 2,24 pada triwulan II, sementara mulai menurun pada triwulan III 2020, namun belum mencapai kondisi saat sebelum pandemi COVID-19.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi di Indonesia Berdasarkan Provinsi Tahun 2020

Uraian	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III
Maksimum	6,42	0,51	2,54
Minimum	1,65	-9,96	-6,94
Mean	3,84	-3,81	-2,20
Stdev	1,12	2,24	2,10

Sumber: BPS (2010d), diolah

Secara nasional, laju pertumbuhan pertumbuhan konsumsi rumah tangga year on year (y-on-y) sebagaimana tabel 5 menunjukkan kontraksi pada triwulan II dan III 2020. Namun kondisi pengeluaran rumah tangga triwulan III mulai membaik dibanding kondisi triwulan II yang ditunjukkan dengan angka pertumbuhan dari -5,52% pada triwulan II

menjadi -4,04 persen pada triwulan III 2020. Jika dibandingkan dengan komponen pengeluaran lainnya, kontraksi pengeluaran rumah tangga pada triwulan II 2020 merupakan kontraksi yang terendah. Sementara kontraksi tertinggi dialami oleh komponen impor barang dan jasa yang mencapai 16,98% dan terus meningkat pada triwulan III 2020 menjadi 21,86%. Adapun komponen ekspor barang dan jasa yang terkontraksi sebesar 11,68% pada triwulan II, mengalami perbaikan meskipun masih berada pada level kontraksi, kondisi yang serupa dialami juga oleh komponen Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB). Komponen pengeluaran pemerintah tampak menunjukkan perbaikan dari triwulan II dari sebesar -6,90% menjadi sebesar 9,76% pada triwulan III 2020. Pada triwulan II 2020 terjadi penurunan realisasi belanja barang dan jasa serta belanja pegawai dibanding Triwulan II-2019.

Tabel 5. Pertumbuhan Komponen Pengeluaran Tahun 2020

No	Komponen	Triwulan		
		I	II	III
1	Konsumsi Rumah Tangga	2,83	-5,52	-4,04
2	PMTB	1,70	-8,61	-6,48
3	Konsumsi Pemerintah	3,75	-6,90	9,76
4	Ekspor Barang& Jasa	0,23	-11,68	-10,82
5	Impor Barang& Jasa	-2,19	-16,98	-21,86

Sumber: BPS (2020a,b)

Berdasarkan jenis pengeluaran rumah tangga sebagaimana tabel 6 tampak bahwa pada triwulan I 2020 beberapa jenis pengeluaran rumah tangga telah mengalami kontraksi, yaitu: Pakaian, Alas kaki, & Jasa Perawatannya; dan Transportasi & Komunikasi. Terdapat jenis pengeluaran rumah tangga yang tidak mengalami kontraksi yaitu: Perumahan & Perlengkapan Rumah Tangga, dan Kesehatan & Pendidikan.

Tabel 6. Pertumbuhan Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Tahun 2020

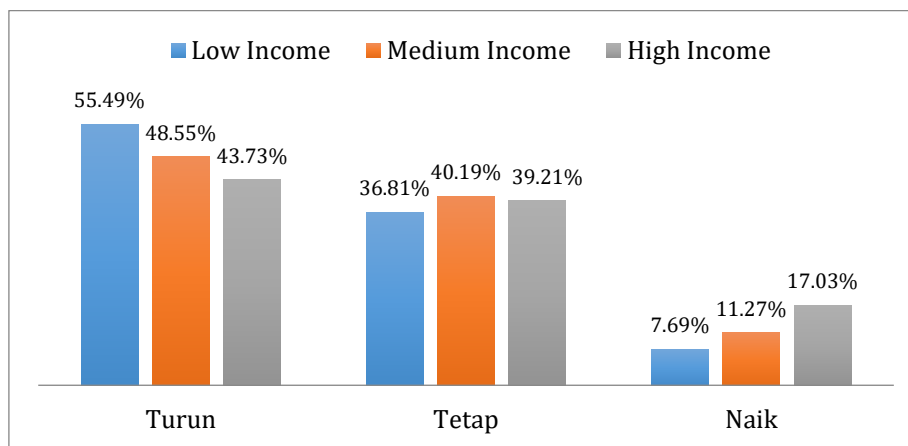
No	Jenis Pengeluaran	Triwulan		
		I	II	III
1	Makanan dan Minuman, Selain restoran	5,01	-0,73	-0,69
2	Pakaian, Alas kaki, & Jasa Perawatannya	-3,31	-5,14	-4,27
3	Perumahan & Perlengkapan Rumah Tangga	4,32	2,35	1,82
4	Kesehatan & Pendidikan	7,85	2,02	2,06
5	Transportasi& Komunikasi	-1,69	-15,33	-11,56
6	Restoran & Hotel	2,43	-16,55	-10,90
7	Lainnya	3,65	-3,23	-2,04

Sumber: BPS (2020a,b)

Perilaku Berbelanja Masyarakat

Kondisi pandemi COVID-19 mendorong masyarakat melakukan penurunan konsumsi bahan pokok. Gambar 2 menunjukkan bahwa penurunan belanja bahan pokok

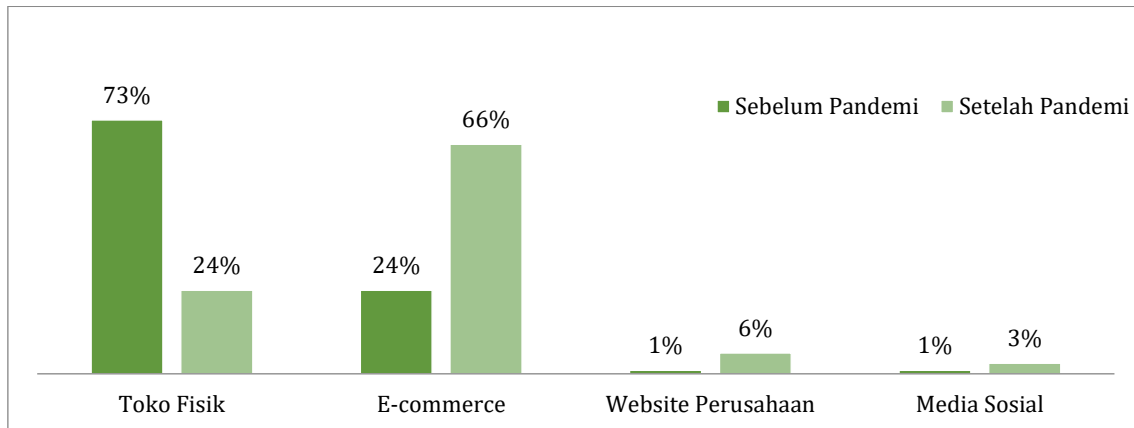
dialami oleh seluruh golongan pendapatan. Pada kelompok pendapatan rendah (low income) atau < 1.500.000 rupiah, penurunan konsumsi bahan pokok terjadi hingga lebih dari 55%. Penurunan ini lebih tinggi dibanding masyarakat yang berada pada golongan pendapatan menengah (middle income) dan tinggi (high income). Hanya 7,65% responden dari golongan pendapatan rendah yang meningkatkan pengeluaran belanja bahan pokok selama masa pandemi.



Sumber: DRI (2020)

Gambar 2 Perubahan Konsumsi Pangan Rumah Tangga (%)

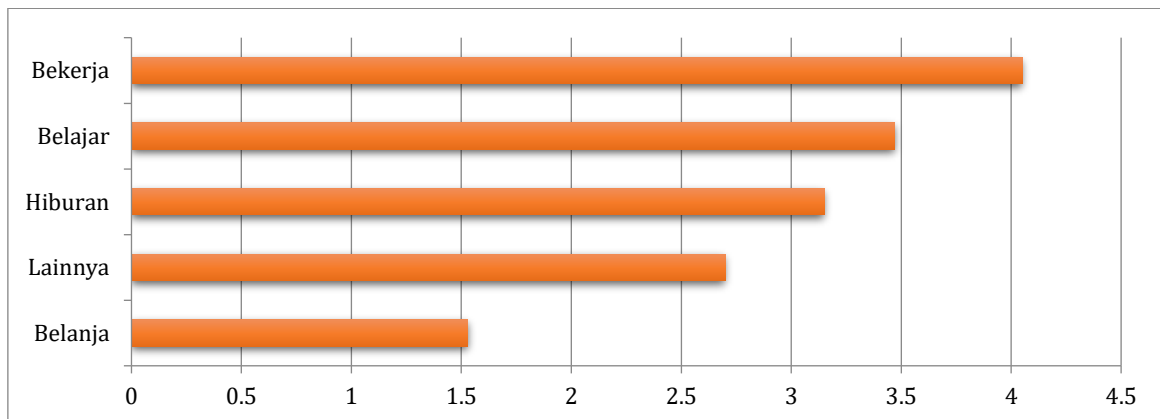
Adapun perilaku berbelanja masyarakat sebelum dan setelah pandemi sebagaimana gambar 3 menunjukkan bahwa masa sebelum pandemi COVID-19, sekitar 73% masyarakat berbelanja pada toko fisik, 24% menggunakan e-commerce dan sisanya website perusahaan dan media sosial. Namun setelah pandemi, perilaku masyarakat berubah dan beralih ke e-commerce sebanyak 66%, website perusahaan 6%, dan media sosial 3%. Terdapat 24% masyarakat yang masih menggunakan layanan toko fisik dalam berbelanja pada masa pandemi. Dengan demikian, sekitar 50% masyarakat beralih dari model berbelanja fisik ke sistem on line.



Sumber: DRI (2020)

Gambar 3 Tempat Responden Berbelanja Sebelum dan Pada Masa Pandemi

Adapun alokasi atau durasi penggunaan internet oleh masyarakat untuk berbelanja disajikan sebagaimana gambar 4. Durasi penggunaan internet untuk berbelanja masih lebih rendah dibanding jenis penggunaan internet lainnya. Penggunaan internet tertinggi adalah untuk bekerja, kemudian belajar dan mencari hiburan.



Sumber: DRI (2020)

Gambar 4 Rata-rata Penggunaan Internet (Jam/hari)

PEMBAHASAN

Pengeluaran konsumsi rumah tangga merupakan komponen yang paling rendah kontraksinya pada masa pandemi dibanding komponen lainnya, baik pada triwulan II maupun Triwulan III 2020. Kontraksi ekonomi terdalam secara berturut-turut dialami oleh komponen impor, ekspor dan PMTB (atau investasi). Oleh karena itu, selain kebijakan menjaga konsumsi, pemerintah juga melakukan stimulus dukungan ekspor-impor dan mempertahankan investasi. Kebijakan dukungan ekspor-impor terdiri dari: insentif pajak, kepabeanan dan cukai maupun penurunan hambatan serta perbaikan layanan ekspor-impor.

Sementara kebijakan yang dilakukan untuk mempertahankan investasi berupa subsidi bunga, pelonggaran persyaratan kredit, insentif pajak, kepabeanan dan cukai, serta dana kompensasi (Sakti, 2020).

Pada masa pandemi, jenis pengeluaran konsumsi rumah tangga yang mengalami kontraksi terdalam yaitu Hotel & Restoran, dan Transportasi & Komunikasi. Rendahnya permintaan akan kedua jenis pengeluaran tersebut sangat terkait dengan kondisi pandemi COVID-19, yang mendorong masyarakat untuk membatasi bepergian baik lokal maupun keluar kota/daerah. Menurut BPS (2020a) kebijakan work from home/school from home membatasi pergerakan masyarakat untuk menggunakan transportasi. Begitupun halnya dengan pengeluaran Hotel & Restoran masyarakat yang menurun akibat masyarakat membatasi diri untuk makan di restoran maupun penggunaan hotel baik untuk keperluan dinas maupun pribadi/wisata. Temuan penelitian Binder (2020) dan Chen, Qian & Wen (2020) menunjukkan bahwa responden telah membatalkan atau menunda perjalanan maupun menunda membeli makanan atau persediaan pada masa pandemi COVID-19 sehingga menurunkan pengeluaran konsumsi secara umum.

Akibat terpukulnya pengeluaran konsumsi untuk pariwisata, restoran dan transportasi maka pemerintah juga melakukan langkah-langka terkait jenis pengeluaran tersebut. Kebijakan pemerintah Indonesia untuk menjaga pengeluaran konsumsi selain melakukan Subsidi dan Bantuan Sosial untuk Masyarakat Miskin dan Rentan, juga memberikan Tambahan stimulus konsumsi untuk pariwisata, restoran, dan transportasi (Sakti, 2020).

Meskipun pada triwulan II 2020 pengeluaran pemerintah juga mengalami kontraksi, namun pada periode selanjutnya telah tumbuh kembali. Menurut BPS (2020a) pada triwulan II 2020 terjadi penurunan realisasi belanja barang/jasa didorong oleh penundaan dan pembatalan kegiatan-kegiatan Kementrian/Lembaga akibat pandemi COVID-19. Sementara penurunan realisasi belanja pegawai salah satunya diakibatkan oleh kebijakan Tunjangan Hari Raya (THR) yang mengecualikan bahwa pejabat negara eselon 1 & 2, dan atau yang setara untuk tidak menerima THR. Pada sisi lain, kebijakan THR pada tahun 2020 juga tidak lagi memasukkan komponen tunjangan kinerja sebagaimana yang dilakukan pada tahun 2019. Adapun pertumbuhan pengeluaran pemerintah pada triwulan III disebabkan beberapa kebijakan stimulus fiskal yang dilakukan oleh pemerintah terkait penanganan COVID-19. Diantara kebijakan tersebut adalah: insentif tenaga kesehatan,

penambahan bantuan sosial, dan pembelian barang dan jasa non operasional khususnya untuk penanganan dampak pandemi COVID-19 (BPS, 2020b).

Selanjutnya, temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat berpendapatan rendah mengurangi belanja kebutuhan pangan lebih dari setengahnya. Sebab masyarakat berpendapatan menengah ke bawah paling rentan jika kehilangan pekerjaan maupun pengurangan jam kerja. Temuan penelitian Coibion, Gorodnichenko & Weber (2020) menunjukkan bahwa sekitar 50% dari peserta survei mengaku kehilangan pendapatan dan kekayaan akibat virus corona. Untuk kasus Indonesia, COVID-19 berdampak terhadap 29,12 juta pekerja (BPS, 2020b).

Pekerja yang kehilangan pekerjaan dan pendapatan, akan berhenti membeli segala jenis barang, seperti mobil dan peralatan, yang mendorong guncangan permintaan sektoral (Brinca, Duarte, and Faria-e-Castro, 2020). Kemudian penurunan pengeluaran rumah tangga per kapita dapat menyebabkan peningkatan kemiskinan (Suryahadi, Al Izzati & Suryadarma, 2020). Dalam upaya mengatasi guncangan permintaan, pemerintah melakukan beberapa stimulus dalam rangka menjaga konsumsi khususnya masyarakat miskin dan rentan (Sakti, 2020). Kebijakan tersebut berupa subsidi dan bantuan sosial. Kebijakan subsidi berupa pembebasan tarif listrik, sementara bantuan sosial berupa Kartu Prakerja, serta bantuan sosial tunai maupun sembako.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa masa sebelum pandemi COVID-19, mayoritas masyarakat berbelanja pada toko fisik. Namun setelah pandemi, pemanfaatan e-commerce, website perusahaan dan media sosial untuk berbelanja semakin meningkat akibat adanya kebijakan pembatasan sosial. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Sumarni, Faddila, & Fauji (2020) yang menunjukkan sebanyak 72% responden dari kalangan ibu rumah tangga melakukan belanja online pada masa pandemi. Temuan Alam (2020) menunjukkan beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku membeli online dalam situasi pandemi COVID-19, yaitu: aspek kesehatan, aspek harga, aspek produk, dan aspek tempat. Namun temuan penelitian ini berbeda dengan penelitian Mustomi, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa justru mengurangi belanja online pada masa pandemi dan lebih memilih menyimpan uangnya dari pada berbelanja online, namun bila pun berbelanja online, semata-mata untuk kebutuhan yang mendesak.

SIMPULAN

Kontraksi pengeluaran konsumsi pada masa pandemi terjadi pada seluruh propinsi di Indonesia kecuali Propinsi Aceh, yang pada triwulan II tetap mengalami pertumbuhan. Kontraksi terdalam dialami Provinsi Papua. Pada triwulan III 2020, Provinsi Papua Barat, Maluku Utara, Kepulauan Riau, dan Gorontalo mengalami pertumbuhan pengeluaran konsumsi, namun Provinsi Papua tetap mengalami kontraksi pengeluaran konsumsi paling parah dibanding lainnya, meskipun demikian kontraksi ini mengalami penurunan dari periode sebelumnya. Berdasarkan komponen pengeluaran secara nasional, kontraksi tertinggi dialami oleh komponen luar negeri, yaitu ekspor-impor. Sementara komponen pengeluaran rumah tangga mengalami kontraksi terendah pada triwulan II 2020 namun komponen pengeluaran pemerintah justru menunjukkan pertumbuhan akibat peningkatan belanja pemerintah dalam upaya penanggulangan COVID-19. Adapun jenis pengeluaran masyarakat yang mengalami kontraksi tertinggi yaitu: restoran & hotel serta transportasi & komunikasi. Penurunan yang tinggi atas kedua komponen tersebut disebabkan menurunnya pengeluaran makan di luar dan pariwisata akibat adanya kebijakan pembatasan sosial. Pada sisi lain, penurunan pengeluaran konsumsi khususnya pangan terjadi untuk seluruh kelompok pendapatan, dengan penurunan tertinggi dialami oleh masyarakat yang berpendapatan rendah. Pandemi COVID-19 juga berdampak pada perilaku masyarakat yang memilih untuk beralih ke sistem online dengan memanfaatkan e-commerce, website perusahaan, dan media sosial dibanding toko fisik. Sekitar 50 persen masyarakat meninggalkan berbelanja di toko fisik dan beralih ke e-commerce, website perusahaan maupun media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, J. (2020). Buying Behavior Under Coronavirus Disease (COVID-19) Pandemic Situation: A Online Perspective Case in Bangladeshi Shoppers. *Chinese Business Review*. 19 (3): 82-90.
- Andersen, A.L and E.T. Hansen, N. Johannesen, and A. Sheridan. (2020, May 25). Consumer Responses to the COVID-19 Crisis: Evidence from Bank Account Transaction Data. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3609814>
- Badan Pusat Statistik. (2020a, Agustus 5). Berita Resmi Statistik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II. Tersedia pada: https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20200805114633.pdf.
- Badan Pusat Statistik. (2020b, November 5). Berita Resmi Statistik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III. Tersedia pada: https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20201105120056.pdf

- Badan Pusat Statistik. (2020c, November 6). Laju Pertumbuhan PDRB ADH Konstan Menurut Pengeluaran. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/indicator/171/540/1/laju-pertumbuhan-pdrb-adh-konstan-menurut-pengeluaran-2010-100-.html>
- Binder, C. (2020, March 8). Coronavirus Fears and Macroeconomic Expectations. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3550858>
- BNPB. 2020. Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Protokol Kesehatan Perjalanan Orang Dalam Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Tersedia pada: [https://www.imigrasi.go.id/uploads/covid/regulasi/12-11-29/SE_Kasatgas_No_4_Tahun_2020_\(1\).pdf](https://www.imigrasi.go.id/uploads/covid/regulasi/12-11-29/SE_Kasatgas_No_4_Tahun_2020_(1).pdf)
- Brinca, P., J.B. Duarte. & M. Faria-e-Castro. (2020). Is the COVID-19 Pandemic a Supply or a Demand Shock? *ECONOMIC Synopses*. 3: 1-3.
- Chaudhary, M., P. R. Sodani, and S. Das. (2020). Effect of COVID-19 on Economy in India: Some Reflections for Policy and Programme. *Journal of Health Management*. 22(2): 169–180.
- Chen, H. and W. Qian and Q. Wen. (2020, Juli 1) The Impact of the COVID-19 Pandemic on Consumption: Learning from High Frequency Transaction Data. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3568574>
- Coibion, O., Y. Gorodnichenko and M. Weber (2020). The cost of the COVID-19 crisis: Lockdowns, macroeconomic expectations, and consumer Spending, in *Covid Economics: Vetted and Real-Time Papers*. The Centre for Economic Policy Research (CEPR). 20 : 1-51.
- DRI (2020, November 11). Pola Konsumsi Masyarakat dan Ketahanan Pangan selama Pandemi Covid-19. Tersedia pada: <https://www.danareksa.co.id/app/uploads/2020/11/DRIs-Pulse-Check-November-2020.pdf>
- Hanspal, T., A. Weber and J. Wohlfart. (2020). Income and Wealth Shocks and Expectations during the COVID-19 Pandemic. *CESifo Working Paper No. 8244*. Available at: <http://hdl.handle.net/10419/216640>
- Haryanto, T. (2020). Editorial: Covid-19 Pandemic and International Tourism Demand. *JDE (Journal of Developing Economies)*. 5 (1): 1-5.
- Kashif, M., A. Ur-Rehman, and M.K. Javed. (2020). COVID-19 Impact On Online Shopping. *International Journal of Medical Science in Clinical Research and Review*. 3(4): 325-330.
- Kementrian Kesehatan RI (2020, September 30) Data Covid-19 Indonesia. Tersedia pada: <https://data.kemkes.go.id/covid19/index.html>
- LePan, N. (2020, March 14). Visualizing the History of Pandemics. Available at: <https://www.visualcapitalist.com/history-of-pandemics-deadliest/>
- Mustomi, D., A. Puspasari, A. Azizah, dan D. Wijayanti. (2020). Analisis Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal AKRAB JUARA*, 5(4): 48-57.
- Sakti, N.W. (2020, Juni 3). Stimulus Fiskal dalam Upaya Penanganan Pandemi COVID-19 Dampak COVID-19 atas Perekonomian Indonesia dan Upaya Penanganannya. Tersedia pada: <https://www.enviro.or.id/wp-content/uploads/2020/06/Dr.-Nufransa-Wira-Sakti-Stimulus-Fiskal-dalam-Upaya-Penanganan-Pandemi-Covid-19.pdf>
- Sumarni, N., S.P. Faddila, dan R. Fauji. (2020). Perilaku Belanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Disaat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Anjun Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*. 6(1): 1-22.
- Supriatna, E. (2020). Socio-Economic Impacts of The COVID-19 Pandemic: The Case of Bandung City. *Journal of Governance*. 5(1): 61-70.
- Suryahadi, A., R. Al Izzati, dan D. Suryadarma. (2020). The Impact of COVID-19 Outbreak on Poverty: An Estimation for Indonesia. *SMERU WORKING PAPER*. Tersedia pada: https://smeru.or.id/sites/default/files/publication/wp_covid19impact_draft.pdf

- TribunJogja. (2020, September 30). Peta Sebaran Kasus Baru Covid-19 Rabu 30 September 2020. Tersedia pada: <https://jogja.tribunnews.com/2020/09/30/peta-sebaran-kasus-baru-covid-19-rabu-30-september-2020-hari-ini-berikut-data-rinci-di-34-provinsi>
- UCLG (2020). Digital Technologies and the COVID- 19 Pandemic. Available at: https://www.uclg.org/sites/default/files/eng_briefing_technology_final_x.pdf
- Wikipedia. (2020). Pembatasan sosial berskala besar Indonesia 2020. Tersedia pada: https://id.wikipedia.org/wiki/Pembatasan_sosial_berskala_besar_Indonesia_2020
- Worldometer. (2020, December 31). Report Corona Virus Cases. Available at: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

MARKET STUDI DAN PENGARUH KEBIJAKAN IMPORTASI GULA TERHADAP STABILITAS HARGA PANGAN DI INDONESIA

Nurul Istifadah³⁹

Heru Tjaraka

Universitas Airlangga

Abstract

The volatility of sugar prices is caused by an imbalance between supply and demand in the market, which is caused by a mismatch between the amount of food demand and the availability of food supply in the market. Theoretically and empirical facts in Indonesia show that price control on the supply side is one of the crucial determinants in controlling sugar prices. One of the policies on the supply side is the sugar import policy. This study aims to analyze: (a) the causes of the imbalance between the demand and supply of sugar in the market; (b) the market structure of the sugar industry, and (c) the effect of the sugar import policy on price stabilization. This research uses qualitative and quantitative approaches, namely Hirschman Herfindahl index. The results show that limited production capacity and distribution chain problems affect the amount of sugar supply in the market. The oligopoly market structure provides opportunities for large business actors to play a role in determining market prices. And, the sugar import policy was carried out to close the gap between the increasing demand for sugar and the limited supply of sugar to maintain the stability of the national sugar price.

Keywords: *sugar, market structure, import policy, price stabilization.*

Abstrak

Salah satu penyebab volatilitas harga gula adalah karena ketidak-seimbangan antara permintaan dan penawaran di pasar, dimana penyebabnya adalah karena adanya ketidaksesuaian antara besarnya kebutuhan pangan dan jumlah pasokan pangan yang tersedia di pasar. Secara teoretis dan fakta empiris di Indonesia menunjukkan bahwa pengendalian harga dari sisi penawaran merupakan salah satu determinan krusial pada upaya pengendalian harga gula. Salah satu kebijakan dari sisi penawaran tersebut adalah kebijakan impor gula yang seringkali menimbulkan pro dan kontra karena dampaknya terhadap pelaku usaha di industri gula. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (a) penyebab ketidak-seimbangan antara kebutuhan dan pasokan gula di pasar; (b) struktur pasar industri gula, dan (c) pengaruh kebijakan impor gula terhadap stabilisasi harga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif menggunakan alat analisis indeks Hirschman Herfindahl untuk mengukur struktur pasar industri gula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas produksi yang terbatas serta permasalahan rantai distribusi mempengaruhi jumlah pasokan gula di pasar. Struktur pasar oligopoli memberikan peluang pelaku usaha besar memiliki peran dalam menentukan harga pasar. Dan, kebijakan impor gula dilakukan untuk menutup gap antara permintaan gula yang terus meningkat dan keterbatasan pasokan gula untuk menjaga stabilitas harga gula nasional.

Kata kunci: *gula, struktur pasar, kebijakan impor, stabilitas harga.*

³⁹nistifadah@yahoo.com.au

PENDAHULUAN

Penyebab fluktuasi harga pangan di Indonesia adalah adanya ketidak-seimbangan antara jumlah permintaan dan penawaran di pasar, yaitu adanya ketidaksesuaian antara besarnya kebutuhan pangan dan jumlah pasokan yang tersedia, sehingga menyebabkan harga pangan melonjak naik. Penyebab kurangnya pasokan pangan di pasar, antara lain: hasil produksi pangan tidak mencukupi karena sistem produksi pangan terganggu, pengaruh *climate change*, permasalahan rantai pasok (*supply chain*), serta gangguan distribusi pasokan karena perilaku persaingan usaha yang tidak sehat akibat struktur pasar yang tidak kompetitif. Upaya untuk menstabilkan harga pangan seringkali dilakukan dengan melakukan impor pangan. Namun, kebijakan impor seringkali menyebabkan beberapa permasalahan, yaitu terjadinya penolakan dan gejolak di masyarakat. Kementerian Pertanian sebagai salah satu penyedia pasokan pangan seringkali menyatakan bahwa pasokan/produksi pangan cukup, namun Kementerian Perdagangan berpendapat sebaliknya, bahwa terdapat kelangkaan pasokan di pasar, sehingga menyebabkan harga pangan mengalami volatilitas. Ketidaksesuaian data dan lemahnya koordinasi antar lembaga Kementerian yang berkaitan dengan stabilisasi pasokan pangan ini ikut menjadi andil terjadinya volatilitas harga pangan.

Salah satu komoditas pangan yang seringkali mengalami volatilitas adalah gula. Komoditas gula merupakan salah satu komoditas pangan pokok di Indonesia. Pemerintah telah berupaya menetapkan harga eceran tertinggi (HET), namun di pasaran harga gula dapat melampaui harga HET. Beberapa tahun belakangan ini telah terjadi ketidakseimbangan antara permintaan gula dan suplai gula di tingkat nasional, sehingga menyebabkan tingginya volatilitas harga gula dan selanjutnya juga berdampak pada volatilitas tingkat inflasi di Indonesia.

Kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi gula yang terus meningkat serta terbatasnya produksi domestik membuat neraca gula nasional mengalami defisit. Untuk memenuhi kebutuhan gula domestik serta menstabilkan harga di dalam negeri, pemerintah setiap tahun harus mengimpor gula dari luar negeri. Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, konsumsi gula domestik tahun 2017 mencapai 5,07 juta ton sementara produksi dalam negeri hanya 2,47 juta ton, sehingga terjadi defisit 2,6 juta ton. Konsumsi gula diproyeksi akan terus meningkat menjadi 5,26 juta ton pada tahun 2021 sementara produksi hanya mencapai 2,48 juta ton, sehingga akan terjadi defisit 2,78 juta ton.

Permasalahan pasokan gula di Indonesia terjadi dari hulu sampai ke hilir. Sementara itu, volatilitas harga gula sangat rentan terhadap kebijakan, struktur pasar, dan selisih harga gula internasional. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (a) penyebab ketidak-seimbangan antara kebutuhan dan pasokan gula di pasar; (b) struktur pasar industri gula, dan (c) pengaruh kebijakan impor gula terhadap stabilisasi harga.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Keseimbangan Pasar dan Pengendalian Harga

Keseimbangan pasar (market equilibrium) merupakan kondisi dimana jumlah barang yang diminta sama dengan jumlah barang yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu, yaitu dimana harga produk yang ditawarkan oleh penjual sama dengan harga produk yang diminta oleh pembeli. Secara teknis, keseimbangan pasar dapat diartikan sebagai titik potong hasil pertemuan antara fungsi permintaan dan fungsi penawaran (Mankiw, 2015; Samuelson, 2010).

Fungsi permintaan bekerja sesuai dengan hukum permintaan, yaitu jika harga barang mengalami kenaikan maka permintaan akan barang tersebut menurun. Sebaliknya, apabila harga barang turun maka permintaan akan barang tersebut mengalami kenaikan. Sementara itu, fungsi penawaran menunjukkan hubungan antara harga barang dengan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen. Fungsi penawaran bekerja sesuai dengan hukum penawaran, dimana kenaikan harga barang akan diikuti dengan kenaikan jumlah barang yang ditawarkan. Sebaliknya, apabila harga barang turun akan diikuti dengan penurunan jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen.

Dalam sebuah pasar, dapat terjadi ketidakseimbangan pasar. Apabila harga barang yang berlaku di pasar lebih rendah dari harga keseimbangan, maka akan mengakibatkan kelebihan permintaan (*market shortage*), yaitu kondisi dimana jumlah barang yang diminta lebih besar dibandingkan dengan jumlah barang yang ditawarkan (Mankiw, 2015). Kondisi dengan keterbatasan barang yang tersedia akan menyebabkan harga meningkat. Sebaliknya, apabila harga barang yang berlaku di pasar melebihi harga keseimbangan, maka akan terjadi kelebihan penawaran (*market surplus*), yaitu kondisi dimana jumlah barang yang ditawarkan melebihi jumlah barang yang diminta (Mankiw, 2015). Akibatnya, harga akan turun sehingga mendorong jumlah permintaan dan penawaran menuju ke arah titik keseimbangan.

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa terbentuknya harga di pasar ditentukan oleh mekanisme pasar, sehingga menyebabkan harga suatu barang mengalami fluktuasi. Untuk menjaga agar harga tetap stabil, maka perlu adanya kebijakan ekonomi sebagai bentuk intervensi pemerintah. Kebijakan ini diperlukan agar harga barang dapat dijangkau masyarakat, terutama harga-harga bahan pokok. Umumnya kebijakan ekonomi untuk menstabilkan harga barang adalah melalui upaya pengendalian harga, baik melalui harga dasar (floor price) maupun harga maksimum (ceiling price).

Struktur Pasar

Secara sederhana pengertian pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pertukaran barang dan jasa. Pengertian penjual dalam hal ini adalah setiap individu perusahaan dalam sebuah industri. Sedangkan struktur pasar apabila diartikan dalam konteks ekonomi adalah sifat permintaan dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi penjual/perusahaan dalam sebuah industri, jumlah dan ukuran pembeli, diferensiasi produk, serta mudah tidaknya perusahaan baru masuk ke dalam industri (barrier to entry) (Lipczynski and Wilson, 2001).

Hambatan masuk (*barrier to entry*) merupakan perilaku ekonomi yang merefleksikan sejumlah persaingan yang ada dalam pasar. Ada dua jenis hambatan masuk, yaitu hambatan struktural dan hambatan ekonomis. Hambatan struktural timbul dari karakteristik dasar industri seperti teknologi, biaya, dan permintaan, sedangkan hambatan ekonomis (strategis) muncul dari perilaku perusahaan yang telah ada bersikap meningkatkan hambatan/rintang terhadap pendatang baru yang masuk.

Semakin besar hambatan masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar. Konsentrasi struktur pasar menggambarkan jumlah penjual dan pembeli yang mengindikasikan derajat kompetisi potensial dalam suatu pasar. Tingkat konsentrasi bisa menunjukkan jenis struktur pasar tertentu. Jenis struktur pasar tertentu menunjukkan karakteristik perilaku penjual dan pembeli ketika melakukan transaksi perdagangan. Perilaku perusahaan berkaitan dengan penetapan target penjualan, aset dan laba, serta penetapan metode persaingan yang digunakan.

Menurut UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, struktur pasar didefinisikan sebagai suatu keadaan pasar yang memberikan petunjuk tentang aspek-aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap perilaku pelaku usaha dan kinerja pasar, antara lain: jumlah penjual dan pembeli, hambatan

masuk dan keluar pasar, keragaman produk, sistem distribusi, dan penguasaan pangsa pasar.

Unsur-unsur struktur pasar yang utama terdiri dari: (1) konsentrasi, (2) diferensiasi produk, (3) hambatan masuk bagi perusahaan baru, (4) tingkat pertumbuhan permintaan pasar, dan (5) elastisitas permintaan. Suatu produk dikatakan terdiferensiasi (*product differentiation*) apabila ada beda nyata untuk membedakannya suatu barang dengan barang atau jasa dari penjual lain. Dilihat dari sisi permintaan, kurva permintaan produk yang tidak terdiferensiasi lebih elastis dari kurva produk yang terdiferensiasi.

Struktur pasar suatu industri merupakan bentuk atau tipe keseluruhan pasar industri. Jenis-jenis utama struktur pasar dibedakan menurut jumlah produsen, diferensiasi produk, derajat pengendalian harga, metode pemasaran. Struktur pasar monopoli dan struktur pasar persaingan sempurna adalah dua jenis struktur pasar yang ekstrim, sedangkan jenis struktur pasar lainnya adalah variasi diantara kedua struktur pasar yang ekstrim tersebut, atau dinamakan struktur pasar persaingan tidak sempurna, yang terdiri dari struktur pasar oligopoli, dan persaingan monopolistik.

Terminologi persaingan dalam konsep ilmu ekonomi untuk memahami bagaimana keputusan penetapan harga oleh suatu perusahaan atau penjual. Persaingan juga diartikan sebagai suatu proses dinamik yang dilakukan antar perusahaan atau penjual untuk tujuan memenangkan persaingan dan ekspansi.

Persaingan berkaitan dengan struktur pasar yang dapat memberikan hasil yang efisien. Hipotesis aliran Chicago menjelaskan bahwa perusahaan dengan efisiensi yang lebih superior secara umum akan memperluas pangsa pasar mereka sehingga berhasil meningkatkan konsentrasi pada pasar yang terbuka, dapat merupakan hasil dari persaingan yang efisien dimana pemenangnya akan berusaha untuk memperoleh proporsi penjualan yang lebih besar. Pemikiran New Economy juga menganggap persaingan sempurna sebagai struktur pasar yang memaksimalkan kesejahteraan. Pada tahun 1950-an riset dari Joe S. Bain mengenai kinerja pasar oligopoli dan menemukan bahwa 8 perusahaan terbesar mengontrol 70% atau lebih pasar, keuntungan rata-ratanya secara signifikan lebih tinggi daripada pasar yang kurang terkonsentrasi (Martin, 1994).

METODA

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode analisis kualitatif dan kuantitatif (*mix method*). Data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder diperoleh dari

lembaga terkait, seperti: BPS, Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, AGI (Asosiasi Gula Indonesia) dan lembaga terkait lainnya.

Alat analisis kuantitatif menggunakan indeks Hirschman Herfindahl (IHH) yang digunakan untuk mengukur struktur pasar industri gula di Indonesia. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan alat analisis kuantitatif IHH, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui interpretasi secara mendalam terhadap hasil-hasil penelitian yang telah diperoleh untuk menganalisis penyebab ketidakseimbangan di pasar gula, struktur pasar industri gula di Indonesia, serta pengaruh kebijakan impor gula terhadap stabilitas harga gula di Indonesia. Penelitian ini hanya berfokus pada komoditas gula kristal putih (GKP) yang dikonsumsi oleh masyarakat dan bukan dikonsumsi oleh industri makanan dan minuman.

Teknik Analisis: Indeks Hirschman Herfindahl (IHH)

Penelitian ini menggunakan alat analisis indeks Hirschman Herfindahl (IHH) untuk mengukur struktur pasar industri gula di Indonesia. Indeks Hirschman Herfindahl mengukur jumlah dari pangsa pasar (market share) seluruh perusahaan gula dalam industri gula yang dikuadratkan atau sum of square dari market share seluruh perusahaan gula dalam industri gula. Rumus perhitungan IHH adalah sebagai berikut:

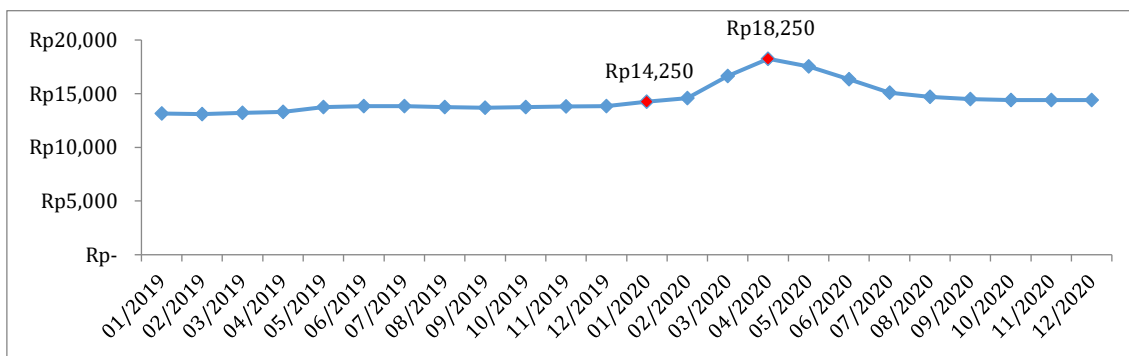
$$IHH = \left(\sum_{i=1}^n MS_i^2 \right)$$

dimana MS_i adalah pangsa pasar (market share) perusahaan gula ke- i . Nilai IHH maksimum adalah 1. Semakin tinggi nilai IHH menunjukkan pasar semakin terkonsentrasi, demikian sebaliknya. Nilai IHH mendekati 1 mengindikasikan adanya konsentrasi kekuatan pasar hanya pada beberapa perusahaan saja (struktur pasar persaingan tidak sempurna), sebaliknya jika mendekati 0 mengindikasikan praktek persaingan yang ketat (struktur pasar persaingan sempurna) atau pangsa pasar terdiversifikasi merata ke banyak perusahaan. Metode perhitungan Indeks Hirschman Herfindahl telah digunakan dalam berbagai penelitian. Menurut Martin (1994) dan Lypzinsky (2001), bahwa IHH juga dapat digunakan untuk mengetahui jumlah perusahaan dalam pasar. Alat ukur ini dikembangkan dengan alasan bahwa tingkat persaingan pasar akan didominasi oleh beberapa perusahaan yang memiliki kekuatan pasar (market power) yang besar, yaitu yang menguasai pangsa pasar dominan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Harga Gula

Rata-rata harga bulanan gula di beberapa pasar rakyat dalam negeri di Indonesia mengalami fluktuasi dengan tren yang makin meningkat. Terlihat pada Gambar 1 bahwa memasuki awal tahun 2020 harga gula terus meningkat pesat, bahkan pada bulan April 2020 harga gula mencapai harga tertinggi, yaitu Rp 18.250,-. Harga gula cenderung meningkat walaupun pemerintah telah menetapkan kebijakan Harga Eceran Tertinggi (HET) gula sebesar Rp 12.500/kg sejak Januari 2017. Berdasarkan data dua tahun terakhir (2019-2020), harga gula tidak pernah berada di bawah HET. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan penetapan harga HET tidak efektif meredam naiknya harga gula yang fluktuatif.



Sumber: <https://hargapangan.id>.

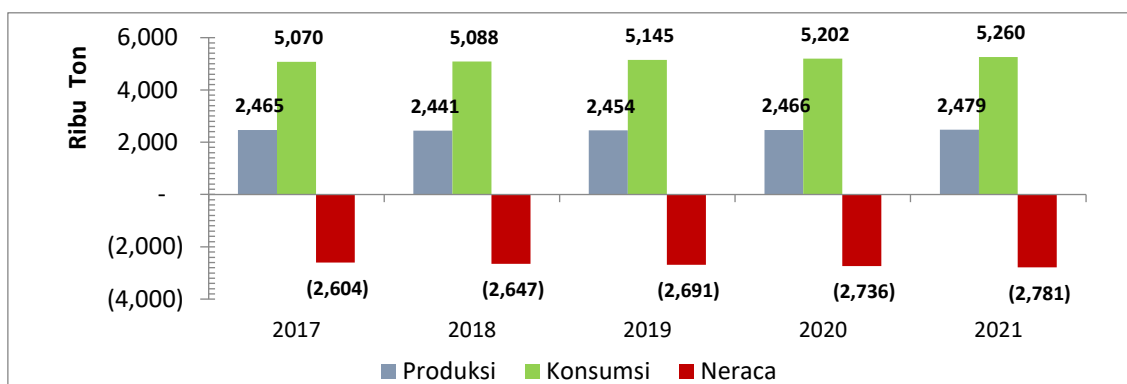
Gambar 1. Harga Gula Pasir Bulanan di Semua Provinsi di Indonesia (Rp), Tahun 2019-2020.

Sesungguhnya, kebijakan HET pada komoditas pangan strategis seperti gula ditujukan sebagai langkah korektif untuk menstabilkan harga. Secara konsep, tujuan ditetapkannya HET adalah untuk melindungi konsumen pada saat komoditas tersebut mengalami kelangkaan di pasar (Mankiw, 2018). Namun, apabila kebijakan ini tidak efektif, maka instrumen kebijakan lainnya adalah melalui upaya intervensi pada sisi permintaan ataupun penawaran.

Volatilitas harga gula dapat terjadi karena beberapa hal, yaitu: (a) adanya permasalahan pasokan akibat rendahnya produksi, (b) kelangkaan karena permasalahan distribusi, (c) dampak kebijakan, (d) struktur pasar, dan (e) selisih dengan harga gula internasional. Namun demikian, perlu terus diupayakan untuk mengendalikan harga gula karena gula merupakan salah satu komoditas pangan pokok yang berpotensi menyumbang besarnya tingkat inflasi di Indonesia.

Ketidakseimbangan antara Kebutuhan dan Ketersediaan Pasokan Gula

Berdasarkan proyeksi Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian bahwa konsumsi gula domestik 2020 mencapai 5,20 juta ton sementara produksi hanya 2,47 juta ton. Sehingga, neraca gula mengalami defisit 2,7 juta ton. Konsumsi gula diproyeksi akan terus meningkat menjadi 5,26 juta ton pada 2021 sementara produksi hanya mencapai 2,48 juta ton, sehingga terjadi defisit 2,78 juta ton. Kebutuhan masyarakat yang terus meningkat serta terbatasnya produksi domestik membuat neraca gula nasional mengalami defisit. Untuk memenuhi kebutuhan gula domestik serta menstabilkan harga dalam negeri, pemerintah setiap tahun harus impor gula dari luar negeri.



Sumber: BPS, 2018. dan <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019>.

Keterangan: tahun 2021 (hasil proyeksi)

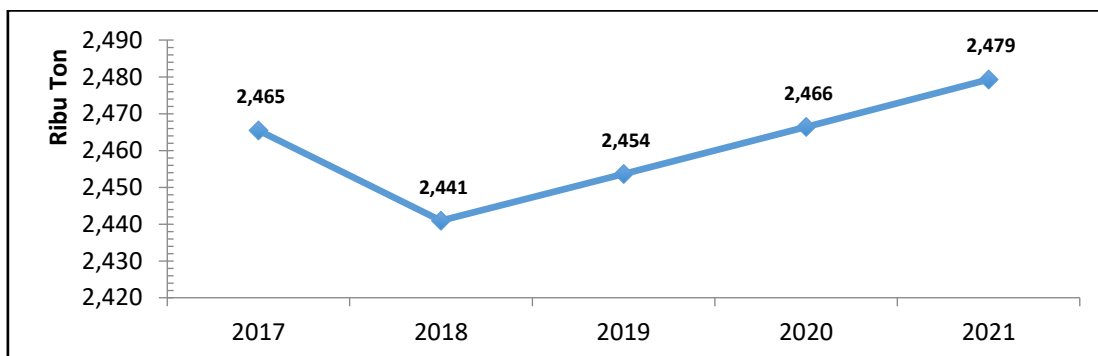
Gambar 2. Neraca Gula Nasional, Tahun 2017-2021.

Defisit neraca gula yang terjadi setiap tahun rawan memicu terjadinya kelangkaan gula di pasaran dan mendorong terjadinya ketidakstabilan harga gula di pasaran. Hal ini sangat rentan mempengaruhi naiknya tingkat inflasi dan memicu stabilitas perekonomian karena gula merupakan salah satu komoditas pangan pokok nasional. Sehingga program swasembada gula harus terus diupayakan untuk mengurangi tingkat ketergantungan nasional terhadap gula impor.

Produksi gula domestik masih belum memenuhi kebutuhan konsumsi gula nasional, sehingga setiap tahun selalu mengalami defisit (shortage). Pada tahun 2019, tren produksi gula domestik mulai meningkat, namun masih jauh memenuhi kebutuhan permintaan gula nasional. Produksi gula domestik pada tahun 2017 sebesar 2,465 ribu ton, sementara pada tahun 2018 terjadi penurunan menjadi hanya 2,441 ribu ton. Penurunan ini karena adanya penyusutan lahan perkebunan tebu, dari 425.617 hektare (2017) menjadi hanya 413.432 hektare (2018).

Beberapa tahun terakhir, luas areal tebu sebagai bahan baku utama produksi gula terus menurun sehingga produksi gula juga mengalami penurunan. Luas areal tebu di Jawa semakin menurun, namun di luar Jawa terus ditingkatkan. Namun demikian, luas areal sentra produksi tebu masih terpusat di pulau Jawa yaitu dengan persentase 61,64% dari total jumlah produksi tebu di Indonesia. Provinsi Jawa Timur adalah provinsi penghasil gula terbesar di Indonesia (48,26%) disusul kemudian provinsi Lampung (30,39%), dan Jawa Tengah (9,45%).

Pada tahun 2019, produksi gula domestik mulai mengalami peningkatan karena adanya tambahan areal tanaman tebu sekitar 5.000 hektare di pulau Jawa dan penambahan luas tanaman tebu di luar pulau Jawa, sehingga total luas tanaman tebu menjadi sekitar 430.000 hektare dan terus meningkat hingga 444.365 hektare (tahun 2020). Seiring dengan beroperasinya sejumlah pabrik baru dan meningkatnya luas tanaman tebu, maka pada tahun 2019 produksi gula nasional mencapai 2,454 ribu ton. Pada akhir tahun 2020 produksi gula terus meningkat, dan diproyeksikan akan terus meningkat pada tahun 2021, yaitu mencapai 2.479 ribu ton.



Sumber: BPS, 2019 dan <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019>.

Gambar 3. Produksi Gula Nasional, 2017-2021.

Peningkatan produksi gula domestik juga diikuti dengan peningkatan kebutuhan konsumsi gula nasional yang juga terus bertambah, sehingga defisit gula nasional juga masih akan terus semakin besar. Oleh karena itu, berbagai upaya kebijakan yang mengarah kepada upaya menutup defisit neraca gula, baik melalui peningkatan produksi dan swasembada gula nasional maupun kebijakan impor akan terus mengalami tantangan.

Pasokan gula yang tidak mampu dipenuhi oleh produksi domestik dan kemudian dipenuhi melalui kebijakan impor, diharapkan dapat mengendalikan stabilitas harga gula. Terdapat 13 negara yang menjadi pemasok gula di Indonesia. Tiga negara, yaitu Thailand, Brazil, dan Australia adalah pemasok terbesar gula ke Indonesia. Melalui kebijakan impor,

seharusnya tidak terjadi kekurangan suplai (shortage), sehingga harga gula menjadi stabil. Namun yang terjadi, harga gula masih berfluktuasi. Oleh karena itu, apabila dari sisi pasokan sudah tidak terjadi permasalahan, maka besar kemungkinan penyebab fluktuasi harga gula adalah permasalahan distribusi.

Dari sisi penawaran, Kementerian Pertanian sebagai salah satu penyedia pasokan pangan seringkali menyatakan bahwa produksi/pasokan pangan cukup, namun Kementerian Perdagangan berpendapat sebaliknya bahwa terdapat kelangkaan pasokan di pasar. Sehingga, ketidaksesuaian data antar lembaga Kementerian terkait jaminan pasokan pangan ini juga menjadi permasalahan tersendiri dalam mengendalikan stabilitas harga pangan.

Struktur Pasar Industri Gula

Hasil perhitungan menggunakan Indeks Hirschman Herfindahl

Tabel 1 berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai IHH pada struktur pasar industri gula nasional pada tahun 2020. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai indeks Hirschman Herfindahl adalah 0,077 dengan nilai angka ekuivalen 13,06. Hasil perhitungan tersebut, didasarkan pada pangsa pasar 27 perusahaan yang menghasilkan gula kristal putih (GKP).

Tabel 1. Indeks Hirschman Herfindahl Industri Gula Nasional

No.	Perusahaan	Gula Kristal Putih (ton)	Pangsa Pasar (r)	r ²
1	PTP Nusantara IX	67,266	0.03	0.001
2	PTP Nusantara X	306,131	0.12	0.015
3	PTP Nusantara XI	341,681	0.13	0.018
4	PT RNI (PT Rajawali 1)	201,587	0.08	0.006
5	PT RNI (PT Rajawali 2)	48,732	0.02	0.000
6	PT RNI (PT Candi Baru)	34,738	0.01	0.000
7	PTP Nusantara XII	55,801	0.02	0.000
8	PT Madu Baru	27,351	0.01	0.000
9	PT Kebon Agung	175,950	0.07	0.005
10	PT LPI (PG Pakis Baru)	26,250	0.01	0.000
11	PT Gendhis Multi Manis	42,732	0.02	0.000
12	PT Kebun Tebu Mas	35,389	0.01	0.000
13	PT IGN	6,825	0.00	0.000
14	PT Redjosa Manis Indo	28,800	0.01	0.000
15	PTP Nusantara II	29,292	0.01	0.000
16	PT Nusantara VII	104,938	0.04	0.002

Lanjutan Tabel 1

17	PTP Nusantara XIV	68,994	0.03	0.001
18	PT Gunung Madu Plantation	213,501	0.08	0.007
19	PT PSMI	140,000	0.06	0.003
20	PT Sugar Group	312,666	0.12	0.015
21	PT PG Gorontalo	43,185	0.02	0.000
22	PT LPI (Komerling)	71,259	0.03	0.001
23	PT Sukses Mantap Sejahtera	7,558	0.00	0.000
24	PT Adhi Karya Gemilang	76,160	0.03	0.001
25	PT Pratama Nusantara Sakti	46,887	0.02	0.000
26	PT Jhoniin Batu Mandiri	26,250	0.01	0.000
27	PT Muria Sumba Manis	-	-	-
		2,539,923	1.00	0.077

Sumber: Data Diolah (2021)

Delapan perusahaan dari total 27 perusahaan menyumbang pangsa pasar sebesar 70,73% produksi gula nasional. Ke-delapan perusahaan tersebut, sebanyak 4 perusahaan berlokasi di pulau Jawa dan 4 perusahaan di luar pulau Jawa. Sumbangan 14 pabrik gula di pula Jawa terhadap nilai produksi nasional sebesar 55,09% dan sumbangan 13 pabrik gula di luar pulau Jawa terhadap nilai produksi gula nasional sebesar 44,91%.

Struktur pasar oligopoli pada industri gula

Saat ini (2020), produksi gula GKP nasional dipasok oleh 11 pabrik gula milik pemerintah (BUMN) dan 16 pabrik gula milik swasta. Pabrik gula BUMN menyumbang 51,26% dari produksi gula nasional, sementara pabrik gula swasta menyumbang 48,74%. Sumbangan pabrik gula swasta terhadap produksi gula nasional berpotensi akan terus meningkat karena adanya pabrik baru dan perluasan lahan tebu di luar pulau Jawa.

Apabila dilihat dari jumlah perusahaan dan pangsa pasarnya, struktur pasar industri gula nasional adalah oligopoli dengan 8 perusahaan sebagai leader (*weak oligopoly*). Nilai IHH sebesar 0,077 (level 770 dari 10.000 poin). Tingkat konsentrasi industri gula nasional tidak terlalu ketat karena masih pabrik gula milik pemerintah (BUMN) sebagai warisan pemerintahan Hindia Belanda, dimana diantaranya masih mampu memberikan sumbangan cukup besar terhadap jumlah produksi gula nasional, walaupun banyak diantaranya memiliki kapasitas produksi yang sangat kecil. Oleh karena itu, dengan masih besarnya peran pabrik gula milik pemerintah (51,26% terhadap total produksi nasional), diharapkan pemerintah punya kekuatan pasar (*market power*) untuk mengontrol stabilitas harga gula sebagai salah satu komoditas pangan pokok yang strategis

Pengaruh Kebijakan Impor Gula terhadap Stabilisasi Harga Gula

Secara teoretis dan fakta empiris di Indonesia menunjukkan bahwa pengendalian laju inflasi dari sisi penawaran pangan merupakan salah satu determinan krusial pada upaya pengendalian laju inflasi khususnya untuk komoditas pangan pokok. Dalam kasus komoditas gula, penyebab kurangnya pasokan gula adalah karena rendahnya produksi (defisit neraca gula), permasalahan rantai pasok (*supply chain*), serta adanya kemungkinan gangguan distribusi pasokan karena perilaku persaingan akibat struktur pasar yang kurang kompetitif (oligopoli). Beberapa penyebab tersebut kemudian berpengaruh pada stabilisasi harga gula di Indonesia. Upaya jangka pendek yang dilakukan pemerintah untuk menjaga pasokan agar harga gula menjadi stabil adalah dengan mengimpor gula. Kebijakan impor gula dilakukan untuk menutup kekurangan pasokan gula yang tidak mampu dipenuhi oleh produksi domestik.

Kebijakan impor ini seringkali menyebabkan beberapa permasalahan, yaitu terjadinya penolakan dan gejolak di masyarakat, walaupun pada akhirnya mampu menstabilkan fluktuasi harga gula. Namun, kebijakan pendamping yang menyertai kebijakan impor sebagai jaminan agar harga gula stabil perlu terus dilakukan, misalnya: perluasan lahan tebu, pendirian pabrik baru, rekayasa produksi, meningkatkan rendemen tebu, manajemen stok logistik, pengaturan persaingan usaha yang sehat, dll.

Terdapat 13 negara yang menjadi pemasok gula di Indonesia. Tiga negara, yaitu Thailand, Brazil, dan Australia adalah pemasok terbesar gula ke Indonesia. Dengan kebijakan impor, seharusnya tidak lagi terjadi kekurangan suplai (*shortage*), sehingga harga gula menjadi stabil. Namun yang terjadi, harga gula masih cukup berfluktuasi. Oleh karena itu, apabila dari sisi pasokan sudah tidak terjadi permasalahan, maka besar kemungkinan penyebab fluktuasi harga gula adalah permasalahan distribusi. Permasalahan distribusi gula sangat berkaitan dengan perilaku persaingan usaha, tingkat konsentrasi pasar dan struktur pasar.

Sampai saat ini, kebijakan impor masih terus dilakukan untuk menutup kesenjangan antara pasokan dan kebutuhan gula dalam negeri sebagai upaya untuk stabilisasi harga gula di dalam negeri. Walaupun pemerintah telah mencanangkan swasembada gula pada tahun 2017, namun target swasembada gula tersebut belum pernah tercapai. Sehingga permasalahan kesenjangan pasokan dan fluktuasi harga gula masih terus terjadi.

Sejak periode 1980-2016 impor gula Indonesia cenderung meningkat. Pada tahun 2016 volume impor adalah yang tertinggi sejak tahun 1980. Pada tahun 2008, pemerintah memberlakukan kebijakan pembatasan impor gula. Kebijakan ini mampu menekan volume impor gula namun karena keterbatasan stok dalam negeri, pemerintah tidak dapat menghentikan secara total impor gula meskipun impor gula seringkali menekan harga gula dalam negeri. Sehingga pada periode 2009-2016 impor gula nasional kembali meningkat. Indonesia tercatat sebagai negara importir gula terbesar di dunia. Bahkan, pada periode tahun 2017/2018 impor gula Indonesia mengalahkan Tiongkok maupun Amerika Serikat (AS).

Terdapat 7 negara yang menjadi pemasok gula di Indonesia (lihat Tabel 2). Sampai dengan tahun 2018, Thailand merupakan negara asal utama impor gula nasional. Berikutnya, negara Korea Selatan dan Malaysia juga menjadi sumber utama impor gula nasional. Berikut rincian tiga negara utama gula impor berasal:

1. Thailand dengan volume impor 92,60 juta ton (91,67% dari total volume impor gula) dengan nilai sebesar US\$ 35,31 juta.
2. Korea Selatan volume impor sebesar 7,18 juta ton (7,11% dari total volume impor gula) dengan nilai sebesar US\$ 5,01 juta, dan
3. Malaysia dengan volume impor 760,10 ribu ton (0,75% dari total volume impor gula) dengan nilai sebesar US\$ 460 ribu.

Tabel 2. Impor Gula Menurut Negara Asal Utama, 2010-2018

Negara Asal	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	Berat Bersih : 000 Kg								
Thailand	481	70	60	59	47	54	135	97	92
	007.0	884.0	860.0	526.0	139.0	639.0	463.3	300.0	600.0
Korea Selatan	16	5 372.4	6	6	6	4	6 585.6	7 084.8	7 180.8
Hongkong	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5	0.0	3 000.0	0.0
						800.0			
Malaysia	30	10	5	10	3	3	4 517.1	815.4	760.1
	494.5	050.6	800.1	700.3	765.0	086.3			
Australia	19	14	9	7	5	1	0.0	0.0	0.0
	147.9	355.9	343.9	802.8	100.4	040.0			
Selandia Baru	0.0	20.0	2	5	2	900.0	0.0	0.0	0.0
Singapura	3 859.5	0.0	1	956.0	81.0	1	542.8	946.0	465.0
			877.1			180.0			
Lainnya	18	80	3	500.3	5.1	3.6	5 026.5	1.6	12.6
	726.2	913.5	832.6						
Jumlah	569	181	91	91	65	70	152	109	101
	687.5	596.4	054.3	547.1	880.1	949.7	135.3	147.8	018.5

	Nilai CIF: 000 US\$								
Thailand	356	53	39	31	23	22	77	48	35
	303.2	993.0	061.6	859.3	565.1	147.0	857.6	947.8	306.9
Korea Selatan	12	5 365.9	5	4	4	2	4 598.8	5 156.9	5 013.1
Hongkong	436.1		040.0	544.2	738.2	533.7			
	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	2	0.0	1 661.5	0.2
						261.6			
Malaysia	21	8 336.5	4	6	2	793.5	1 897.7	508.6	460.0
	031.7		056.8	415.6	022.4				
Australia	14	13	8	5	3	672.4	0.0	0.0	0.0
	002.7	915.0	030.3	580.5	468.0				
Selandia Baru	0.0	16.1	2	3	1	572.2	0.0	0.0	0.0
			344.9	810.1	907.3				
Singapura	3 167.8	0.0	1	591.5	51.4	541.7	1 930.7	676.6	216.3
			465.6						
Lainnya	15	62	2	264.6	40.0	16.3	3 145.2	17.4	277.3
	074.2	329.5	028.9						
Jumlah	422	143	62	53	35	29	89	56	41
	015.8	956.1	028.1	065.8	792.4	538.4	430.0	968.8	273.8

Sumber: BPS, 2019

Kebijakan impor yang dilakukan pada saat produksi mencukupi akan berdampak pada kesejahteraan petani. Karena kebijakan impor dikhawatirkan akan menekan harga. Oleh karena itu, kebijakan importasi gula harus diatur agar kepentingan petani tebu dan konsumen gula dapat terlindungi.

Selain dari sisi pasokan (penawaran), upaya stabilisasi harga gula dapat dilakukan dari sisi permintaan. Stabilisasi harga gula dari sisi permintaan sebenarnya lebih mudah untuk dikendalikan, karena pola permintaan gula lebih mudah dianalisis berdasarkan data historis. Pada umumnya kenaikan permintaan gula terjadi pada saat awal tahun, bulan puasa, lebaran idul fitri, serta pada saat akhir tahun. Sehingga untuk menjaga keseimbangan pasar, perlu perencanaan dan manajemen stok gula, dimana jumlah pasokan gula disesuaikan dengan kebutuhan pada periode waktu dimana permintaan gula diprediksi akan meningkat.

Akhirnya, upaya stabilisasi harga harus dilakukan dengan memastikan jumlah produksi gula di tingkat produsen dapat terjaga dengan dukungan data yang akurat. Peran Bulog dan institusi pemerintah lainnya yang berkaitan dengan tugas distribusi gula dari produsen ke pedagang/peritel dan konsumen harus dipastikan berjalan dengan baik. Jalur distribusi gula dari produsen ke konsumen juga harus dipangkas semakin pendek.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas produksi yang terbatas serta permasalahan rantai distribusi mempengaruhi jumlah pasokan gula di pasar. Struktur

pasar oligopoli memberikan peluang pelaku usaha besar memiliki peran dalam menentukan harga pasar. Dan, kebijakan impor gula dilakukan untuk menutup gap antara permintaan gula yang terus meningkat dan pasokan gula yang terbatas agar stabilitas harga gula nasional terjaga. Namun demikian, upaya jangka panjang berupa sasembada gula, rekayasa produksi, meningkatkan rendemen tebu, manajemen stok logistik, dll. harus terus dilakukan. Selain mengendalikan pasokan gula di pasar agar tidak terjadi kekurangan, maka upaya distribusi gula juga harus dikendalikan dan diawasi. Hal ini berkaitan dengan perilaku persaingan usaha, tingkat konsentrasi pasar dan struktur pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Donald A Hay and Derek J. Morris, 1987, *Industrial Economics, Theory and Evidence*, Oxford University Press, USA.
- Hayter, Roger, 2000, *The Dynamics of Industrial Location*, John Wiley & Sons, England.
- Jaya, Wihana Kirana. 2001. *Ekonomi Industri*, BPFE, Yogyakarta.
- John Lipczynski, John and John Wilson, 2001, *Industrial Organization, AN Analysis of Competitive Markets*, Prentice Hall.
- Mankiw, Gregory N. 2004. *Principles of Macroeconomics*, 3rd. Thomson. South Western, USA (A).
- Mankiw Gregory N. 2015. *Principles of Economics*, 7e, Thomson. South Western, USA (B)
- Martin, Stephen. 1994. 2nd edition, *Industrial Economic – Economic Analysis and Public Policy*, Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Paul A, Samuelson, and Nordhaus William D. 2010, *Economics*, 19e, McGraw-Hill, New York (A)
- Stepherd, William G. 1990. *The Economics of Industrial Organization*, Prentice-Hall International, Inc., USA.
- UU No.5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha Tidak Sehat.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2019-2020.
- <https://hargapangan.id/tabel-harga/pasar-tradisional/komoditas>
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/20/berapa-produksi-dan-impor-gula-mentah-indonesia>

MEMBANGUN DAYA TAHAN DESA DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: STUDI KASUS DAMPAK NEGATIF BENCANA ALAM DAN WABAH

Udin Suchaini⁴⁰

Direktorat Statistik ketahanan Sosial, Badan Pusat Statistik (BPS)

Universitas Indonesia

I Dewa Gede Karma Wisana

Universitas Indonesia

Abstract

Sustainable development can be started from the village, unfortunately natural disasters and epidemics that occur in Indonesia are shocks that always occur every year that are faced by village-level administrative areas. Although natural disasters and epidemics are unavoidable but predictable events, their impact should be mitigated. However, the two of them have a serious impact if they occur together. Meanwhile, village-level administrative areas in Indonesia which are at the forefront of dealing with disasters and epidemics, have limited mitigation facilities. In fact, sustainable development can be started from here. This study looks at the short-term relationship between natural disasters and epidemics on village development outcomes. This problem will be resolved using data analysis of two time periods (panels) in 2014 and 2018 which are sourced from Village Potential data (Podes). The results of this study, in addition to emphasizing the importance of mitigating natural disasters and epidemics at the village level, natural disasters open opportunities for infrastructure development and labor-intensive village development activities during post-disaster mitigation and recovery. Unfortunately, if there is a post-disaster outbreak, the results of village development will contract even more. In addition, if mitigation of natural disasters and outbreaks is not facilitated from an early age, it has the potential to become an obstacle to sustainable village development.

Keywords: Mitigation, Natural Disasters, Epidemics, Village Development

Abstrak

Pembangunan berkelanjutan dapat dimulai dari desa, sayangnya bencana alam dan wabah yang terjadi di Indonesia menjadi guncangan yang selalu terjadi setiap tahun yang dihadapi oleh wilayah administrasi setingkat desa. Meskipun bencana alam dan wabah merupakan kejadian yang tidak dapat dihindari tetapi dapat diprediksi, sehingga dampaknya pun seyogyanya dapat dimitigasi. Namun, keduanya memiliki dampak yang parah jika terjadi secara bersamaan. Sementara, wilayah administrasi setingkat desa di Indonesia yang menjadi garda terdepan menghadapi bencana dan wabah, memiliki keterbatasan fasilitas mitigasi. Padahal, pembangunan berkelanjutan dapat dimulai dari sini. Pada kajian ini melihat hubungan jangka pendek antara bencana alam dan wabah terhadap hasil pembangunan desa. Masalah ini akan diselesaikan dengan menggunakan analisis data dua periode waktu (panel) tahun 2014 dan 2018 yang bersumber data Potensi Desa (Podes). Hasil kajian ini, selain mempertegas pentingnya mitigasi bencana alam dan wabah di tingkat desa, kejadian bencana alam membuka peluang pembangunan infrastruktur dan kegiatan padat karya pembangunan desa saat dilakukan mitigasi dan pemulihan pasca bencana. Sayangnya, jika terjadi wabah pasca bencana, hasil pembangunan desa akan berkontraksi lebih dalam. Selain itu, apabila mitigasi bencana alam dan wabah tidak difasilitasi sejak dini, berpotensi menjadi penghambat pembangunan desa berkelanjutan.

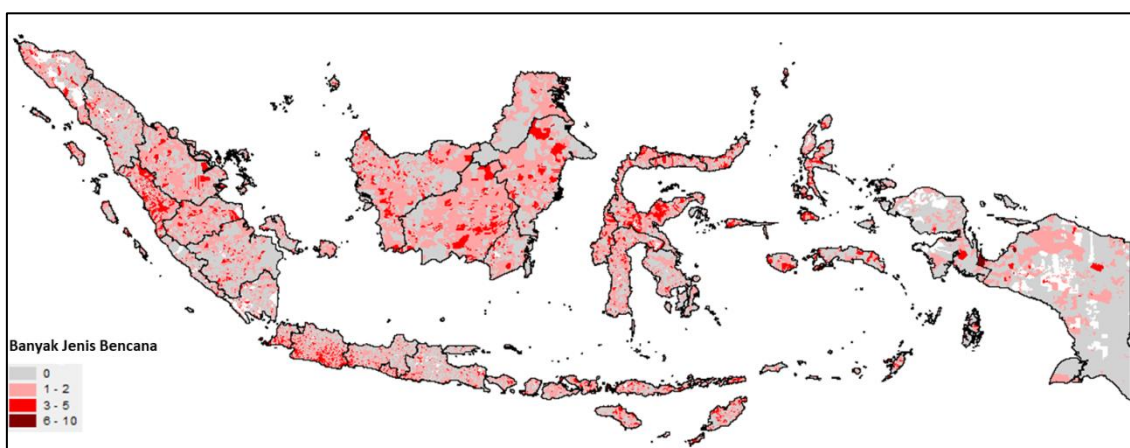
Kata kunci: Mitigasi, Bencana Alam, Wabah, Pembangunan Desa

⁴⁰Email: udin.suchaini91@ui.ac.id

PENDAHULUAN

Bencana alam dan wabah di Indonesia mengakibatkan korban jiwa sehingga menimbulkan dampak ekonomi. Mitigasi keduanya, sering ditangani secara berbeda-beda, padahal ada kesamaan diantara keduanya (Scanlon & McMahon, 2011). Seperti kasus pandemi Covid-19 yang telah menjadi paradigma pembangunan global, contoh utama dari tantangan pembangunan semua negara, melalui kegagalan kesehatan publik (Oldekop et al., 2020).

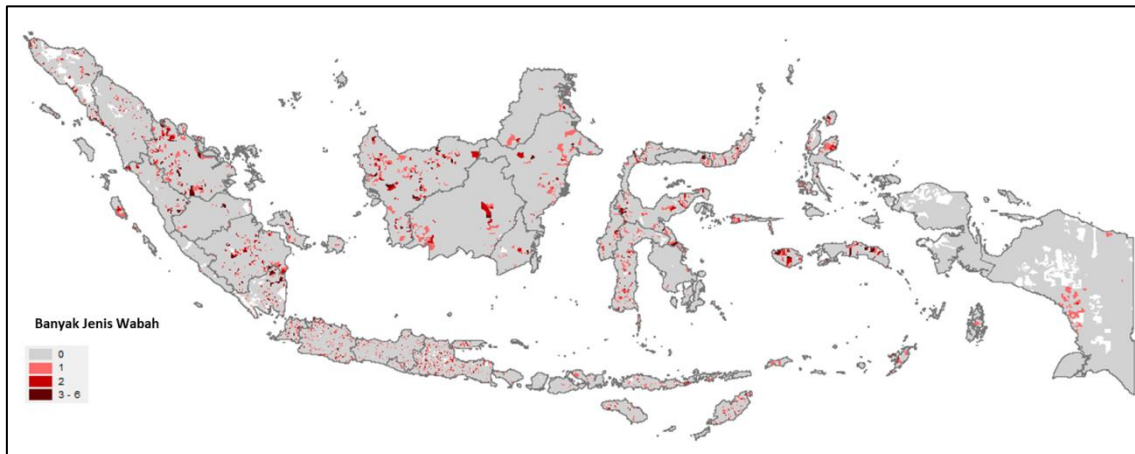
Sementara, bencana akan memengaruhi aktivitas ekonomi riil melalui dua saluran, yaitu depresiasi dan ketidakpastian ekonomi (Hao et al., 2020). Risiko bencana yang tinggi menyiratkan depresiasi yang lebih tinggi sekaligus menurunkan produktivitas, sehingga mampu menurunkan output ekonomi yang diharapkan (Hao et al., 2020). Di sisi lain, tingginya peluang terjadi bencana juga menimbulkan ketidakpastian ekonomi. Akibatnya pembiayaan yang dikeluarkan oleh pemerintah meningkat untuk menanggulangi bencana. Sementara, turunnya perekonomian akibat bencana berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Douenne, 2020), seperti di Indonesia 19,7 juta orang lebih berpotensi menjadi miskin (Suryahadi et al., 2020). Besarnya bencana memiliki dampak besar bagi ekonomi, sosial, hingga infrastruktur (Costanza & Farley, 2007). Hancurnya infrastruktur, kerusakan ekologis, terganggunya akses ekonomi, hingga terganggu jaringan sosial (Costanza & Farley, 2007). Selain itu, dampak bencana juga dirasakan wilayah sekitarnya (McMichael, 2009). Hal ini sangat potensial terjadi di Indonesia, karena bencana alam dan wabah bisa terjadi secara beriringan.



Sumber: diolah dari data *Potensi Desa (Podes) 2018*

Gambar 1. Sebaran bencana alam di desa-desa Indonesia menurut banyaknya jenis bencana, 2017

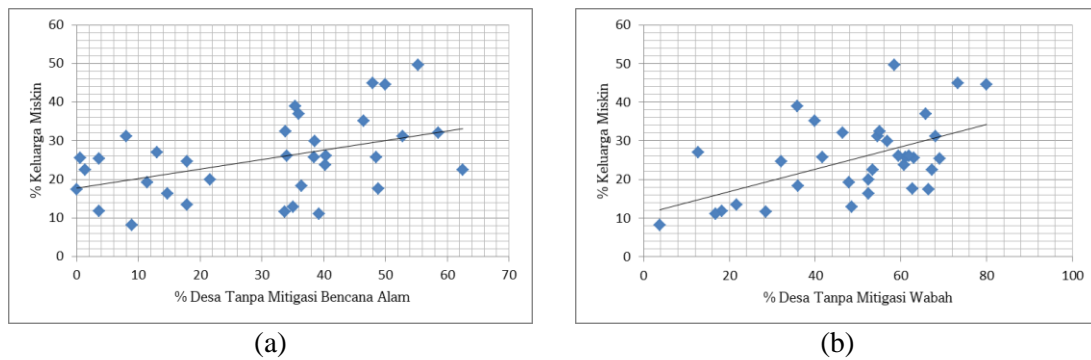
Kejadian bencana alam di Indonesia terjadi merata, karena tidak ada satu provinsi yang luput dari kejadian ini. Gambar 1 menunjukkan, terdapat sebaran warna merah pekat yang menunjukkan lebih dari tiga jenis bencana. Bahkan, Gambar 2 menunjukkan, banyak juga desa-desa beberapa provinsi yang mengalami wabah sekaligus, seperti Provinsi Sulawesi Tengah, Maluku, dll.



Sumber: diolah dari data *Potensi Desa (Podes) 2018*

Gambar 2. Sebaran wabah di desa-desa Indonesia menurut banyaknya jenis wabah, 2017

Secara spesifik, desa-desa di Indonesia menjadi lokus yang langsung berhadapan dengan bencana dari dua sisi, yaitu bencana alam dan wabah. Kejadian bencana lain di Indonesia yang tercatat dalam Publikasi Statistik Potensi Desa (Podes) 2018 (Badan Pusat Statistik, 2018), diantaranya tanah longsor, banjir, banjir bandang, gelombang pasang laut, angin puyuh/topan, gunung meletus, kebakaran hutan dan lahan, serta kekeringan (lahan). Sementara, desa-desa di Indonesia juga memiliki salah satu beban demam berdarah tertinggi di dunia (Nadjib, 2019). Hal ini berdampak beban ekonomi tahunan untuk kasus DBD yang dirawat di rumah sakit dan rawat jalan. Tidak hanya demam berdarah, pada publikasi yang sama juga mencatat, terdapat wabah lain seperti muntaber/diare, campak, malaria, flu burung/SARS, hepatitis e, serta difteri.



Sumber: diolah dari data *Potensi Desa (Podes)* 2018

Gambar 3. Hubungan Pembangunan Desa, Mitigasi, pada Kesejahteraan Warga

Kondisi saat ini, mitigasi bencana dan wabah di desa seiring dengan kenaikan persentase keluarga miskin, yakni desa-desa yang tidak memiliki fasilitas dan kegiatan mitigasi yang baik maka persentase keluarga miskinnya juga akan meningkat (Gambar 3). Padahal, Pengalaman bencana dan wabah sebelum pandemi Covid-19 ini tentu saja relevan untuk dijadikan acuan, betapa penting penyediaan fasilitas dan kegiatan mitigasi di desa. Jika dapat difasilitasi, target indikator pembangunan berkelanjutan (SDGs) dapat sekaligus menghindarkan desa dari kerentanan. Pertama, menurunkan jumlah korban dampak bencana, kedua menurunkan kerugian ekonomi langsung akibat bencana, ketiga implementasi strategi nasional pengurangan risiko bencana 2015–2030, terakhir penerapan strategi pengurangan risiko bencana dari desa, sesuai Perpres No. 59/2017.

Pada kondisi ini muncul pertanyaan, bagaimana dampak bencana dan wabah terhadap pembangunan desa di Indonesia? Oleh karena itu, kajian ini untuk melihat bagaimana capaian pembangunan desa jika bencana dan wabah terjadi di desa, pada kasus keberadaan fasilitas mitigasi yang tersedia di desa.

TELAAH PUSTAKA

Dampak bencana, baik bencana alam maupun pandemi, pada kajian ini menggunakan alur pikir ekonomi yang diurai dalam konteks mitigasi (Mochizuki et al., 2014), seperti kerangka kerja global juga telah dikembangkan untuk pengurangan risiko bencana (*Disaster Risk Reduction - DRR*) (Zimmermann & Keiler, 2015). Namun, karena risiko dampak bencana berbeda-beda tergantung skala dan jenisnya, maka diperlukan mitigasi (Manyena et al., 2019). Kerangka mitigasi ini seperti yang dikembangkan Wu, Wang, Gao, Guo, dan Xue, (2020), dampak ekonomi dari bencana terutama tercermin dalam tiga aspek. Pertama, bencana berdampak langsung dan mengurangi persediaan modal

sosial; kedua, bencana secara tidak langsung mempengaruhi konsumsi, karena akan meningkatkan ketidakpastian pendapatan dan kepemilikan aset warga di masa depan. Ketiga, perubahan konsumsi secara agregat memengaruhi pembangunan sosial ekonomi.

Selanjutnya, berdasarkan dampak pada perekonomian, perlu pembagian risiko bencana antarwaktu dalam dua fase berdasarkan ekonomi tertutup, dari penduduk, produsen, dan pemerintah. Saat bencana, sebagian dari aset mengalami kerusakan, proporsi pengeluaran fiskal untuk pencegahan dan pengurangan bencana akan mempengaruhi rasio kerugian bencana yang ditetapkan (Wu et al., 2020). Ketika pemerintah meningkatkan proporsi pengeluaran fiskal untuk pencegahan dan pengurangan bencana, maka rasio kerugian bencana akan menurun sampai batas tertentu. Sebagian besar bencana tidak dapat dihindari, namun bencana dan wabah dapat diprediksi, sehingga tulisan ini mengasumsikan kemungkinan bencana adalah eksogen dan konstanta yang diketahui.

Dampak Bencana Alam dan Wabah pada Rumah Tangga

Bencana alam dan wabah berdampak langsung pada rumah tangga yang menjadi korbannya. Pada kondisi ini, diasumsikan perekonomian ini terdapat dua jenis rumah tangga yang hidup tanpa batas, yang masing-masing terdiri dari seorang pekerja atau seorang investor. Jumlah pekerja dan investor dinormalisasi menjadi satu yaitu penduduk. Mereka memiliki fungsi utilitas dan faktor diskon yang sama, sementara perilaku dan pendapatan mereka berbeda. Apabila seorang pekerja memasok satu unit kerja secara inelastis dan mendapatkan upah. Asumsinya, pekerja menghabiskan semua penghasilannya, dimana pekerja dianggap tidak menabung.

Sebaliknya, seorang investor memperoleh pendapatan dengan menjual sisa modalnya dari periode sebelumnya. Harga modal dilambangkan dengan r , yang setara dengan tingkat bunga bersih. Di sini, kami berasumsi bahwa modal investor disimpan dalam bentuk mesin, sehingga terdapat risiko sebagian modalnya rusak akibat bencana alam. Selain itu, tidak ada pasar asuransi bencana untuk mengkompensasi mesin rusak milik investor, yaitu, risiko bencana tidak dapat dikumpulkan dan didiversifikasi. Selanjutnya, asumsi lainnya adalah tidak ada pengeluaran pribadi untuk pencegahan bencana demi kesederhanaan. Sehingga, investor merespon risiko bencana dengan asuransi atau melakukan penyesuaian tabungan. Sementara, konsumsi pekerja c_w sebagai berikut.

$$c_{wt} = (1 - \tau_t)w_t$$

dengan τ_t adalah tarif pajak untuk pekerja dan investor pada periode t . Sedangkan masalah investor tentu saja agak rumit. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan utilitas yang diharapkan di bawah batasan anggaran. Dengan asumsi bahwa investor memiliki masa hidup yang tidak terbatas dan fungsi utilitas mereka di bawah batasan anggaran dimaksimalkan (Wu et al., 2020), maka utilitas yang diharapkan untuk investor dalam periode 0 diberikan oleh:

$$U(C_{lt}) = E_0 \sum_{t=0}^{\infty} \beta^t \frac{C_{lt}^{1-\gamma}}{1-\gamma}$$

dimana C_{lt} adalah konsumsi penduduk pada saat t , dan $U(C_{lt})$ adalah fungsi utilitas yang merepresentasikan kegunaan konsumsi penduduk pada saat tertentu. $\beta \in (0, 1)$ menunjukkan faktor diskon (*discount factor*), E_0 mewakili operator ekspektasi dalam periode 0. Alasan mengapa ekspektasi operator ada di persamaan ini adalah karena bencana alam terjadi secara stokastik (Motoyama, 2017). Fungsi utilitas sesaat dicirikan oleh fungsi utilitas *Coefficient of Relative Risk Aversion* (CRRA), di mana γ menunjukkan parameter penghindaran risiko relatif. Selanjutnya, kami mengasumsikan $\gamma > 1$, yaitu, investor relatif menghindari risiko, yang masuk akal berdasarkan intuisi dan temuan studi empiris. Di sini, γ mengacu pada koefisien penghindaran risiko relatif dan merupakan konstanta. Sementara, batasan anggaran yang dihadapi investor adalah

$$a_{t+1} = [1 + (1 - \tau_t)r_t - \delta]s_t - c_{lt}$$

a_{t+1} adalah modal yang dibawa ke periode berikutnya, yang belum terkena risiko bencana, dan $\delta \in (0, 1)$ adalah tingkat depresiasi modal. Selain itu, s_t adalah modal resultan. Sehingga, pada saat terjadi bencana di desa, modal kesejahteraannya akan turun pada masa $t+1$, bahkan pada skala dampak tertentu kesejahteraan yang dibawa pada periode berikutnya akan bernilai 0. Resikonya, turunnya utilitas dari konsumsi penduduk pada saat tertentu terlebih sesaat setelah bencana.

Mitigasi Bencana Alam

Wilayah administrasi setingkat desa, menjadi lokasi yang langsung berhadapan dengan bencana alam dan wabah. Sementara, pembangunan desa pun dapat bersifat prefentif, mitigatif, serta pembangunan infrastruktur. Dari publikasi Statistik Potensi Desa Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2018), wilayah administrasi setingkat desa menjadi lokasi mitigasi. Mitigasi bencana alam berupa sistem peringatan dini bencana alam dan khusus tsunami, perlengkapan keselamatan (perahu karet, tenda, masker, dll.), rambu-rambu dan jalur evakuasi bencana, pembuatan, perawatan, atau normalisasi: sungai, kanal,

tanggul, parit, drainase, waduk, pantai, dll. Jika desa mengalami kejadian bencana, fasilitas mitigasi turut berperan dalam menahan dampak sekaligus pemulihan pasca bencana.

Ketahanan Pembangunan Desa

Ketahanan pembangunan desa dilihat dari besaran perubahan nilai Indeks pembangunan desa (IPD), yang menjadi ukuran pembangunan desa di Indonesia (Tarlani & Sirajuddin, 2020). Nilai ini merupakan target RPJMN 2015-2019 yang melihat pola perubahan status desa, yaitu mandiri, berkembang dan tertinggal. Sesuai amanah Undang-Undang Nomor 6/2014 tentang Desa, ada 4 aspek pembangunan desa, yaitu kebutuhan dan pelayanan dasar, lingkungan, serta pemberdayaan masyarakat. Pada pelayanan dasar antara lain meliputi fasilitas pendidikan, kesehatan, serta pembangunan infrastruktur dasar lainnya.

Pembangunan desa juga berperan sebagai jalan peningkatan kesejahteraan masyarakat, peningkatan kualitas hidup dan penanggulangan kemiskinan. Hasil sintesis tujuan Undang-undang tersebut, maka IPD dibangun menjadi 5 dimensi yang disesuaikan dengan ketersediaan data dalam data Podes 2014 dan 2018.

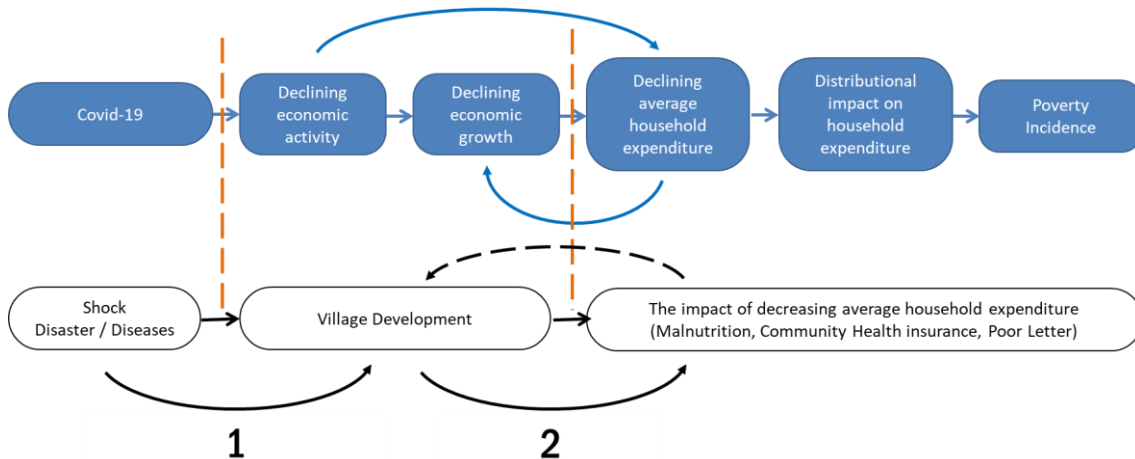
Pertama, mendekatkan fasilitas pelayanan dasar seperti fasilitas pendidikan seperti sekolah dan fasilitas kesehatan. Kedua, memberikan kemudahan akses pada kebutuhan dasar, seperti pengembangan ekonomi lokal, pemanfaatan sumberdaya alam. Ketiga, peraikan aksesibilitas atau transportasi untuk kemudahan akses dari dan ke desa. Keempat, Memberi kemudahan pada pelayanan umum. Kelima, penyelenggaraan pemerintahan di desa sebagai pendekatan pelayanan administratif yang diselenggarakan pemerintah desa.

Fasilitas layanan dasar yang terangkum dalam IPD ini merupakan transmisi untuk meningkatkan kesejahteraan warga desa. Sehingga, *shock* akibat bencana dan wabah dapat bersifat langsung dan tidak langsung terhadap warga desa. Dampak kejadian yang bersifat langsung bagi warga desa yang menjadi korban bencana dan wabah, sementara dampak tidak langsung melalui berkurangnya aksesibilitas warga pada aktivitas perekonomiannya.

METODA

Bencana alam dan wabah tidak berdampak langsung pada kesejahteraan, namun berdampak langsung pada pembangunan, terutama infrastruktur. Sementara, meski wabah tidak berhubungan langsung dengan bencana alam, namun kerusakan lingkungan akibat bencana alam mampu menjadi penyebab penyakit menular yang berakibat pada wabah. Sehingga, wabah dan bencana yang terjadi di desa memiliki potensi menurunkan hasil pembangunan desa, baik secara langsung dari sisi akses terhadap infrastruktur maupun

secara tidak langsung terhadap meningkatnya kejadian gizi buruk, meningkatkan jaminan kesehatan masyarakat yang dikeluarkan pemerintah, serta meningkatnya jumlah surat miskin yang dikeluarkan oleh desa.



Sumber: dimodifikasi dari Suryahadi, Izzati, & Suryadarma, 2020

Gambar 4. Alur Pikir Hubungan antara Bencana alam dan Wabah pada Pembangunan

Model Ekonometrika

Pada kajian ini kasus utilitas *a constant relative risk aversion* (CRRA) berasal dari motif tabungan kehati-hatian (Motoyama, 2017). Ketika p meningkat, investor menabung lebih banyak jika terjadi bencana, yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, agen ekonomi mengurangi simpanan pencegahan karena probabilitas bencana yang lebih tinggi menyertai biaya pencegahan yang lebih tinggi sehingga mengurangi kerusakan. Dari asumsi dan permasalahan yang dihadapi agen ekonomi, maka pendekatan empiris pada kajian ini mengikuti pola (Songwathana, 2018) yang digunakan oleh Motoyama, (2017); Wu et al., (2020) melalui fungsi dari:

$$Z = f(D_i, M_i, K_i, L_i) \quad (\text{persamaan 1})$$

Baik/buruknya pembangunan desa (Z) sebagai fungsi kejadian bencana dan wabah (D_i), mitigasi (M_i), investasi usaha (K_i), serta penawaran tenaga kerja (L_i). Kemudian nilai estimasi parameternya dengan menggunakan pendekatan data panel tahun 2014 dan 2018. Data variabel endogen yang dibutuhkan antara lain *outcome* langsung dari *shock* maupun tak langsung seperti dampak ekonomi, sosial, dll (Wu et al., 2020). Sehingga, pada kajian ini menggunakan fungsi linier berikut.

$$Z_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 D_{1it} + \beta_2 D_{2it} + \beta_3 DM_{1it} + \beta_4 DM_{2it} + \beta_5 K_{it} + \beta_6 L_{it} + \varepsilon_{it} \quad (\text{persamaan 2})$$

Dimana D_1 merupakan sebaran kejadian bencana alam di tiap desa, D_2 sebaran kejadian wabah disetiap desa, DM_1 dummy data mitigasi dimana desa tanpa mitigasi bencana berkode 1, DM_2 merupakan dummy mitigasi wabah dimana desa tanpa mitigasi berkode 1, L merupakan tenaga kerja yang tersedia di desa yang di proksi dari jumlah penduduk, serta K merupakan pelaku usaha yang ada di desa yang diproksi dari dua hal, yaitu usaha pertanian dan jumlah usaha kecil dan mikro.

Analisa data pada kajian ini menggunakan analisis data panel untuk melihat dampak bencana dan wabah terhadap pembangunan desa. Pendekatan ini diharapkan dapat membuka informasi yang konsisten antara hubungan bencana dan wabah yang terjadi pada tahun 2014 dan 2018, jika dilihat dari pembangunan desa.

Jenis dan Sumber Data

Menyelesaikan kajian ini, penulis menggunakan sumber data panel dari seluruh desa-desa di Indonesia yang bersumber dari data Potensi Desa (Podes) 2014 dan 2018. Pada data Podes menyediakan informasi mitigasi bencana alam dan wabah di desa-desa di Indonesia. Informasi selain mitigasi pada sumber data ini dapat dijadikan kontrol variabel yang merujuk teori pada bagian sebelumnya. Diantaranya informasi karakteristik desa seperti sumber utama pendapatan, informasi tentang penduduk. Selengkapnya terdapat dalam Lampiran A.1.

Validasi Model

Tahapan untuk menunjukkan bahwa hasil-hasil regresi kuat dengan memodelkan variabel *interest* secara bertahap ditambahkan variable kontrol, tujuannya untuk memeriksa kestabilan arah *variable of interest* sekaligus memeriksa apakah ada *omitted variable bias*. Selanjutnya kami membuat model dengan memasukkan tingkat kesulitan geografis desa desa sebagai *vector control* wilayah, tujuannya untuk memeriksa kestabilan arah *variable of interest*. Akhirnya, hasil dan temuan dari semua model yang diperiksa memberikan pola yang konsisten di berbagai model. Singkatnya, hasil uji konsistensi parameter dengan beberapa model, menunjukkan hasil yang konsisten dampak bencana alam dan wabah terhadap pembangunan desa. Selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran A.2.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tes Uji Panel

Pengujian awal dilakukan untuk menjadi pijakan model ekonometrika yang digunakan, dilakukan dengan beberapa tahap pengujian. Penentuan model panel antara *fixed effect model* atau *random effect model*, dilakukan dengan Hausman test. Selanjutnya, untuk melihat konsistensi arah parameter yang dihasilkan dilakukan dengan validasi model untuk memastikan tidak terjadi *omitted variable bias*. Hausman test dilakukan diperoleh output berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Hausman Test

IPD					Malnutrisi				
	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.		Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fem	(B) rem				(b) fem	(B) rem		
Area_Disea-s	-.3644808	.0239223	-.388403	.0362869	Area_Disea-s	.0129509	.0094669	.003484	.0024075
Area_Disea-r	.4818074	.5470127	-.0652053	.0169326	Area_Disea-r	.008752	.0136086	-.0048565	.0011121
Unmit_Disea-s	-7.571045	-7.217241	-.3538046	.0365395	Unmit_Disea-s	.0035005	-.0014513	.0049518	.0023777
Unmit_Disea-r	-.7204111	-2.389676	1.669265	.0452939	Unmit_Disea-r	.0077172	.0344912	-.026774	.0029519
Victim_Dis-r	-.0134979	-.0105316	.0029663	.0023953	Victim_Dis-r	.0000238	-.0000127	.0000364	.0001595
Victim_Dis-s	-.0252158	-.0248686	-.0003473	.0020202	Victim_Dis-s	.0006936	.0006925	1.15e-06	.0001347
pop	.0004363	.0006534	-.0002171	4.44e-06	pop	-1.59e-06	-2.72e-06	1.13e-06	2.82e-07
agriculture	-8.482342	-8.865244	-.382902	.0527324	agriculture	-.0156558	.016524	-.0008682	.0034596
firm	-.0003882	.0077421	-.0081303	.0002195	firm	-.0000128	-.0000396	.0000268	.0000144

Jamkesda/Jamkesmas					Surat Miskin				
	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.		Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) fem	(B) rem				(b) fem	(B) rem		
Area_Disea-s	-1.391855	-1.243858	-.147997	.1540243	Area_Disea-s	.0969309	.1882855	-.0913545	.035931
Area_Disea-r	.2368308	.8699158	-.633085	.070976	Area_Disea-r	.0912749	.2663137	-.1750388	.0165539
Unmit_Disea-s	-.4032537	-.155414	-.5586677	.1515013	Unmit_Disea-s	.1228789	.0641731	.0587058	.0353287
Unmit_Disea-r	.9038497	2.11731	-1.21346	.1878343	Unmit_Disea-r	.0519785	.4234774	-.3714989	.0438005
Victim_Dis-s	.0043773	.0016715	.0027059	.0102102	Victim_Dis-s	-.0017515	-.0017671	.0000157	.002382
Victim_Dis-r	.0465342	.0382564	.0082778	.0086181	Victim_Dis-r	.0073866	.0012224	.0061641	.0020106
pop	-.0004458	-.0003956	-.0000502	.0000178	pop	-.0000649	-.0000858	.0000209	4.15e-06
agriculture	8.567545	7.878154	.6893907	.2209928	agriculture	.4483689	.2084098	.2399591	.0515433
firm	.0067184	.0189943	-.0122759	.0009209	firm	.000526	-.0004943	.0010203	.0002148

Sumber: diolah dari data Potensi Desa (Podes) 2018

Hasil uji hausman test menunjukkan bahwa *fixed effect* model pada analisis data panel dapat digunakan untuk menghitung dampak bencana alam dan wabah terhadap pembangunan desa. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas dari model kurang dari taraf signifikansi alpha (0,05).

Hasil dan Pembahasan

Terdapat tiga poin menarik yang dapat menjadi bahan diskusi hasil penghitungan ekonometrika pada kajian ini, pertama kejadian wabah dalam jangka pendek berdampak

pandemi pada pembangunan desa. Kedua, kejadian bencana alam, dalam jangka pendek membuka peluang pembangunan infrastruktur desa. Ketiga, desa yang tidak memiliki fasilitas mitigasi, baik mitigasi bencana alam maupun wabah, memiliki potensi dampak pandemi pada pembangunan desa. Keempat, hubungan wabah dan bencana terhadap pembangunan desa, memiliki pola yang berbeda antar desa, jika dilihat dari status pembangunan desa. Kelima, kejadian bencana dan wabah memiliki hubungan dengan peningkatan gizi buruk, peningkatan jaminan kesehatan yang diterima warga desa, serta peningkatan surat miskin yang dikeluarkan oleh desa. Hasil estimasi dari masing-masing parameter diperoleh persamaan berikut.

Tabel 2. Hasil Analisis Data Panel dengan Fixed Effect Model

	Fixed Effect				Random Effect			
	(1) IPD	(2) Malnutrition	(3) Health_Ins-e	(4) Poor_Letter	(5) IPD	(6) Malnutrition	(7) Health_Ins-e	(8) Poor_Letter
Area_Disea-s	-0.36448*** (0.07107)	0.01295*** (0.00411)	-1.39186*** (0.22478)	0.09693* (0.05213)	0.02392 (0.06111)	0.00947*** (0.00333)	-1.24386*** (0.16372)	0.18829*** (0.03777)
Area_Disa-r	0.48181*** (0.03207)	0.00875*** (0.00186)	0.23683** (0.10144)	0.09127*** (0.02352)	0.54701*** (0.02724)	0.01361*** (0.00149)	0.86992*** (0.07247)	0.26631*** (0.01671)
Unmit_Dise-s	-7.57105*** (0.06703)	0.00350 (0.00388)	-0.40325* (0.21199)	0.12288** (0.04916)	-7.21724*** (0.05620)	-0.00145 (0.00306)	0.15541 (0.14828)	0.06417* (0.03419)
Unmit_Disa-r	-0.72041*** (0.08357)	0.00772 (0.00483)	0.90385*** (0.26428)	0.05198 (0.06129)	-2.38968*** (0.07023)	0.03449*** (0.00383)	2.11731*** (0.18591)	0.42348*** (0.04287)
Victim_Dis-r	0.01350*** (0.00475)	0.00002 (0.00027)	0.00438 (0.01503)	-0.00175 (0.00348)	0.01053*** (0.00410)	-0.00001 (0.00022)	0.00167 (0.01102)	-0.00177 (0.00254)
Victim_Dis-s	-0.02522*** (0.00402)	0.00069*** (0.00023)	0.04653*** (0.01270)	0.00739** (0.00295)	-0.02487*** (0.00347)	0.00069*** (0.00019)	0.03826*** (0.00933)	0.00122 (0.00215)
pop	0.00044*** (0.00001)	-0.00000*** (0.00000)	-0.00045*** (0.00002)	-0.00006*** (0.00001)	0.00065*** (0.00001)	-0.00000*** (0.00000)	-0.00040*** (0.00002)	-0.00009*** (0.00000)
agriculture	-8.48234*** (0.09952)	0.01566*** (0.00576)	8.56754*** (0.31473)	0.44837*** (0.07299)	-8.86524*** (0.08440)	0.01652*** (0.00460)	7.87815*** (0.22409)	0.20841*** (0.05168)
firm	-0.00039 (0.00042)	-0.00001 (0.00002)	0.00672*** (0.00132)	0.00053* (0.00031)	0.00774*** (0.00035)	-0.00004** (0.00002)	0.01899*** (0.00094)	-0.00049** (0.00022)
_cons	69.61017*** (0.11139)	0.03013*** (0.00644)	25.67817*** (0.35228)	3.42196*** (0.08170)	68.98019*** (0.09839)	0.03054*** (0.00536)	24.86055*** (0.25488)	3.56620*** (0.05874)
N	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000
F	4162.79292	12.26594	204.86198	37.43145				
chi2					78933.45824	388.71214	4079.82814	1441.15102
p	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
r2	0.31313	0.00134	0.02194	0.00408				

Sumber: diolah dari data Potensi Desa (Podes) 2014 dan 2018

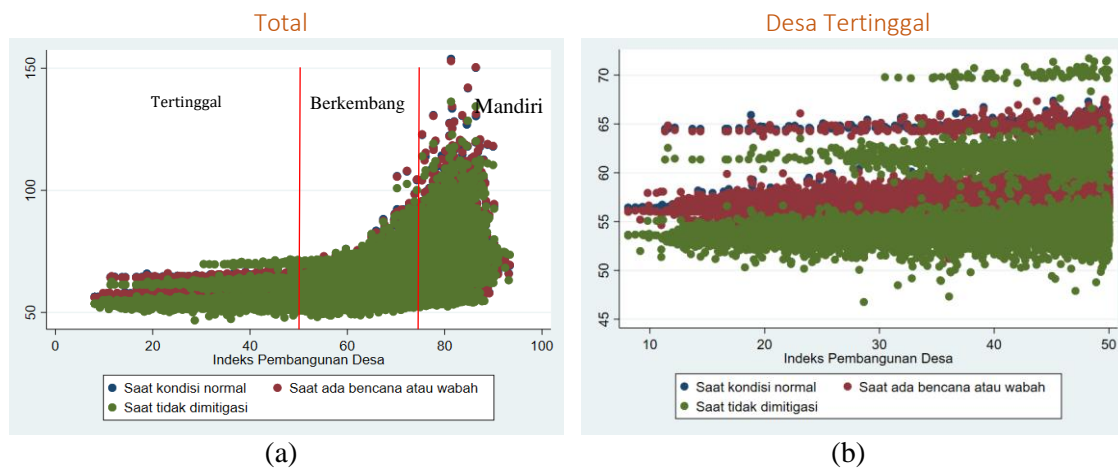
Pertama, semakin banyak jenis wabah yang terjadi di desa berdampak pada menurunnya pembangunan desa. Hasil analisis data panel pada kajian ini memberi gambaran apabila desa mengalami penambahan satu kejadian wabah dalam satu tahun terakhir, maka pembangunan desa akan berkurang sebesar 0,36448 dari skala 0-100. Hal ini diperkuat, pada saat diukur dengan desa-desa yang menjadi lokasi bencana banjir (Tabel 8.1, Lampiran 8), bahwa kejadian wabah demam berdarah yang terjadi setelah bencana banjir berpotensi menurunkan perkembangan pembangunan desa sebesar -1,31782. Hal ini sejirama dengan penelitian yang dilakukan Goenka & Liu, (2020), yaitu penyakit menular berpotensi menurunkan pembangunan yang ditransmisikan melalui akumulasi modal manusia. Dampaknya, pada berkurangnya jumlah tenaga kerja dan investor juga berkurang, padahal penduduk menjadi sumber tenaga kerja dari pembangunan, sehingga dampak

buruk wabah yang tidak diantisipasi juga akan menurunkan pembangunan secara keseluruhan (Brinkmann, 1994). Sementara, dalam jangka pendek menurunnya mobilitas penduduk akibat pandemi, hasil pembangunan pun akan semakin berkurang (Esterwood & Saeed, 2020).

Kedua, semakin banyak bencana yang terjadi di desa memberi peluang terbukanya jenis-jenis pembangunan baru yang bersifat fisik di desa. Hasil analisis data panel pada kajian ini memberi gambaran peningkatan satu kejadian bencana pembangunan desa akan meningkat sebesar 0,48181 dari skala 0-100. Sayangnya, peluang terbukanya pembangunan desa ini diawali oleh kerusakan akibat bencana. Sehingga, perkembangan pembangunan desa yang mengalami bencana pun menjadi tidak signifikan (Tabel 2). Hasil kajian ini seirama dengan Guo et al., (2015), yang menunjukkan bahwa bencana alam secara keseluruhan tidak berdampak signifikan terhadap pembangunan di China dari tahun 1985–1998. Bencana alam yang memiliki potensi merusak infrastruktur, sekaligus memberi peluang terbukanya lapangan kerja baru dan perbaikan infrastruktur dari kerusakan (Kirchberger, 2017), tenaga kerja sektor pertanian dialihkan ke sektor konstruksi meningkatkan produk marjinal tenaga kerja di pertanian, potensinya mampu menurunkan kemiskinan. Menurut Klomp & Valckx (2014), bahwa terdapat efek pandemi dari bencana alam, meskipun besarannya berbeda antar jenis bencana. Seperti, bencana lumpur lapindo yang tidak hanya menurunkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan, karena sekaligus menghilangkan banyak desa di dalam wilayah yang terdampak (McMichael, 2009).

Ketiga, desa yang tidak memiliki fasilitas mitigasi, baik mitigasi bencana alam maupun wabah, memiliki dampak pandemi pada pembangunan desa. Hasil empiris pada kajian ini menunjukkan, desa tanpa mitigasi wabah memiliki dampak sebesar $-7,57105$, sementara desa tanpa mitigasi bencana alam memiliki parameter sebesar $-0,72041$. Hal ini mengindikasikan kejadian wabah yang terjadi setelah bencana memberi dampak tambahan pada perkembangan pembangunan desa (Tabel 2). Sehingga perlu mitigasi untuk mengurangi kerugian akibat bencana (Wu et al., 2020), baik dilakukan oleh pemerintah maupun swasta. Sementara, pada situasi darurat, kurangnya kesadaran, dan pengetahuan yang terbatas tentang risiko kesehatan, membuat korban bencana juga lebih rentan terhadap penyakit menular (Pascapurnama et al., 2018), sehingga kondisi pandemi pasca bencana akan semakin memperparah dampak pandemi pada pembangunan. Sementara, mitigasi terhadap bencana yang dilaksanakan saat ini ternyata memiliki dampak jangka panjang dan berkelanjutan (Hasegawa & Matsuoka, 2015), terutama hematnya biaya

pemulihan pasca bencana. Sehingga, langkah mitigasi sangat penting untuk menghadapi bencana di masa depan, terutama elemen perencanaan kota seperti rencana induk, perencanaan tata ruang, strategi pengembangan kota, dll. (Leitmann, 2007). Keterbatasannya, kegiatan mitigasi lebih banyak dilaksanakan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) (Watts et al., 2019).



Sumber: diolah dari data *Potensi Desa (Podes) 2014 dan 2018*

Gambar 5. Prediksi Pembangunan Desa saat Bencana di Desa Tertinggal

Keempat, bencana dan wabah memiliki dampak pada pembangunan desa, namun polanya berbeda antara desa tertinggal, berkembang, dan mandiri. Secara umum (Gambar 4.b), desa-desa yang memiliki kategori tertinggal akan semakin banyak desa terjatuh cukup dalam pembangunan desanya. Namun, variasi yang cukup besar pada desa dengan status berkembang. Gambar 4.a menunjukkan, desa-desa berkembang saat tidak dimitigasi memiliki pola pembangunan desa cukup bervariasi, dan banyak juga yang hasil estimasinya jauh lebih tinggi dari nilai pembangunan desanya. Sementara, pada desa mandiri, tidak ada perbedaan pembangunannya antara desa yang dimitigasi dan tidak dimitigasi.

Terakhir, transmisi dari kerusakan lingkungan akibat bencana alam memiliki hubungan yang searah yang signifikan pada kejadian peningkatan gizi buruk, peningkatan jaminan kesehatan yang diterima warga desa, serta peningkatan surat miskin yang dikeluarkan oleh desa. Sementara, kejadian wabah memiliki potensi berhubungan searah dengan kejadian gizi buruk dan peningkatan surat miskin yang dikeluarkan oleh desa.

SIMPULAN

Dari hasil kajian ini, pembangunan desa berat untuk bertahan dari bencana dan wabah jika keduanya tidak dimitigasi. Fasilitas mitigasi di desa dapat menjadi salah satu

jalan ketahanan pembangunan desa dari kejadian bencana dan wabah. Sehingga, desa menjadi lokasi strategis untuk intervensi mitigasi yang tepat dan langsung berhadapan dengan masyarakat, sehingga keberadaan fasilitas mitigasi urun memengaruhi pembangunan desa. Sementara itu, desa yang tidak memiliki fasilitas mitigasi berasosiasi positif dengan peningkatan jumlah penduduk miskin di desa.

Fasilitas dan kegiatan mitigasi terjadi bagian dari ketahanan pembangunan desa, terutama mempercepat pemulihan pasca bencana dan wabah. Mitigasi pada kajian ini meliputi sistem peringatan dini, perlengkapan keselamatan (perahu karet, tenda, masker, dll.), rambu-rambu dan jalur evakuasi bencana, pembuatan, perawatan, atau normalisasi: sungai, kanal, tanggul, parit, drainase, waduk, pantai, dll. Jika desa mengalami kejadian bencana, fasilitas mitigasi turut berperan dalam menahan dampak sekaligus pemulihan pasca bencana.

Pentingnya fasilitas dan kegiatan mitigasi, dipertegas dalam kajian ini setidaknya dalam empat hal. Pertama, semakin banyak jenis wabah yang terjadi di desa berdampak pada menurunnya pembangunan desa. Kedua, desa yang mengalami kejadian bencana alam dapat menjadikan kegiatan pembangunan fasilitas mitigasi dan pemulihan pasca bencana menjadi bagian dari kegiatan padat karya di desa. Ketiga, desa yang tidak memiliki fasilitas mitigasi, baik mitigasi bencana alam maupun wabah, akan mengalami kontraksi yang lebih dalam pembangunan desa, dan keduanya berdampak negatif pada pembangunan desa. Di sisi lain, desa tanpa mitigasi wabah memiliki dampak sepuluh kali lipat yang lebih dalam dibandingkan desa tanpa mitigasi bencana alam. Keempat, desa dengan status tertinggal yang tidak memiliki mitigasi bencana alam mengalami kontraksi terdalam, jika terjadi bencana atau wabah. Transmisinya, turunnya pembangunan desa ini berpotensi memperburuk kesejahteraan warga sehingga memiliki potensi meningkatnya kasus kejadian gizi buruk, meningkatnya penerima jaminan kesehatan, serta jumlah surat miskin yang dikeluarkan oleh desa.

Keterbatasan

Pada kajian ini, menggunakan beberapa asumsi yang perlu dijadikan pijakan. Pertama besaran bencana dan dampaknya pada kajian ini masih dianggap sama, sehingga keterbatasan ini perlu diurai pada penelitian berikutnya yang lebih spesifik dengan membedakan besaran dampak dari bencana. Kedua, wabah dan bencana dianggap sebagai kejadian yang terpisah meski terjadi pada tahun yang sama, sehingga untuk memastikan dampak yang lebih spesifik perlu diukur juga apakah wabah yang terjadi merupakan efek

runtutan dari bencana alam ataukah kejadian yang terpisah dari bencana. Kajian ini pijakan untuk mengawali beberapa kajian berikutnya yang lebih spesifik, dan kepentingan dasar pijakan ketahanan desa pasca bencana dan wabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). Statistik Potensi Desa Indonesia. Badan Pusat Statistik.
- Brinkmann, U. K. (1994). Economic Development and Tropical Disease. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 740(1), 303–311. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1994.tb19882.x>
- Costanza, R., & Farley, J. (2007). Ecological economics of coastal disasters: Introduction to the special issue. *Ecological Economics*, 63(2–3), 249–253. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.03.002>
- Douenne, T. (2020). Disaster risks, disaster strikes, and economic growth: The role of preferences. *Review of Economic Dynamics*, 1, 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.red.2020.04.007>
- Esterwood, E., & Saeed, S. A. (2020). Past Epidemics, Natural Disasters, COVID19, and Mental Health: Learning from History as we Deal with the Present and Prepare for the Future. *Psychiatric Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11126-020-09808-4>
- Goenka, A., & Liu, L. (2020). Infectious Diseases, Human Capital and Economic Growth. *Economic Theory*, 70(1). <https://doi.org/10.1007/s00199-019-01214-7>
- Guo, J., Liu, H., Wu, X., Gu, J., Song, S., & Tang, Y. (2015). Natural Disasters, Economic Growth and Sustainable Development in China-An Empirical Study Using Provincial Panel Data. *Sustainability (Switzerland)*, 7(12), 16783–16800. <https://doi.org/10.3390/su71215847>
- Hao, Y., Su, H., & Zhu, X. (2020). Rare disaster concerns and economic fluctuations. *Economics Letters*, 195, 109454. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2020.109454>
- Hasegawa, T., & Matsuoka, Y. (2015). Climate change mitigation strategies in agriculture and land use in Indonesia. 409–424. <https://doi.org/10.1007/s11027-013-9498-3>
- Kirchberger, M. (2017). Natural disasters and labor markets. *Journal of Development Economics*, 125(November 2016), 40–58. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2016.11.002>
- Klomp, J., & Valckx, K. (2014). Natural Disasters and Economic Growth: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 26(1), 183–195. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.02.006>
- Leitmann, J. (2007). Cities and calamities: Learning from post-disaster response in Indonesia. *Journal of Urban Health*, 84(SUPPL. 1), 144–154. <https://doi.org/10.1007/s11524-007-9182-6>
- Manyena, B., Machingura, F., & O’Keefe, P. (2019). Disaster Resilience Integrated Framework for Transformation (DRIFT): A new approach to theorising and operationalising resilience. *World Development*, 123, 104587. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.06.011>
- McMichael, H. (2009). The lapindo mudflow disaster: Environmental, infrastructure and economic impact. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 45(1), 73–83. <https://doi.org/10.1080/00074910902836189>
- Mochizuki, J., Mechler, R., Hochrainer-Stigler, S., Keating, A., & Williges, K. (2014). Revisiting the “disaster and development” debate - Toward a broader understanding of macroeconomic risk and resilience. *Climate Risk Management*, 3, 39–54. <https://doi.org/10.1016/j.crm.2014.05.002>
- Motoyama, T. (2017). Optimal disaster-preventive expenditure in a dynamic and stochastic model. *Journal of Macroeconomics*, 51, 28–47. <https://doi.org/10.1016/j.jmacro.2016.11.005>

- Nadjib, M. (2019). The economic burden of dengue in Indonesia. *International Pest Control*, 61(2), 90–91. <https://doi.org/10.1371/journal.pntd.0007038>
- Oldekop, J. A., Horner, R., Hulme, D., Adhikari, R., Agarwal, B., Alford, M., Bakewell, O., Banks, N., Barrientos, S., Bastia, T., Bebbington, A. J., Das, U., Dimova, R., Duncombe, R., Enns, C., Fielding, D., Foster, C., Foster, T., Frederiksen, T., ... Zhang, Y. F. (2020). COVID-19 and the case for global development. *World Development*, 134, 105044. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105044>
- Pascapurnama, D. N., Murakami, A., Chagan-Yasutan, H., Hattori, T., Sasaki, H., & Egawa, S. (2018). Integrated health education in disaster risk reduction: Lesson learned from disease outbreak following natural disasters in Indonesia. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 29(March 2017), 94–102. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2017.07.013>
- Scanlon, J., & McMahon, T. (2011). Dealing with mass death in disasters and pandemics: Some key differences but many similarities. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 20(2), 172–185. <https://doi.org/10.1108/09653561111126102>
- Songwathana, K. (2018). The Relationship between Natural Disaster and Economic Development: A Panel Data Analysis. *Procedia Engineering*, 212(2017), 1068–1074. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2018.01.138>
- Suryahadi, A., Al Izzati, R., & Suryadarma, D. (2020). Estimating the Impact of Covid-19 on Poverty in Indonesia*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 0(0), 1–34. <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1779390>
- Tarlani, & Sirajuddin, T. (2020). Rural development strategies in Indonesia: Managing villages to achieve sustainable development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 447(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/447/1/012066>
- Watts, J. D., Tacconi, L., Hapsari, N., Irawan, S., Sloan, S., & Widiastomo, T. (2019). Incentivizing compliance: Evaluating the effectiveness of targeted village incentives for reducing burning in Indonesia. *Forest Policy and Economics*, 108(98), 101956. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2019.101956>
- Wu, X., Wang, Z., Gao, G., Guo, J., & Xue, P. (2020). Disaster probability, optimal government expenditure for disaster prevention and mitigation, and expected economic growth. *Science of the Total Environment*, 709, 135888. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.135888>
- Zimmermann, M., & Keiler, M. (2015). International Frameworks for Disaster Risk Reduction: Useful Guidance for Sustainable Mountain Development. *Mountain Research and Development*, 35(2), 195–202. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-15-00006.1>

Lampiran**Lampiran A.1****Variabel Penelitian**

Variabel	Keterangan	Sumber Data
Endogen:		
IPD	Hasil pembangunan desa yang dinilai dari Indeks Pembangunan Desa (IPD)	BPS 2014, 2018
Malnutrition	Jumlah penderita gizi buruk per desa	Podes 2014, 2018
Health_Insurance	Jumlah penduduk yang mendapatkan fasilitas jaminan kesehatan per desa	Podes 2014, 2018
Poor_Letter	Jumlah surat miskin yang dikeluarkan desa	Podes 2014, 2018
Exogen		
Area_Disaster	Jumlah bencana yang terjadi di desa, yang terdiri dari kejadian tanah longsor, banjir, banjir bandang, gempa bumi, tsunami, gelombang pasang laut, angin puyuh/puting beliung/topan, gunung meletus, kebakaran hutan dan lahan, serta kekeringan (lahan)	Podes 2014 dan 2018 / data 2013, 2017
Area_Diseases	Jumlah wabah yang terjadi di desa, yang terdiri dari wabah muntaber/diare, demam berdarah, campak, malaria, flu burung/SARS, hepatitis E, difteri, chikungunya, leptospirosis, kolera, dll.)	Podes 2014 dan 2018 / data 2013, 2017
Interest:		
Unmit_Disaster	Dummy desa yang tidak memiliki mitigasi bencana alam (1: Tidak memiliki mitigasi bencana alam, 0 : memiliki perlengkapan mitigasi bencana alam). Mitigasi berupa Sistem peringatan dini bencana alam dan khusus tsunami, Perlengkapan keselamatan, seperti perahu karet, tenda, masker, dll. Kemudian rambu-rambu dan jalur evakuasi bencana, Pembuatan, perawatan, atau normalisasi sungai, dll.	Podes / 2014, 2018
Unmit_Diseases	Dummy mitigasi wabah (1: tidak ada puskesmas atau pustu di desa, 0: ada puskesmas/pustu di desa)	Podes 2014, 2018
Victim_Disaster	Jumlah korban terdampak bencana alam	Podes 2014, 2018
Victim_Diseases	Jumlah korban wabah	Podes 2014, 2018
Kontrol:		
Population	Jumlah penduduk di desa	Podes 2014, 2018
Agriculture	Dummy desa yang sebagian besar penduduk desa/kelurahan berasal dari pertanian	Podes 2014, 2018
Firm	Jumlah industri mikro dan kecil yang ada di desa	Podes 2014, 2018

Lampiran A.2

Uji konsistensi parameter dengan beberapa model

	(1) IPD	(2) IPD	(3) IPD	(4) Malnutrition	(5) Health Ins~e	(6) Poor Letter	(7) Poverty
Area_Disas~r	0.60181*** (0.03394)	0.60166*** (0.03394)	0.60288*** (0.02995)	0.01752*** (0.00151)	0.86554*** (0.07255)	0.25912*** (0.01671)	0.45710*** (0.02482)
Area_Disea~s	0.68932*** (0.06226)	0.85610*** (0.07681)	0.29140*** (0.06774)	0.00924*** (0.00341)	-1.26628*** (0.16394)	0.18462*** (0.03776)	0.17699*** (0.06266)
Unmit_Dise~s	-8.67357*** (0.06845)	-8.67801*** (0.06846)	-6.86049*** (0.06117)	-0.03364*** (0.00320)	0.88071*** (0.15353)	0.28220*** (0.03537)	-0.01821 (0.05689)
Unmit_Disa~r	-4.32037*** (0.08700)	-4.32044*** (0.08699)	-3.53332*** (0.07676)	0.03042*** (0.00389)	2.57053*** (0.18693)	0.55748*** (0.04306)	0.69459*** (0.07075)
Victim_Dis~r		0.00988* (0.00518)	0.00820* (0.00456)	0.00000 (0.00023)	0.00066 (0.01105)	-0.00203 (0.00254)	-0.00390 (0.00390)
Victim_Dis~s		-0.01626*** (0.00439)	-0.02386*** (0.00387)	0.00058*** (0.00019)	0.03986*** (0.00936)	0.00153 (0.00216)	-0.00430 (0.00404)
pop			0.00076*** (0.00001)	0.00000 (0.00000)	-0.00047*** (0.00002)	-0.00011*** (0.00000)	-0.00010*** (0.00001)
agriculture			-9.10549*** (0.09256)	-0.02256*** (0.00480)	8.71103*** (0.23040)	0.48411*** (0.05307)	2.53335*** (0.08439)
firm			0.01306*** (0.00039)	0.00000 (0.00002)	0.01871*** (0.00094)	-0.00098*** (0.00022)	0.00441*** (0.00038)
IPD				-0.00431*** (0.00012)	0.09693*** (0.00594)	0.03199*** (0.00137)	-0.13718*** (0.00228)
_cons	64.60696*** (0.05460)	64.60973*** (0.05460)	68.74957*** (0.10495)	0.32529*** (0.01001)	18.13548*** (0.48073)	1.37664*** (0.11074)	15.60095*** (0.18410)
N	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	166121.00000	83931.00000
F	7183.54832	4792.35085	9429.82835	173.86723	443.56942	206.64241	1156.45663
p	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000	0.00000
r2	0.14747	0.14756	0.33815	0.01036	0.02601	0.01229	0.12111

Sumber: diolah dari data Podes 2014 dan 2018

PEMENUHAN HAK EKONOMI BAGI PENYANDANG DISABILITAS DALAM MENDUKUNG PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN YANG INKLUSIF

Yuliana Primawardani,⁴¹

Penny Naluria Utami

Kementerian Hukum dan HAM RI.

Abstract

The limitations of persons with disabilities have the potential to get discriminatory treatment in fulfilling economic rights, so that they are often marginalized from the development process. The Law on Persons with Disabilities states the various rights possessed by persons with disabilities. In fact, not all persons with disabilities have the same opportunity to obtain these rights, especially those related to economic rights. . The research method used is juridical normative which describes the protection and fulfillment of economic rights for persons with disabilities. The results showed that inclusive education was still not implemented as expected. Likewise, the opportunity to work in the formal sector is still very minimal. This is due to the unpreparedness of various parties in accepting the presence of persons with disabilities. both in the education and employment sectors. The law on persons with disabilities has not been able to provide protection against discriminatory attempts that have occurred. Therefore, it can be concluded that the efforts to protect and fulfill the economic rights of persons with disabilities that have been carried out by the government have not been optimal, so it is necessary to involve various parties in planning, monitoring and evaluating the inclusion program.

Keywords: *Fulfillment of economic rights, Persons with Disabilities, Sustainable Development, inclusion*

Abstrak

Keterbatasan penyandang disabilitas dapat menjadi diskriminasi dalam pemenuhan hak ekonomi, sehingga seringkali terpinggirkan dalam proses pembangunan. UU Penyandang Disabilitas mengatur berbagai hak yang dimiliki oleh penyandang disabilitas. Faktanya, tidak semua penyandang disabilitas memiliki akses terhadap hak-hak tersebut, terutama yang terkait dengan hak ekonomi. Metode penelitian yang digunakan adalah norma hukum yang menjelaskan tentang perlindungan dan perwujudan hak ekonomi penyandang disabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan inklusif belum dilaksanakan sesuai harapan. Begitu pula dengan peluang bekerja di sektor formal yang masih kecil. Ini karena semua pihak belum siap menerima kehadiran penyandang disabilitas. Di bidang pendidikan dan ketenagakerjaan. Undang-undang disabilitas belum dapat memberikan perlindungan bagi upaya diskriminatif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa upaya pemerintah dalam melindungi dan mewujudkan hak ekonomi penyandang disabilitas belum optimal, sehingga perlu melibatkan semua pihak dalam perencanaan, pemantauan dan evaluasi terhadap program inklusi

Kata Kunci: *Pemenuhan Hak ekonomi, Penyandang Disabilitas, Pembangunan Berlanjutan, inklusi*

⁴¹ ima_dephum@yahoo.com

PENDAHULUAN

Pembangunan adalah salah satu hak yang tidak bisa dicabut (an inalienable right) serta harus dipenuhi dan dinikmati oleh seluruh masyarakat tanpa terkecuali (Komisi Nasional Hak Asasi Manusia, 2013). Dengan dasar bahwa setiap individu dan seluruh umat manusia memiliki hak untuk dapat berpartisipasi, berkontribusi dan menikmati pembangunan ekonomi, sosial, budaya serta politik, hal ini juga dijabarkan dalam Deklarasi Wina dan Program Aksi tahun 1993 (Komisi Nasional Hak Asasi Manusia, 2013). Selain itu pembangunan juga seharusnya dapat menjamin pemenuhan hak asasi manusia secara nyata, sebagaimana tertuang dalam Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia yang di dalamnya terdapat poin mengenai freedom of want (hak sipil dan politik) serta freedom of need (hak hak ekonomi dan sosial) (Hardi Alunaza & Nanang Khoirino, 2015). Hak atas pembangunan merupakan salah satu hak asasi yang fundamental serta berakar pada piagam PBB, Deklarasi Umum Hak Asasi Manusia, Kovenan Internasional tentang Hak – Hak Sipil dan Politik, dan Kovenan Internasional tentang Hak – Hak Ekonomi, Sosial dan Budaya (Komisi Nasional Hak Asasi Manusia, 2013).

Pembangunan Infrastruktur Indonesia seringkali mengalami kegagalan dalam memahami perubahan paradigma dan kepekaan terhadap pembangunan yang berkeadilan dan memihak kepada kelompok minoritas, salah satunya adalah penyandang disabilitas. Adapun Pembangunan Berkelanjutan merupakan agenda global yang disepakati bersama seluruh negara dengan tujuan untuk tidak meninggalkan seorompok dalam pembangunan. Upaya-upaya pembangunan harus mengedepankan dan mempromosikan prinsip-prinsip hak asasi manusia termasuk menghormati martabat manusia, non diskriminasi, partisipasi dan akuntabilitas. Salah satu kelompok yang masih mengalami hambatan struktural dan kultural dalam proses pembangunan adalah penyandang disabilitas.

Kekurangberdayaan masyarakat disabilitas terjadi akibat dari sistem yang belum berpihak. Jika situasi ini tidak diperbaiki maka negara akan menanggung konsekuensi biaya yang besar. Sebaliknya, dengan menitik beratkan program pembangunan pada pemberdayaan disabilitas akan meringankan beban pembiayaan jaminan sosial di masa yang akan datang sekaligus memberdayakan aset warga negara (Damanik, 2014). Kondisi tersebut berarti bahwa pemanfaatan sumber daya yang ada, khususnya sumber daya manusia harus dilakukan secara optimal tanpa adanya upaya diskriminatif dalam pembangunan, termasuk para penyandang disabilitas.

Penyandang disabilitas di beberapa negara maju, telah menjadi bagian dari prinsip keberagaman. sementara di Indonesia, masih terdapat beberapa persoalan mengenai persepsi yang salah terkait penyandang disabilitas dan jumlah penyandang disabilitasnya terus meningkat. Apalagi untuk perempuan penyandang disabilitas, mereka mengalami multidiskriminasi atas perspektif gender yang mereka sandang. Banyak kebijakan pemerintah yang menempatkan penyandang disabilitas sebagai objek dan penerima manfaat pembangunan.

Penyandang disabilitas merasa bahwa mereka tidak layak untuk berperan di lingkungan masyarakat karena mendapatkan stigma tersebut sedari kecil. Adapun stigma-stigma negatif tersebut berupa verbal bullying, diremehkan hingga ketidakpercayaan masyarakat bahwa penyandang disabilitas dapat melakukan apa yang mereka inginkan. Selain itu, rasa simpati atau kasihan yang ditujukan kepada penyandang disabilitas terkadang membuat mereka menjadi minder.

Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas menjadi suatu awal baru bagi para penyandang disabilitas untuk dapat memperoleh hak-haknya sebagaimana manusia non disabilitas sekaligus menegaskan bahwa penyandang disabilitas berhak untuk bebas stigma dan berhak penuh atas hak mereka, terutama peningkatan fasilitas dan kepekaan bagi penyandang disabilitas agar merasa aman dan nyaman.

Untuk membuat penyandang disabilitas menjadi aset pembangunan, maka penting untuk mengubah model penyandang disabilitas melalui rencana kebijakan. Dengan kata lain, kebijakan yang membentuk paradigma isu kesejahteraan sosial bagi penyandang disabilitas perlu dihapuskan, karena menghalangi “paradigma transisi” dari paradigma amal ke paradigma berbasis hak asasi manusia. Sebab, tentunya penyandang disabilitas tidak lagi menjadi “beban” pembangunan, tetapi menjadi partisipan dalam pembangunan, tentunya harus menyediakan akomodasi yang sesuai, tindakan afirmatif dan aksesibilitas dalam lingkungan yang nyata dan sosial. Secara konseptual, pembangunan inklusif didefinisikan untuk memastikan bahwa kelompok yang terpinggirkan atau eksklusif dilibatkan dalam proses pembangunan.

Menjadikan penyandang disabilitas sebagai aset pembangunan sangat bergantung pada sistem pendidikan yang ada untuk memenuhi kebutuhan penyandang disabilitas. Ini adalah salah satu tantangan utama yang dihadapi Indonesia karena kebijakan pendidikan masih meninggalkan penyandang disabilitas. Meskipun sudah ada kebijakan formal tentang

penyelenggaraan pendidikan inklusif dalam undang-undang, namun konsep pendidikan inklusif diterapkan secara terbatas dengan menandai sekolah inklusif. Artinya sekolah yang dapat melaksanakan pendidikan inklusi bagi penyandang disabilitas adalah sekolah yang berlabel sekolah inklusif. Meski demikian, rumusan kebijakan pendidikan khusus tersebut di atas belum mencerminkan sistem dan mekanisme pendidikan inklusif. Dalam tafsir Pasal 15 UU Sistem Pendidikan Nasional dijelaskan bahwa pendidikan luar biasa juga termasuk dalam sistem pendidikan inklusif. Ketentuan tentang pendidikan inklusi tertuang dalam Peraturan Menteri Pendidikan (PERMENDIKNAS Nomor 70 Tahun 2009 tentang Pendidikan Inklusif Bagi Peserta Didik yang Memiliki Kelainan dan Memiliki Potensi Kecerdasan dan/atau Bakat Istimewa pada jenjang pendidikan dasar dan menengah.

Dasar inilah yang melandasi penyelenggaraan pendidikan inklusif bagi anak dengan disabilitas, dalam nomenklatur yuridisnya disebut sebagai “anak yang memiliki kelainan”. Kebijakan tersebut secara nomenklatur belum mencerminkan inklusifitas Pendidikan karena peserta didik penyandang disabilitas disebut secara eksplisit sebagai anak yang memiliki “kelainan”. Hal ini menghambat proses pembentukan pandangan penyandang disabilitas yang lebih manusiawi, inklusif, non-diskriminatif dan non-stereotip dalam pendidikan. Kata “kelainan” sangat mendeskreditkan penyandang disabilitas, terutama terlebih nomenklatur tersebut disandingkan dengan nomenklatur anak “cerdas/bakat istimewa”, yang menimbulkan daya imajinasi superioritas paradigma kenormalan.

Definisi pendidikan inklusif di atas juga mengidentifikasi penyandang disabilitas sebagai individu bermasalah. Dengan kata lain, pandangan medis masih menjadi warna model kebijakan. Dalam konsep pendidikan inklusif bagi penyandang disabilitas tidak memperhatikan penyandang disabilitas, melainkan pada perilaku lingkungan sekitar penyandang disabilitas.

Mengenai kesempatan kerja bagi penyandang disabilitas sebenarnya dapat dikatakan belum mencapai tingkat keberagaman dan inklusi yang berkelanjutan. Artinya penyandang disabilitas di perusahaan tidak diposisikan sebagai individu dengan kemampuan yang setara dengan pekerja bukan penyandang disabilitas. Dengan kata lain, disabilitas pekerja tidak dianggap sebagai keberagaman dalam perusahaan, karena terdapat perbedaan budaya, agama, dan ras, sehingga nilai-nilai inklusif tidak dapat diterapkan di perusahaan.

Berkenaan dengan lapangan kerja inklusif bagi penyandang disabilitas, berbagai penelitian telah banyak dilakukan, termasuk International Labour Organization (ILO), yang

memaparkan bahwa tidak terserapnya penyandang disabilitas dalam lapangan kerja, menghilangkan tiga hingga tujuh persen dari PDB yang ada (International Labour Organization, 2013). Angka tersebut cukup signifikan apabila dikaitkan dengan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Penelitian-penelitian lainnya mengenai kesempatan kerja bagi penyandang disabilitas dilihat dari berbagai aspek, baik aspek internal penyandang disabilitas itu sendiri maupun aspek eksternal, seperti kebijakan, persepsi dan stigma, aksesibilitas, dan lain sebagainya. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, kondisi faktual masih banyak penyandang disabilitas yang belum mendapatkan lapangan kerja yang layak.

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan yang sekaligus menjadi target capaian adalah mewujudkan perdamaian masyarakat, memelihara keadilan, dan membangun tata kelola kelembagaan yang mencakup prinsip efektivitas, akuntabilitas, dan inklusif. Relevansi penyandang disabilitas dalam tujuan ini adalah untuk mewujudkan hak penyandang disabilitas atas keadilan ketika berhadapan dengan hukum. Selain itu, mengingat masih banyaknya birokrasi, kelembagaan yang kaku, dan sistem tata kelola kelembagaan yang tidak dapat diakses oleh penyandang disabilitas, maka diperlukan suatu sistem tata kelola kelembagaan yang lebih luas yang mencakup penyandang disabilitas.

Penyandang disabilitas yang dihadapkan pada hukum masih menemui kendala besar dari segi substansi hukum (materi KUHAP dan Hukum Acara Pidana), pandangan para penegak hukum yang kurang paham disabilitas, penegakan hukum yang kurang baik dan hunian yang layak. Berbagai karakteristik penyandang disabilitas sebenarnya dapat mendorong semua pihak yang terlibat dalam proses hukum untuk mengambil tindakan afirmatif. Hakim mengambil tindakan afirmatif berdasarkan tidak ada ketentuan hukum dalam undang-undang, kemudian mengubah tindakan tersebut menjadi putusan pengadilan yang dapat dijadikan preseden. Kasus ini dapat dijadikan rujukan untuk kasus penyandang disabilitas lainnya. Artinya dalam konteks penegakan hukum, khususnya dalam kasus penyandang disabilitas, untuk mencapai keadilan diperlukan paradigma kemajuan dan keberanian untuk mencapai terobosan hukum, sehingga menemukan hukum dan mencapai keadilan.

Atas dasar ini, mempelajari pentingnya mewujudkan hak ekonomi penyandang disabilitas dalam mencapai pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan adalah untuk menjamin kesejahteraan semua warga negara, termasuk penyandang disabilitas. Artikel ini bertujuan untuk menguraikan perubahan paradigma dalam pembangunan inklusif dan

berkelanjutan, dan berharap dapat membuka diskusi tentang inklusivitas dan memberikan layanan ramah bagi penyandang disabilitas di tingkat pusat dan daerah.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Hak Ekonomi sebagai bagian dari HAM

Ekonomi selau dikaitkan dengan kesejahteraan. Oleh karena itu hak ekonomi bagi seseorang atau sekelompok orang dapat diartikan sebagai hak untuk peningkatan taraf kehidupan manusia untuk mencapai kesejahteraan. Dalam hal ini terdapat beberapa pengertian dari hak ekonomi, yang salah satunya adalah hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan serta produk hak terkait (Elsi Kartika Sari & Advendi Simanunsong, 2008). Pengertian tersebut dikhususkan untuk hak cipta dan merupakan hak yang dimiliki oleh seseorang untuk memperoleh kesejahteraan. Morris Gisberg, pun mengemukakan bahwa Hak ekonomi merupakan bagian dasar manusia secara umum. Hak ini adalah hak mendapatkan kesejahteraan. Yang termasuk dalam hak ekonomi adalah (1) hak mendapatkan gaji atau upah yang adil, (2) hak mendapatkan jaminan kesehatan dan keselamatan kerja, (3) hak mendapatkan bagian bonus atau insentif karena prestasi (Sihotang, 2019). Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa hak ekonomi hanya dapat diperoleh melalui bekerja, sehingga hak yang harus diperoleh setiap orang yang bekerja tersebut mencakup gaji/upah, jaminan dan keselamatan kerja dan bonus karena prestasi kerja. Selain kedua pengertian tersebut, terdapat cakupan yang lebih luas mengenai hak ekonomi sebagaimana tercantum dalam Kovenan Internasional Hak-Hak Ekonomi, Sosial dan Budaya yang ditetapkan oleh Resolusi Majelis Umum PBB tertanggal 16 Desember 1966. Dalam kovenan tersebut dikemukakan 3 (tiga) hak yang termasuk dalam bagian dari hak ekonomi yaitu:

Pasal 6 angka 1

Negara Pihak dari Kovenan ini mengakui hak atas pekerjaan, termasuk hak semua orang atas kesempatan untuk mencari nafkah melalui pekerjaan yang dipilih atau diterimanya secara bebas, dan akan mengambil langkah-langkah yang memadai guna melindungi hak ini.

Pasal 11 angka 1

Negara Pihak pada Kovenan ini mengakui hak setiap orang atas standar kehidupan yang layak baginya dan keluarganya, termasuk pangan, sandang dan perumahan, dan atas perbaikan kondisi hidup terus menerus. Negara Pihak akan mengambil langkah-langkah

yang memadai untuk menjamin perwujudan hak ini dengan mengakui arti penting kerjasama internasional yang berdasarkan kesepakatan sukarela.

Pasal 13 angka 1

Negara-negara Pihak pada Kovenan ini mengakui hak setiap orang atas pendidikan. Mereka menyetujui bahwa pendidikan harus diarahkan pada perkembangan kepribadian manusia seutuhnya dan kesadaran akan harga dirinya, dan memperkuat penghormatan atas hak-hak asasi dan kebebasan manusia yang mendasar. Mereka selanjutnya setuju bahwa pendidikan harus memungkinkan semua orang untuk berpartisipasi secara efektif dalam suatu masyarakat yang bebas, meningkatkan rasa pengertian, toleransi serta persahabatan antar semua bangsa dan semua kelompok, ras, etnis atau agama, dan lebih memajukan kegiatan-kegiatan Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk memelihara perdamaian.

Dalam tiga definisi hak ekonomi, mengingat bahwa setiap orang memiliki hak dasar yang harus dilindungi dan direalisasikan oleh setiap orang, termasuk penyandang disabilitas, maka pasal ini menggunakan "Kovenan Internasional tentang Hak Ekonomi, Sosial dan Budaya". Dalam hal ini, ketiga hak yang merupakan ruang lingkup hak ekonomi tertuang dalam Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia dan peraturan teknis lainnya.

Penyandang Disabilitas

Istilah penyandang disabilitas adalah istilah yang dipopulerkan untuk mengganti istilah cacat, karena cacat mengandaikan sesuatu yang buruk. Walaupun demikian, dalam istilah disabilitas juga masih terdapat kata 'dis-' yang berarti 'tidak'. Oleh karena itu ada beberapa pihak yang mempopulerkan istilah baru, yaitu difabel (diffable), atau kependekan dari different abilities, atau kemampuan yang berbeda. Dengan menekankan kata 'different' atau 'berbeda', dapat dikatakan bahwa para penyandang disabilitas bukanlah orang yang tidak normal, melainkan berbeda saja (Andang L. Binawan, 2020). Penyandang disabilitas diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu pertama. kelompok kelainan secara fisik, yang terdiri dari tunanetra, tunadaksa, tunarungu, dan tunarungu wicara. Kedua, kelompok kelainan secara non-fisik, terdiri dari tunagrahita, autisme, dan hiperaktif. Ketiga, kelompok kelainan ganda, yaitu mereka yang mengalami kelainan lebih dari satu jenis kelainan (Akhmad Soleh, 2016). Dari ketiga jenis penyandang disabilitas tersebut, tulisan ini lebih menghususkan pada penyandang disabilitas dengan kelompok kelainan secara fisik, tanpa bermaksud mengabaikan jenis kelompok disabilitas lainnya. Hal ini mengingat jenis

penyandang disabilitas memiliki lingkup yang sangat luas, sehingga perlu mempersempit ruang lingkup pembahasannya.

Pembangunan Berkelanjutan yang Inklusif

Pembangunan berkelanjutan menjadi suatu konsep yang saat ini digunakan dalam upaya melaksanakan pembangunan secara melalui perencanaan yang tepat dengan mengoptimalkan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu negara, termasuk Indonesia. Dalam hal ini pembangunan berkelanjutan memiliki tujuan yang lebih kompleks dibanding Millennium Development Goals (MDGs) dengan menetapkan target pembangunan yang akan dicapai pada 2030. Dari 17 (tujuh belas) tujuan dari pembangunan berkelanjutan, terdapat beberapa poin yang relevan dikategorikan sebagai hak ekonomi dari penyandang disabilitas yang perlu memperoleh perlindungan, antara lain pada poin pertama yaitu *no poverty*, atau mengakhiri kemiskinan dalam segala bentuk di mana pun; poin keempat, yaitu *quality education*, atau memastikan pendidikan yang inklusif dan berkualitas secara, juga mendukung kesempatan belajar seumur hidup bagi semua; dan poin kedelapan yaitu *good jobs and economic growth*, atau mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, tenaga kerja penuh dan produktif, dan pekerjaan yang layak bagi semua (Muhammad Sigit A.R., 2020). Beberapa poin perlu mendapat perhatian mengingat terdapat prinsip inklusif dalam pembangunan berkelanjutan yang berupaya melibatkan banyak pihak untuk pencapaian tujuan, termasuk penyandang disabilitas. Hal ini sebagaimana yang ditetapkan dalam Pasal 1 angka 11 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2019 Tentang Perencanaan, Penyelenggaraan, Dan Evaluasi Terhadap Penghormatan, Pelindungan, Dan Pemenuhan Hak Penyandang Disabilitas yang mengemukakan, "Pembangunan Inklusif Disabilitas adalah pembangunan yang mengintegrasikan pengarusutamaan dan keterlibatan Penyandang Disabilitas sebagai pelaku dan penerima manfaat pembangunan dalam seluruh tahapan pembangunan meliputi Perencanaan, penganggaran, Penyelenggaraan, pemantauan, dan Evaluasi."

METODA

Metode Penelitian

Menggunakan yuridis normatif yang hendak mendeskripsikan mengenai Perlindungan dan Pemenuhan Hak Ekonomi bagi penyandang disabilitas.

Jenis dan sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bahan Hukum Primer yaitu bahan hukum yang terdiri atas peraturan perundang-undangan secara hirarkhi dan putusan pengadilan (Jonaedi Efendi & Jhonny Ibrahim, 2018).

Bahan Hukum Sekunder, yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti Rancangan Undang-Undang, hasil-hasil penelitian, karya dari kalangan hukum, dan sebagainya (Bambang Sunggono, 2011).

Bahan Hukum Tersier yaitu bahan hukum yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder antara lain kamus hukum dan ensiklopedia yang dapat membantu memahami dan menganalisis masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Pemenuhan Hak ekonomi Penyandang Disabilitas**

Pada dasarnya, pembangunan berkelanjutan mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan melibatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya, dan berupaya menerapkan konsep pembangunan yang berkeadilan dalam segala aspek kehidupan. Salah satu elemen keberhasilan pembangunan berkelanjutan adalah mengentaskan kemiskinan di Indonesia.

Menurut Badan Pusat Statistik, faktor utama penyebab kemiskinan dalam situasi ini antara lain: kelebihan penduduk, distribusi sumber daya ekonomi yang tidak merata, ketidakmampuan membayar biaya hidup dan standar hidup yang tinggi, pendidikan dan kesempatan kerja yang tidak memadai, serta kerusakan lingkungan. Pada banyak kasus, penyebab dan dampak kemiskinan saling berinteraksi, jadi apa yang membuat penduduk miskin juga menciptakan kondisi yang membuat mereka tetap miskin. Kemiskinan bisa menjadi penghambat pembangunan di masa mendatang yang akan berpengaruh terhadap pembangunan berkelanjutan (Badan Pusat Statistik, 2015). Oleh karena itu akan dilakukan pembahasan mengenai berbagai hak ekonomi penyandang disabilitas yang harus mendapatkan perlindungan dan pemenuhan dari pemerintah

Hak Atas Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor yang harus diutamakan oleh pemerintah dalam proses pembangunan. Tak ada artinya jika semua orang (termasuk penyandang disabilitas) tidak dapat menggunakan program wajib belajar 9 tahun atau program

pendidikan lainnya. Dalam hal ini penyandang disabilitas juga menikmati hak atas pendidikan yang sama dengan non-disabilitas, Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Republik Indonesia menyatakan: "Setiap warga negara memiliki hak yang sama atas pendidikan. Pendidikan yang berkualitas."

Mengenai pendidikan penyandang disabilitas atau difabel, terdapat empat (empat) paradigma pendidikan, yaitu eksklusif, segregasi, integrasi, dan inklusi. Dalam paradigma eksklusif, difabel dianggap tidak perlu mendapatkan pendidikan.. Mereka berada di luar sistem pendidikan. Sementara itu, dalam paradigma segregasi, mereka dianggap hanya mampu atau berhak mengikuti pendidikan luar biasa yang sama sekali terpisah dari pendidikan umum. Dua paradigma sebelumnya diperbaiki, dan muncul paradigma terintegrasi yang memungkinkan anak-anak penyandang disabilitas untuk belajar di sekolah umum selama mereka bisa mengikutinya. Dengan konsep ini, anak diharapkan beradaptasi dengan sekolah umum. Jika dia tidak mampu, maka dia akan dibuatkan kelas khusus. Hal ini tentunya berdampak negatif, yang pada akhirnya melahirkan konsep pendidikan inklusif yang mengintegrasikan anak-anak difabel ke dalam sekolah umum. Untuk mencapai integrasi penuh diperlukan adaptasi-adaptasi. Dalam hal ini bukan difabel yang diharapkan beradaptasi. Paradigma inklusi mewajibkan sekolah yang berubah menyesuaikan kebutuhan difabel demi terwujudnya pendidikan untuk semua sepenuhnya (Arif Maftuhin dkk, 2020).

Keberadaan Pendidikan inklusi yang digulirkan Pemerintah, masih belum terlaksana sesuai dengan harapan. Hal ini dikarenakan belum semua sekolah pada setiap jenjang Pendidikan dapat menerima kehadiran penyandang disabilitas untuk yang ingin mengikuti Pendidikan inklusi pada sekolah umum dan perguruan tinggi. Selain itu juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Irwanto dkk menunjukkan bahwa Siswa dengan disabilitas masih mengalami berbagai hambatan dalam sekolah inklusi. Hambatan tersebut dikarenakan beberapa faktor, yaitu dedikasi dan kesiapan guru, kurikulum dan aturan sekolah serta budaya lingkungan yang penerapannya kurang akomodatif, kurangnya *reasonable accomodation* untuk berbagai kebutuhan anak dengan disabilitas dan terakhir yaitu hambatan untuk pemenuhan kebutuhan toilet (Irwanto, Eva Rahmi Kasim, Asmin Fransiska, 2010).

Salah satu contoh kasus yang dapat dikemukakan dapat terlihat pada kasus yang dialami oleh Veas saat akan melanjutkan pendidikan pada jenjang sekolah dasar. Dalam hal

ini Vea memiliki kelainan pada tulang kaki, sehingga pada usianya yang menginjak delapan tahun, Vea baru mulai masuk taman kanak-kanak (TK) didukung bantuan kursi roda dari Dinas Sosial. Selepas TK, Vea yang berusia sepuluh tahun bersemangat untuk melanjutkan ke jenjang sekolah dasar (SD). Akan tetapi keinginannya tersebut kandas di tengah jalan setelah sejumlah sekolah menolaknya. Vea justru disarankan untuk meneruskan pendidikan ke Sekolah Luar Biasa (SLB). Sejak saat itu Vea hanya dapat beraktivitas menghabiskan waktu di rumah (Puthut Dwi Putranto Nugroho, 2020). Begitupula pada jenjang perguruan tinggi yang seperti telah dilansir di beberapa media bahwa di tahun 2014 menurut catatan Ombudsman, dari 62 perguruan tinggi negeri, 42 di antaranya menetapkan persyaratan yang mendiskriminasi penyandang disabilitas, sedangkan 20 universitas lainnya tidak. Selanjutnya, di tahun 2017 terdapat sekelompok mahasiswa dari Fakultas Ilmu Komputer di salah satu Universitas di Indonesia telah melakukan perundungan (bullying) kepada seorang mahasiswa disabilitas (Muhammad Ramadhana Alfaris, 2018).

Selain kasus tersebut, masih ada kasus lain yang belum dipublikasikan di media massa. Dalam kondisi seperti itu, upaya untuk mewujudkan hak atas pendidikan penyandang disabilitas melalui pendidikan inklusif disesuaikan dengan sekolah/lembaga pendidikan penerima pendidikan inklusif. Dalam hal ini, belum semua sekolah/Lembaga Pendidikan mematuhi ketentuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, khususnya yang terkait dengan hak atas pendidikan. Keadaan ini disebabkan kurangnya pengawasan atas penyelenggaraan pendidikan inklusif, dan UU Disabilitas tidak menerapkan sanksi seperti yang diharapkan.

Hak Atas Pekerjaan

Hak atas pekerjaan adalah hak setiap orang, termasuk penyandang disabilitas, sebagaimana diatur dalam Pasal 38 ayat (1) Undang-Undang Nomor 39 tentang Hak Asasi Manusia tahun 1999 yang berbunyi: "Setiap warga negara berhak menikmati sesuai dengan bakat, keterampilan dan kemampuannya. Benar. Pekerjaan yang layak. "Hak ini juga dilindungi oleh Undang-Undang Disabilitas. Pekerjaan yang relevan dapat muncul dalam bentuk pekerjaan informal atau pekerjaan formal sesuai dengan kemampuannya.

Keterbatasan fisik membuat sebagian penyandang disabilitas melakukan pekerjaan informal berdasarkan kemampuan atau ketrampilannya. Selama ini, pekerjaan informal terbatas pada keterampilan atau kerajinan tangan tertentu. Namun dalam proses perkembangannya, pekerjaan informal mengarah pada berkembangnya jasa transportasi

online. Peluang yang diberikan perusahaan transportasi online kepada penyandang disabilitas tidak terlepas dari kepercayaan masyarakat, masyarakat mengetahui keberadaan dan kemampuan penyandang disabilitas dalam memberikan layanan transportasi online.

Di sisi lain, peluang penyandang disabilitas untuk bekerja di sektor formal masih kecil. Kondisi tersebut berdasarkan data sistem wajib lapor Kementerian Ketenagakerjaan yang menunjukkan bahwa terdapat 440 perusahaan dengan jumlah tenaga kerja sekitar 237 ribu orang. Dari jumlah itu, tenaga kerja disabilitas yang terserap baru sekitar 2.851 orang atau sekitar 1,2 persen yang berhasil ditempatkan dalam sektor tenaga kerja formal (Kustiani, 2021).

Minimnya jumlah penyandang disabilitas yang bekerja pada sektor formal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor. Salah satunya dapat terlihat pada kasus dialami oleh Suci penyandang disabilitas tuna daksa yang telah menamatkan pendidikannya hingga sarjana di sekolah formal. Yang bersangkutan menamatkan Pendidikan tahun 2016 dan baru mendapatkan pekerjaan pada tahun 2019. Sebelum memperoleh pekerjaan, hampir 50 pekerjaan telah dilamar dan hasilnya nihil. Suci mengemukakan bahwa perusahaan menolak lamarannya dengan beragam cara. Beberapa perusahaan memberikan kesempatan dirinya untuk diwawancarai, walaupun setelah itu tidak ada kabar. Namun ada juga perusahaan yang langsung menolak secara jelas bahwa perusahaan tersebut tidak menerima pegawai disabilitas (Raja Eben Lumbanrau, 2019).

Sektor pemerintahan, formasi bagi penyandang disabilitas telah disediakan sejak tahun 2017 oleh hampir seluruh Kementerian/Lembaga dan Pemerintah Daerah. Akan tetapi pelaksanaannya mengalami berbagai hambatan. Salah satunya dapat terlihat persyaratan yang diajukan Kementerian Pertahanan yakni mampu melihat, mendengar dan berbicara dengan baik. Kemudian juga mampu bergerak dengan menggunakan alat bantu berjalan, selain kursi roda. Kementerian Perindustrian juga mengatur bentuk disabilitas yang diterima, seperti harus mampu berjalan menggunakan alat bantu selain kursi roda. Alasannya, mereka belum memiliki fasilitas memungkinkan. Syarat serupa juga datang dari Kementerian Komunikasi dan informatika pun memberikan pengecualian untuk disabilitas yang menggunakan kursi roda. Instansi lain yang mengatur syarat disabilitas yakni Kejaksaan yang mengajukan persyaratan tidak buta warna baik parsial maupun total, tidak cacat fisik, serta tidak cacat mental (Fadiyah Alaidrus, 2019).

Persyaratan dalam penerimaan CPNS Penyandang disabilitas tersebut terdapat unsur diskriminatif dengan hanya berpihak pada jenis disabilitas tertentu saja, sehingga mendapatkan kritik dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dikeluarkan Surat Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor: B/1236/M.SM.01.00/2019 tanggal 19 November 2019 perihal Pendaftaran CPNS Tahun 2019 Bagi Penyandang Disabilitas, yang mengingatkan kembali imolementasi Peraturan Menteri PANRB Nomor 23 tahun 2019 bahwa para penyandang disabilitas (fisik, sensorik, mental dan/atau intelektual) dapat mendaftar pada Formasi Khusus Disabilitas, Formasi Khusus lainnya selain Formasi Khusus Disabilitas, atau Formasi Umum (Kementerian PANRB, 2019).

Permasalahan lain yang menjadi penghambat dapat terlihat pada Hasil Penelitian yang dilakukan Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan HAM Tahun 2020 yang mengemukakan salah satu permasalahan pada seleksi penerimaan CPNS penyandang disabilitas oleh pemerintah daerah yang menunjukkan bahwa sebagian besar formasi jabatan yang ditawarkan belum tepat diperuntukan bagi penyandang disabilitas, sehingga masih terdapat formasi yang tidak terisi pada saat penerimaan pegawai. Keterbatasan Formasi bagi penyandang disabilitas tersebut memiliki potensi yang besar terhadap tidak tercapainya kuota dua persen dari total formasi sebagaimana yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2019 Tentang Kriteria Penetapan Kebutuhan Pegawai Negeri Sipil dan Pelaksanaan Seleksi Calon Pegawai Negeri Sipil Tahun 2019. Dalam hal ini pencapaian tersebut masih sangat jauh dari harapan dan lebih fleksibel bila dibandingkan dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 53 ayat (1) Disabilitas yang menyatakan bahwa Pemerintah, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah wajib mempekerjakan paling sedikit dua persen Penyandang Disabilitas dari jumlah pegawai atau pekerja (Donny Michael dkk, 2020).

Berbagai persoalan yang menghambat penyandang disabilitas memperoleh hak atas pekerjaan membutuhkan perhatian semua pihak. Dalam keadaan seperti itu, penyandang disabilitas menghadapi bentuk diskriminasi lain dalam memperjuangkan hak untuk bekerja. Mengingat tidak ada sanksi yang dijatuhkan kepada pelanggar, keberadaan undang-undang penyandang disabilitas tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi penyandang disabilitas. Mengingat Indonesia sedang mengoptimalkan berbagai sumber daya manusia yang ada termasuk penyandang disabilitas untuk mencapai

pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan, hal tersebut tidak boleh terjadi. Dalam hal ini, melalui kemampuan atau keahlian mereka, penyandang disabilitas dapat diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam pembangunan.

Inklusifitas Pembangunan berkelanjutan Terhadap penyandang Disabilitas

Keberhasilan suatu pembangunan tidak terlepas dari perencanaan yang dilakukan secara sistematis dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada, sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang diperlukan. Oleh karena itu pelaksanaan pembangunan turut melibatkan segala aspek kehidupan bangsa, seperti aspek politik, ekonomi, sosial budaya dan pertahanan keamanan secara berencana, menyeluruh, terarah, terpadu, bertahap dan berkelanjutan. Tujuannya untuk memacu peningkatan kemampuan nasional dalam rangka untuk mewujudkan kehidupan yang sejajar dan sederajat dengan bangsa lain yang lebih maju (Nisa Mutia Sari, 2019).

Tujuan pembangunan berkelanjutan yang inklusif adalah memungkinkan penyandang disabilitas menikmati hasil pembangunan dari semua aspek. Dalam hal ini partisipasi mereka sangat penting dalam setiap tahapan pembangunan, sehingga menjadi pembangunan yang ramah disabilitas. Oleh karena itu, masuk akal jika berbagai kebijakan terkait dengan realisasi hak ekonomi melibatkan pihak-pihak yang memahami difabel. Salah satunya terkait dengan pendidikan inklusif yang digagas oleh pemerintah. Selama ini, untuk sekolah negeri, pendidikan inklusif hanya dilaksanakan dalam bentuk wajib, yaitu menerima penyandang disabilitas tanpa persiapan yang memadai dalam perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Ini berbeda dengan sekolah swasta yang sudah memiliki sekolah yang siap menjadi sekolah inklusif. Dalam hal perencanaan, banyak unsur yang perlu disiapkan, mulai dari pengenalan siswa atau mahasiswa lain hingga keberadaan penyandang disabilitas, dosen harus memahami psikologi mahasiswa, sarana dan prasarana yang bebas hambatan untuk mencapai mata kuliah yang non diskriminatif. Pada tahap perencanaan, partisipasi semua pihak diperlukan untuk merancang berbagai hal yang perlu dilakukan oleh para penyandang disabilitas sebelum mengikuti pendidikan inklusif.

Salah satunya adalah dalam proses pelayanan anak di sekolah, pendidik, psikolog dan/atau pekerja sosial melakukan evaluasi terlebih dahulu untuk mengetahui kemampuan dan kebutuhan belajarnya. Selanjutnya, bersama-sama merancang Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) dan atau Menyusun Program Pembelajaran Individual (PPI) yang

selaras dengan kurikulum nasional serta disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan anak. Dalam hal ini kurikulum yang digunakan untuk anak dengan disabilitas sama yaitu kurikulum nasional yang berlaku di sekolah masing-masing. Pada penerapannya, terdapat beberapa perangkat pembelajaran yang dimodifikasi antara lain media, metode, teknik dan manajemen kelas. Misalnya, anak dengan disabilitas lowvision dimodifikasi media belajarnya dengan buku-buku yang tulisannya diperbesar beberapa kali lipat. Modifikasi perangkat pembelajaran dapat dilakukan dengan mengurangi, menghilangkan dan menambah unsur pembelajarannya atau manajemen kelas. Selain itu, Orang tua juga dilibatkan dalam perumusan Rencana Pembelajaran serta penerapan pembelajarannya (Nisa Mutia Sari, 2019).

Rencana yang disiapkan nantinya terkait dengan besarnya anggaran yang dibutuhkan untuk mempersiapkan pendidikan inklusif. Meski dana yang tersedia tidak terlalu besar, setidaknya lembaga pendidikan bisa mengalokasikan dana untuk kebutuhan minimal penyandang disabilitas. Dengan demikian, pendidikan inklusif dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pemantauan dan evaluasi juga menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat keberhasilan pendidikan inklusif. Dari kedua peristiwa tersebut terlihat bahwa kelemahan pendidikan terintegrasi telah diterapkan. Mengingat masih ada sekolah dan perguruan tinggi yang belum memperhatikan kebutuhan penyandang disabilitas, selama masih belum melakukan monitoring dan evaluasi seperti yang diharapkan. Selain itu, penerapan sanksi juga belum berjalan mulus karena tidak semua institusi pendidikan dapat menyelenggarakan pendidikan inklusif. Dalam hal ini diperlukan instansi pemerintah dan pihak lain untuk ikut serta dalam penyelenggaraan lembaga pendidikan yang dapat melaksanakan pendidikan inklusif di setiap daerah/kota.

Mekanisme serupa harus diadopsi di bidang ketenagakerjaan penyandang disabilitas sehingga mereka juga dapat berpartisipasi dalam pembangunan. Banyaknya penyandang disabilitas yang berhasil menyelesaikan studinya hingga pendidikan tinggi telah membuktikan bahwa penyandang disabilitas memiliki kecerdasan yang baik dan seharusnya mendapat kesempatan bekerja di sektor formal. Dalam hal ini, Pasal 53 Undang-Undang Penyandang Disabilitas memberikan perlindungan dengan mewajibkan penyandang disabilitas untuk mempekerjakan paling sedikit dua persen dari jumlah total pegawai oleh pemerintah, pemerintah daerah, badan usaha milik negara dan badan usaha daerah, sedangkan badan usaha swasta menyumbang paling sedikit satu persen jumlah karyawan.

Ketentuan dalam pasal 53 Undang-Undang Penyandang Disabilitas tersebut ternyata masih sangat sulit untuk diterapkan oleh banyak perusahaan. Hal tersebut sangat berbeda dengan negara-negara lain yang sudah memberikan kesempatan kepada para penyandang disabilitas sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Salah satunya terdapat di Singapura dengan perusahaan Call Center Eureka. Kinerja pegawai yang tidak memiliki disabilitas hanya 50-70 persen dari mereka yang memiliki keterbatasan penglihatan. Dalam setahun sejak menggulirkan inisiatif perekrutan pegawai disabilitas, hampir seluruh pegawai call center adalah penyandang disabilitas penglihatan (Organisasi Perburuhan Internasional, 2015).

Mengacu pada contoh negara lain, mustahil mencapai pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan tanpa adanya peluang yang diberikan oleh berbagai perusahaan untuk menampung penyandang disabilitas. Rencana tahap evaluasi masih berjalan, namun mekanismenya lebih fleksibel. Dalam hal ini, call center Eureka merekomendasikan pertimbangan berikut:

Dasar yang sama. Harapan pelatihan bagi penyandang disabilitas dan standar indikator kinerja utama tidak boleh rendah. Pelatihan dan seleksi harus fokus untuk memastikan peningkatan produktivitas dan pencapaian KPI. Pengalaman Eureka menunjukkan bahwa para penyandang disabilitas pada akhirnya akan belajar untuk melakukan aktivitas yang sama dengan orang lain, dan tingkat produktivitas mereka bahkan lebih tinggi daripada mereka yang bukan penyandang disabilitas.

Dorongan semangat. Banyak penyandang disabilitas tidak memiliki pengalaman kerja. Akibatnya, mereka terkadang merasa rendah diri, dan dorongan akan banyak membantu mereka. Diharapkan para manajer mengetahui lebih banyak tentang kebutuhan dan keterbatasan penyandang disabilitas serta menyadari pentingnya dorongan terhadap kinerja karyawan.

Inovasi dan adaptasi. Disabilitas sangat beragam. Di antara tunanetra, ada yang buta total, ada yang tunanetra, dan ada yang hanya bisa melihat huruf besar berwarna kuning dengan latar hitam. Di antara keterbatasan fisik, ada pengguna kursi roda dan lainnya yang hanya menggunakan satu jari. Perusahaan harus bersedia berinvestasi dalam teknologi yang penting untuk "menciptakan kondisi" guna menjaga produktivitas penyandang disabilitas.

Merancang agar inklusif. Saat mengembangkan aplikasi untuk penyandang disabilitas, sebaiknya libatkan mereka dalam proyek apa pun sejak awal. Mereka akan

memberikan nasihat yang lebih baik daripada siapa pun yang hanya bisa membayangkan akan seperti apa mereka nantinya.

Desain lingkungan kantor. Pastikan keamanan dan kenyamanan karyawan penyandang disabilitas. Area kerja harus aman dan dekat dengan pintu keluar darurat. Harus ada tempat pertemuan, dan karyawan penyandang disabilitas harus dipasangkan dengan rekan non-disabilitas yang akan membantu mereka selama evakuasi. Kabel tidak boleh digantung di langit-langit atau berserakan di lantai. Harap jangan mengubah denah lantai atau tata letak furnitur tanpa memberi tahu setiap karyawan penyandang cacat. Jangan biarkan pintunya terbuka. Staf dan manajer harus memperhatikan ruang yang dibutuhkan untuk penggunaan kursi roda.

Persiapkan pegawai non-disabilitas. Berusaha keras untuk menjangkau penyandang disabilitas melalui berbagai saluran, seperti organisasi layanan kesejahteraan, rumah sakit, dan sekolah.

Beberapa dari gagasan ini dapat diterapkan baik pada perusahaan swasta maupun pemerintah. Namun, ada beberapa hal yang berbeda dari rekrutmen kementerian, pemerintah daerah, dan BUMN, seperti perencanaan terkait pembentukan CPNS. Para penyandang disabilitas harus memiliki lembaga swadaya masyarakat atau pengamat untuk penyandang disabilitas. Selain itu, pengawasan dan evaluasi Komisi Instrumen Sipil Nasional dan Otoritas Instrumen Nasional dan Reformasi Birokrasi Kementerian sangat diperlukan, terutama ketika sanksi dijatuhkan kepada pelanggar.

SIMPULAN

Upaya perlindungan dan perwujudan hak ekonomi penyandang disabilitas telah dilakukan oleh pemerintah, namun upaya tersebut belum optimal. Dari fakta tersebut terlihat bahwa masih ada penyandang disabilitas yang masih mengalami kesulitan dalam mengenyam pendidikan di sekolah negeri dan melaksanakan pekerjaan yang layak sesuai dengan kemampuannya. Keberadaan undang-undang tentang penyandang disabilitas seakan-akan sudah menjadi aturan hukum, dan belum ada tindakan atau sanksi yang diambil terhadap lembaga/lembaga pendidikan dan perusahaan yang melakukan diskriminasi terhadap penyandang disabilitas.

Situasi ini menunjukkan kurangnya persiapan untuk melaksanakan program inklusif terkait pendidikan dan penyediaan lapangan kerja bagi penyandang disabilitas.

Pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan juga membutuhkan optimalisasi sumber daya manusia bagi penyandang disabilitas. Oleh karena itu ada beberapa saran, yaitu:

1. Harmonisasi kebijakan antara Perda Penyandang Disabilitas yang sejalan dengan prinsip dan perspective CRPD dan UU Penyandang Disabilitas.
2. Ketersediaan data terpilah berdasarkan disabilitas, jenis kelamin, dan usia mencerminkan peluang penyandang disabilitas dan kelompok tertinggal lainnya untuk mendapatkan rencana pembangunan
3. Perubahan aturan nomenklatur untuk memastikan bahwa semua kelompok rentan, termasuk penyandang disabilitas, memprioritaskan alokasi anggaran untuk melaksanakan pembangunan yang inklusif, dapat diakses dan berkeadilan sosial di semua tingkat pembangunan dari tingkat nasional/provinsi hingga daerah/desa.
4. Merumuskan regulasi yaitu komitmen pemerintah dan pemerintah daerah terhadap mekanisme monitoring dan evaluasi pembangunan yang partisipatif, inklusif dan bebas hambatan untuk mewujudkan nilai-nilai kebangsaan, penghormatan, perwujudan dan perlindungan hak-hak penyandang disabilitas.
5. Lembaga swadaya masyarakat atau pengamat disabilitas harus berpartisipasi dalam merumuskan rencana pendidikan inklusif atau menentukan gaya kerja karyawan/pegawai penyandang disabilitas.
6. Organisasi penyandang disabilitas terlibat penuh dalam pemantauan dan pemantauan hak asasi manusia dan implementasi Undang-Undang Penyandang Disabilitas dalam jangka pendek dan panjang, guna menemukan berbagai kelemahan atau kendala dalam pelaksanaan hukum, karena Indonesia sebagai negara harus melaksanakan semua aspek Konvensi.
7. Memastikan bahwa rencana pembangunan inklusif didistribusikan secara merata di daerah perbatasan, pulau terluar, perbatasan dan daerah terpencil untuk memberi manfaat bagi semua kelompok penyandang cacat dan kelompok yang kurang beruntung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Soleh. (2016). Aksesibilitas Penyandang Disabilitas terhadap Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Empat Perguruan Tinggi Negeri di Yogyakarta). LKiS.
- Andang L. Binawan. (2020). Spiritualitas Keadilan Eko Sosial. Kanisius.
- Arif Maftuhin dkk. (2020). Mengajar Difabel di Kampus Inklusif: Pengalaman UIN Sunan Kalijaga. PLD Press.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Indikator Pembangunan Berkelanjutan (Indicators of Sustainable Development 2015).

- Bambang Sunggono. (2011). *Metodologi Penelitian Hukum*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Damanik, J. (2014). *Pembangunan Inklusi yang Memberdayakan, Sebuah Refleksi*.
- Donny Michael dkk. (2020). *Menggapai Harapan Penyandang Disabilitas Menjadi Calon Pegawai Negeri Sipil :Proses Rekrutmen CPNS di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia*. Balitbangkumham Press.
- Elsi Kartika Sari & Advendi Simanunsong. (2008). *Hukum dalam Ekonomi (Kedua)*. Grasindo.
- Fadiyah Alaidrus. (2019). *Syarat Seleksi CPNS yang Membuat Resah Para Penyandang Disabilitas*. Tirto.Id. <https://tirto.id/syarat-seleksi-cpns-yang-membuat-resah-para-penyandang-disabilitas-elNm>
- Hardi Alunaza & Nanang Khoirino. (2015). *Peran NGO KontraS dalam Kasus Pelanggaran HAM Etnis Rohingya di Myanmar Tahun 2008 – 2015*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- International Labour Organization. (2013). *Inklusi Penyandang Disabilitas di Indonesia*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_233426.pdf
- Irwanto, Eva Rahmi Kasim, Asmin Fransiska, M. L. & O. S. (2010). *Analisis Situasi Penyandang Disabilitas Di Indonesia: Sebuah Desk-Review*.
- Jonaedi Efendi & Jhonny Ibrahim. (2018). *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*. Prenadamedia Group.
- Kementerian PANRB. (2019). *Lampiran Surat Menpan Nomor B 1236M.SM.01.00.2019 tentang Pelamar Disabilitas.pdf*. [Www.Kemenkopmk.Go.Id.](http://www.kemenkopmk.go.id)
[https://www.kemenkopmk.go.id/sites/default/files/pengumuman/2019-11/Lampiran Surat Menpan nomor B 1236M.SM_01.00.2019 tentang Pelamar Disabilitas.pdf](https://www.kemenkopmk.go.id/sites/default/files/pengumuman/2019-11/Lampiran%20Surat%20Menpan%20nomor%20B%201236M.SM_01.00.2019%20tentang%20Pelamar%20Disabilitas.pdf)
- Komisi Nasional Hak Asasi Manusia. (2013). *Pembangunan Berbasis Hak Asasi Manusia: Sebuah Panduan*. Komisi Nasional Hak Asasi Manusia.
- Kustiani, R. (2021). *Baru 1 Persen Teman Disabilitas yang Bekerja di Sektor Formal*. Tempo.Com. <https://difabel.tempo.co/read/1143835/baru-1-persen-teman-disabilitas-yang-bekerja-di-sektor-formal>
- Muhammad Ramadhana Alfaris. (2018). *Payung Hukum Penyandang Disabilitas Dalam Konteks Dukungan Dan Aksesibilitas Terhadap Pembangunan Sosial Berkelanjutan*. Widya Yuridika Jurnal Hukum, 1(2), 201–212.
- Muhammad Sigit A.R., A. A. F. & M. M. (2020). *Belajar Dari kelola Sendang: isu-isu Kritis dalam Tata kelola lanskap*. Penabulu Foundation.
- Nisa Mutia Sari. (2019). *Tujuan Pembangunan Nasional di Indonesia Sesuai UUD 1945*. [Www.Liputan6.Com.](http://www.liputan6.com) <https://www.liputan6.com/citizen6/read/3877503/tujuan-pembangunan-nasional-di-indonesia-sesuai-uud-1945>
- Organisasi Perburuhan Internasional. (2015). *Inklusi Penyandang Disabilitas Muda: Kasus Bisnis*.
- Puthut Dwi Putranto Nugroho. (2020). *Bocah Disabilitas Ditolak Masuk SD, Ganjar Angkat Bicara*. Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2020/08/11/22391241/bocah-disabilitas-ditolak-masuk-sd-ganjar-angkat-bicara?page=all>
- Raja Eben Lumbanrau. (2019). *Kisah penyandang disabilitas mencari kerja: “Hampir 50 kali melamar lowongan tapi hasilnya nihil.”* Bbc.Com. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-50512664>
- Sihotang, K. (2019). *Kerja Bermartabat: Kunci Meraih Sukses*. Universitas Atma Jaya.

PENGARUH INFLASI DAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP INDEKS LQ45 DI BEI

Revo Gilang Firdaus⁴²

Universitas Pertamina

Abstract

Inflation and the rupiah exchange rate affect the economy in Indonesia. This study aims to determine the effect of inflation and the rupiah exchange rate on an index on the IDX, namely LQ45. The research method was carried out by observing changes in inflation, the rupiah exchange rate, and the LQ45 index from January 2019 to December 2019. The data used were monthly secondary data obtained from various valid sources. The analysis method was carried out using SPSS software with multiple linear regressions, coefficient of determination, also t-test and F-test. The results showed that inflation and the rupiah exchange rate had no effect on the LQ45 index with a significance > 0.05. Meanwhile, the influence of the independent variables simultaneously gave the dependent variable an effect of 18.6%. Therefore, further research is needed to determine other independent variables that affect the dependent variable.

Keywords: Inflation, LQ45, Rupiah Exchange Rate

Abstrak

Inflasi dan nilai tukar rupiah mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh inflasi dan nilai tukar rupiah pada suatu indeks di BEI yaitu LQ45. Metode penelitian dilakukan dengan mengobservasi perubahan inflasi, nilai tukar rupiah, dan indeks LQ45 dari Januari 2019 hingga Desember 2019. Data yang digunakan yaitu data sekunder secara bulanan yang didapat dari berbagai sumber valid. Metode analisis dilakukan menggunakan software SPSS dengan regresi linear berganda, koefisien determinasi, hingga uji t dan uji F. Hasil menunjukkan bahwa inflasi dan nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap indeks LQ45 dengan signifikansi >0,05. Sedangkan pengaruh variabel independen secara simultan memberikan pengaruh kepada variabel dependen sebesar 18,6%. Maka dari itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui variabel independen lainnya yang mempengaruhi variabel dependen.

Kata kunci: Inflasi, LQ45, Nilai Tukar Rupiah

PENDAHULUAN

Perekonomian menjadi hal yang penting bagi suatu negara. Pertumbuhan dalam hal perekonomian bagi suatu negara diharapkan terjadi setiap tahunnya. Perekonomian yang bertumbuh menjadi sinyal positif bahwa rakyat hidup makmur dan sejahtera di negara tersebut. Indikator dalam melihat perekonomian suatu negara dapat dilihat dari berbagai hal, seperti PDB, inflasi, nilai tukar rupiah, harga saham, neraca perdagangan, dan lainnya. Hal-hal tersebut akan merepresentasikan kondisi perekonomian suatu negara yang akan

⁴²revohasimili@yahoo.co.id

dikonversi dari data menjadi informasi dan dipublikasikan oleh lembaga yang berwenang sehingga dapat mudah dimengerti oleh publik.

Salah satu indikasi bahwa suatu negara memiliki perekonomian yang baik dapat dilihat dari harga sahamnya, yaitu Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Dalam dunia pasar modal, IHSG merepresentasikan lebih dari 700 saham. Pergerakan harga saham yang fluktuatif akan secara umum diperlihatkan oleh IHSG. Harga saham yang berubah-ubah ini salah satunya dipengaruhi oleh perekonomian Indonesia (Fauzan, 2018). Semakin baik kondisi perekonomian Indonesia, maka pergerakan IHSG akan cenderung naik. Artinya investor lokal maupun foreign, memiliki kepercayaan dan punya harapan yang baik bagi Indonesia.

Pasar modal pada dasarnya mempertemukan antara pembeli dan penjual (Habiburrahman, 2015). Pembeli (demand) dan penjual (offer) saling menukarkan barang (lembaran saham) dengan sejumlah nominal uang melalui perantara atau sekuritas. Hal ini dapat dilakukan bagi perusahaan yang sudah go public (Nurlina, 2017). Aktivitas perdagangan yang semakin meningkat ditambah jumlah pembeli yang melebihi jumlah penjual, maka pergerakan harga saham atau indeks akan naik. Hal ini yang dapat dijadikan keuntungan bagi investor dengan memanfaatkan capital gain atas selisih harga jual dan harga beli.

Namun, investor pun perlu mencermati bahwa tidak semua investor akan mendapatkan keuntungan jika tidak mengetahui pengetahuan dasar dari saham itu sendiri. Kerugian yang dapat dialami oleh investor terjadi ketika harga beli diatas harga jual atau yang lebih umum dikenal sebagai capital loss. Oleh karena itu, dalam berinvestasi, investor harus mampu menganalisis saham baik dari segi teknikal, atau fundamental, atau keduanya (Pujawati et al, 2015). Kinerja perusahaan yang baik akan memberikan return yang semakin besar pula bagi investor serta mengurangi risiko terjadinya kerugian. Salah satunya dengan mempertimbangkan kondisi perekonomian, dalam hal ini adalah inflasi dan nilai tukar rupiah.

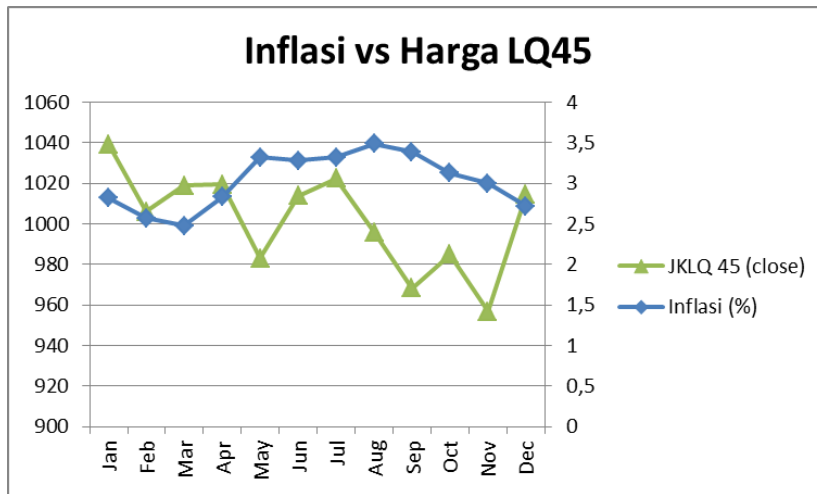
Secara teori, tingkat inflasi yang meningkat akan menurunkan pertumbuhan ekonomi, sedangkan menurunnya tingkat inflasi akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Utomo, 2013). Pemerintah dapat menaikkan atau menurunkan tingkat suku bunga dengan tujuan tertentu dan kondisi tertentu. Misalkan jika perekonomian suatu negara mengalami kelesuan, maka BI dapat menurunkan suku bunga (Ningsih et al, 2018). Semakin tinggi tingkat inflasi, maka rakyat akan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan

sehari-harinya. Hal ini akan berimbas pada kemakmuran dan kesejahteraan rakyat hingga transaksi perdagangan yang menurun. Alhasil perekonomian Indonesia akan mengalami penurunan.

Berdasarkan nilai tukar rupiah, indikator ini menjadi salah satu faktor ekonomi makro yang berhubungan dengan likuiditas (Andriana, 2015). Secara umum, perusahaan yang sudah listing di bursa, memiliki hutang luar negeri, khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang sangat erat kaitannya dengan urusan luar negeri, misalkan komoditas (oil, coal, CPO). Fluktuasi rupiah menurut (Haryanto, 2020) dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Contohnya yaitu kondisi Current Account Deficit (CAD) untuk faktor internal, serta kondisi perang dagang antara Amerika Serikat dengan China maupun sentimen perubahan suku bunga The Fed untuk faktor eksternal.

Faktor-faktor internal maupun eksternal yang berimplikasi pada perekonomian suatu negara akan mempengaruhi harga di pasar modal, salah satunya indeks LQ45. Indeks LQ45 adalah kumpulan 45 saham yang telah memasuki syarat-syarat tertentu untuk dapat dipilih dan dimasukkan ke dalam indeks LQ45, salah satunya adalah saham yang memiliki likuiditas yang cukup tinggi. Dengan kata lain, saham-saham LQ45 memiliki kecenderungan akan mudah untuk dibeli dan mudah untuk dijual. Secara umum, saham-saham LQ45 pun memiliki fundamental yang cukup kuat. Meskipun begitu, saham-saham dalam indeks LQ45 tetap cukup sensitif dengan kondisi perekonomian Indonesia sehingga fluktuasi yang terjadi pun cukup signifikan terlihat.

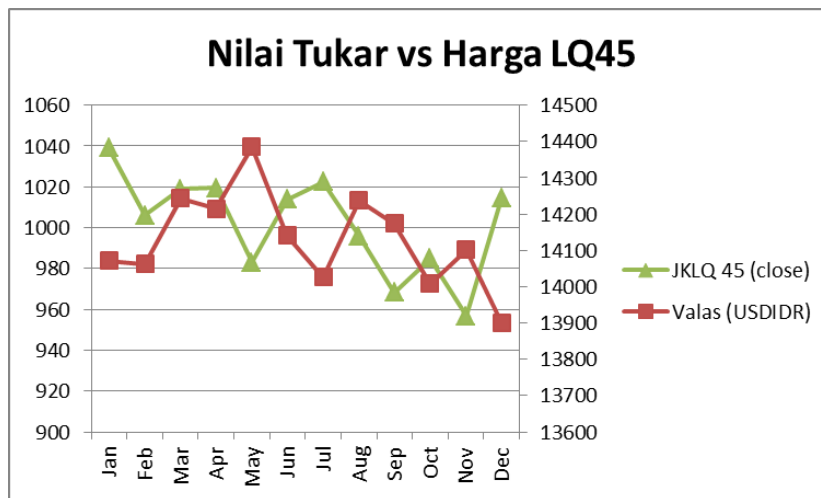
Berdasarkan data yang diperoleh dari BI, maka Gambar 1 menunjukkan grafik inflasi terhadap indeks LQ45 selama periode 2019 yang telah diolah. Berdasarkan Gambar 1 didapatkan bahwa terjadi penurunan inflasi pada kuartal pertama 2019, kemudian naik hingga pertengahan tahun 2019 dan cenderung konstan hingga kuartal 3. Sejak kuartal 3 sampai kuartal 4, inflasi mengalami penurunan terus-menerus.



Sumber: Data Diolah (2020)

Gambar 1. Grafik Inflasi terhadap Harga Indeks LQ45

Berdasarkan Gambar 2 yang menunjukkan grafik nilai tukar USDIDR terhadap harga indeks LQ45 dari Januari 2019 hingga Desember 2019 didapat bahwa nilai tukar rupiah berada paling tinggi di bulan Mei 2019 sebesar 14385 dan terus mengalami penurunan hingga nilai terendahnya pada bulan Desember 2019 sebesar 13901.



Sumber: Data Diolah (2020)

Gambar 2. Grafik Nilai Tukar Rupiah terhadap Harga Indeks LQ45

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Inflasi

Inflasi merupakan tingkat kenaikan harga secara umum yang diasosiasikan dengan “terlalu panas” yang berarti permintaan barang dan jasa lebih tinggi dari kapasitas produksi (Maronrong et al, 2017). Kondisi kecenderungan harga barang dan jasa yang naik juga merepresentasikan terjadinya penurunan nilai uang (Amriyani et al, 2018). Kejadian ekonomi yang mencerminkan adanya pertumbuhan yang perlu dikontrol dan diantisipasi oleh kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang.

Tingkat inflasi yang tidak terkontrol akan membahayakan wilayah/negara yang terdiri dari perusahaan maupun masyarakat. Jika suatu daerah/negara memiliki tingkat inflasi yang tinggi, maka kemampuan atau daya beli masyarakat akan berkurang. Hal ini akan berimbas pada hasil produk perusahaan yang tidak terjual dan hanya akan tersimpan di gudang penyimpanan akibat tidak laku di pasaran. Akibatnya, perusahaan akan merencanakan untuk mengurangi produksi agar dapat bertahan serta tetap mampu menggaji karyawannya. Lebih lanjut, investor akan melihat bahwa penjualan perusahaan mengalami penurunan sehingga investor akan menarik uangnya dari perusahaan tersebut (Mahzalena, 2019).

Berdasarkan penyebabnya, inflasi dibagi menjadi dua kategori, yakni demand pull inflation dan cost push inflation (Rismala et al, 2019).

1. Demand Pull Inflation

Disebabkan oleh terlalu besarnya permintaan jika dibandingkan dengan penawaran (hasil produksi) (Yulianti, et al 2019). Contohnya saat bulan puasa (bulan Ramadhan) sampai Hari Raya Idul Fitri. Kebutuhan masyarakat akan cenderung meningkat khususnya dalam hal pakaian dan makanan hingga kendaraan (mudik). Faktor terjadinya inflasi jenis ini salah satunya adalah FOMO (Fear of Missing Out). Kondisi tidak mau menyia-nyaiakan waktu dan tidak mau tertinggal akan sesuatu yang sedang booming akan membuat alam bawah sadar masyarakat untuk mengusahakan segala cara.

2. Cost Push Inflation

Inflasi ini terjadi akibat perusahaan menaikkan biaya produksi untuk melindungi margin profit. Dampak kenaikan biaya produksi adalah naiknya harga hasil produksi sehingga perputaran uang berkurang. Akhirnya, pendapatan nasional pun mengalami penurunan dan akan menekan

pertumbuhan ekonomi. Salah satu contohnya adalah saat harga minyak dunia naik, maka ongkos produksi BBM akan naik pula. Alhasil, harga BBM yang beredar di masyarakat pun akan meningkat.

H1: Inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks LQ45

Nilai Tukar Rupiah

Nilai tukar atau kurs adalah nilai dari mata uang suatu negara terhadap negara lainnya pada periode tertentu. Kurs rupiah akan berubah-ubah atau berfluktuatif setiap saat dan berbeda-beda untuk setiap negara. Semakin tinggi nilai tukar rupiah terhadap USD, maka harga barang di Indonesia akan cenderung mengalami kenaikan. Lebih lanjut, ketidakstabilan nilai tukar rupiah terhadap dollar akan menyebabkan ketidakstabilan harga saham.

Terdapat dua pendekatan teori yang menghubungkan kurs mata uang dengan harga saham, yakni *good market approach* dan *portfolio balance approach* (Sudirman, 2018). *Good market approach* adalah perubahan mata uang yang mempengaruhi tingkat kompetitif perusahaan, kemudian akan mempengaruhi pendapatan perusahaan, dan akan mempengaruhi harga sahamnya. Contohnya pada perusahaan batubara, perusahaan menjual batubara ke luar negeri berdasarkan kurs yang berlaku. Semakin kuat rupiah terhadap USD, maka biaya produksi akan semakin rendah, dan harga penjualan akan semakin tinggi. Ketika harga penjualan semakin tinggi, maka laba yang diterima perusahaan akan meningkat. Pada akhirnya, laporan keuangan perusahaan akan dapat tercermin hasil yang baik dan harga saham akan terus meningkat. Sedangkan pada *portfolio balance approach* sangat ditekankan pada *capital account transactions*.

Pada dasarnya, kurs rupiah terhadap USD selalu berubah setiap saat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor penyebab berubahnya kurs secara langsung dapat diakibatkan oleh permintaan valas yang ditentukan oleh impor barang dan jasa yang memerlukan dolar ataupun penawaran valas akibat ekspor barang dan jasa yang membutuhkan dolar. Sedangkan faktor penyebab perubahan kurs secara tidak langsung dapat disebabkan oleh (1) Posisi neraca pembayaran. Jika saldo neraca pembayaran mengalami defisit, maka permintaan valas meningkat. Alhasil nilai tukar rupiah akan melemah atau terdepresiasi, begitupun sebaliknya, (2) Tingkat inflasi. Kenaikan harga dapat mempengaruhi kurs. Kenaikan daya beli mata uang domestik akan mengakibatkan apresiasi, begitupun sebaliknya, (3) Tingkat bunga. Kenaikan suku bunga akan mengakibatkan mata uang mengalami apresiasi atau penguatan terhadap mata uang negara

lain, (4) Tingkat pendapatan nasional. Pendapatan nasional yang meningkat mengindikasikan kenaikan transaksi ekonomi yang berujung pada kenaikan impor dan menyebabkan rupiah terdepresiasi, (5) Kebijakan moneter. Misalkan melalui keputusan BI untuk menambah jumlah uang yang beredar akan menyebabkan rupiah terdepresiasi, (6) Ekspektasi dan spekulasi. Kejadian-kejadian diluar rencana atau diluar ekspektasi akan menyebabkan guncangan pada nilai tukar, contohnya jika terjadi ledakan bom atau kasus terorisme.

H2: Nilai tukar rupiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap indeks LQ45

Harga Saham

Harga saham merupakan hasil pembagian market capital dengan jumlah lembar saham yang beredar. Pembentukan harga saham terjadi akibat terjadinya permintaan dan penawaran di posisi harga yang berbeda-beda dan jumlah lot yang beragam. Semakin banyak pembeli atau peminat terhadap suatu saham atau dengan kata lain terjadinya peningkatan permintaan (demand), maka harga akan bergerak naik.

Lebih lanjut, psikologi investor dapat tercermin dari pergerakan harga saham yang fluktuatif. Pergerakan naik dan turunnya harga saham dapat terlihat dari candlestick yang terdiri dari body dan shadow. Selain itu, perbedaan pandangan dalam menganalisis pun dapat menggerakkan harga saham. Analisis teknikal maupun analisis fundamental yang beragam akan memberikan pandangan yang berbeda bagi setiap investor. Misalkan dalam analisis teknikal, terdapat analisis foreign flow, bid and offer, hingga fibonacci. Sedangkan dalam analisis fundamental, terdapat analisis value investing dan growth investing.

Cerminan permintaan dan penawaran terhadap suatu saham pun akan terlihat dari grafik (line chart). Pergerakan harga saham akan mengindikasikan antara uptrend, downtrend, atau sideways. Kecenderungan harga saham ini memberikan gambaran bagi investor untuk buy, sell, atau hold. Strategi dalam mengelola keuangan yang dimiliki pun menjadi hal penting untuk memperoleh keuntungan, misalkan dengan menerapkan Dollar Cost Averaging (DCA), averaging down, buy on weakness, atau sell on strength.

Indeks LQ45

Indeks LQ45 adalah 45 saham yang dapat diperjualbelikan di Bursa Efek Indonesia dan terdiri dari berbagai sektor industri di dalamnya yang disesuaikan setiap enam bulan sekali (yakni bulan Februari dan Agustus setiap tahunnya) dengan memasukkan saham-saham baru yang memasuki syarat untuk terdaftar pada indeks LQ45 serta mengeluarkan

saham-saham yang tidak memasuki syarat-syarat agar tetap berada pada indeks LQ45. Dengan kata lain, indeks LQ45 akan selalu berubah setiap saat.

Saham-saham yang termasuk ke dalam indeks LQ45 merupakan saham-saham yang paling aktif diperdagangkan, memiliki kondisi keuangan yang baik, memiliki kapitalisasi pasar tertinggi dalam 1-2 bulan terakhir, nilai transaksi tertinggi dalam 12 bulan terakhir, telah tercatat di Bursa Efek Indonesia minimal 3 bulan terakhir, serta memiliki prospek pertumbuhan yang baik (Karamoy et al, 2017).

LQ45 atau yang juga dikenal sebagai bluechip secara umum memberikan risiko yang lebih kecil bagi investor karena fundamentalnya dan likuiditasnya yang cukup baik. Alhasil investor akan memilih saham-saham LQ45 yang kemudian akan menaikkan indeks LQ45 karena demand yang tinggi. Meskipun demikian, tidak menutup kemungkinan perusahaan yang terdaftar di LQ45 dapat mengalami kejatuhan seperti yang dialami Nokia, Noble Group, dan Deutsche Bank (Poon, 2016). Kejatuhan saham dapat terjadi karena manajemen perusahaan yang bermasalah, adanya faktor eksternal maupun internal yang mempengaruhi produksi, dan hal-hal lainnya. Oleh sebab itu, investor tetap harus melakukan review secara berkala, meskipun saham LQ45 telah terpilih sebagai saham-saham top quality.

METODA

Desain Penelitian

Desain penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan dua variabel independen dengan variabel dependen. Seluruh variabel, baik independen maupun dependen diperoleh dari bulan Januari 2019 hingga Desember 2019 dengan interval per bulan yang didapat dari data sekunder tepercaya (Bank Indonesia, Investing.com, dan Kementerian Perdagangan) kemudian dianalisis menggunakan software SPSS versi 22.

Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen (bebas), yakni tingkat inflasi atau X1 (Kenaikan harga barang/jasa terhadap nilai mata uang pada suatu negara yang dicatat setiap bulan oleh Bank Indonesia) dan yang kedua yakni nilai tukar rupiah atau X2 (Nilai tukar rupiah terhadap mata uang Dollar Amerika Serikat setiap bulan). Kedua variabel tersebut akan menentukan variabel dependen (terikat) dengan persentase pengaruh sesuai dengan analisis yang dilakukan. Variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini yaitu Indeks LQ45 yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia (Suatu indeks

yang merepresentasikan 45 saham-saham yang terdaftar pada LQ45 yang juga mencerminkan dari berbagai sektor industri, baik perbankan, pertambangan, konsumen, dan lainnya).

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan software SPSS versi 22. Berbagai pengujian dilakukan, seperti uji t, uji F, koefisien determinasi untuk menentukan R², serta regresi linear berganda. Pengujian dilakukan dengan memasukkan 12 data yang merepresentasikan 12 bulan dalam tahun 2019, baik pada variabel inflasi, 12 data pada variabel nilai tukar rupiah, dan 12 data pada variabel indeks LQ45. Berikut ini bentuk regresi linear berganda (Rio et al., 2020).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen/terikat (Indeks LQ45)
 X1 = Variabel independen/bebas (Inflasi)
 X2 = Variabel independen/bebas (Nilai Tukar Rupiah)
 a = Konstanta
 b1, b2 = Koefisien regresi
 e = Residual (Variabel kesalahan/error)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Besar pengaruh yang diberikan pun dapat terlihat dari b₁ dan b₂. Sedangkan pengaruh atau tidaknya dapat terlihat dari signifikansi yang ada. Nilai signifikansi >0,05 berarti bahwa variabel independen tersebut tidak mempengaruhi variabel dependen, sedangkan nilai signifikansi <0,05 mempunyai arti bahwa variabel independen memberikan pengaruh terhadap nilai dari variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1372,742	816,062		1,682	0,127
X1	-27,924	22,457	-0,389	-1,243	0,245
X2	-0,020	0,059	-0,108	-0,344	0,739

a. Dependent Variable: Indeks LQ45 (Y)

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan model persamaan regresi linear berganda untuk memperkirakan pengaruh inflasi dan nilai tukar rupiah pada indeks LQ45 yakni:

$$Y = 1372,742 - 27,924 \text{ Inflasi} - 0,02 \text{ Nilai Tukar Rupiah} + e$$

Koefisien-koefisien hasil permodelan regresi linear berganda dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta a sebesar 1372,742 menunjukkan apabila Inflasi dan Nilai Tukar Rupiah memberikan nilai 0, maka nilai variabel dependen bergantung pada konstanta sebesar 1372,742

Nilai koefisien b_1 (inflasi) sebesar -27,924 menunjukkan setiap peningkatan inflasi sebesar 1% maka pengaruh variabel independen (inflasi) terhadap indeks LQ45 akan mengalami kenaikan sebesar -27,924 dengan catatan variable lain tetap

Nilai koefisien b_2 (nilai tukar rupiah) sebesar -0,020 menunjukkan setiap peningkatan nilai tukar rupiah sebesar 1% maka pengaruh variabel independen (nilai tukar rupiah) terhadap indeks LQ45 akan mengalami kenaikan sebesar -0,020 dengan catatan variable lain tetap

Koefisien Determinasi

Variabel independen akan mempengaruhi variabel dependen. Besar kecilnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang berada dikisaran 0 (tidak memiliki pengaruh) hingga 1 (memiliki pengaruh seutuhnya).

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square (R ²)	Adjusted R ²
1	0,432	0,186	0,005

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai R² sebesar 0,186 atau 18,6%. Berarti secara pengaruh kedua variabel independen secara simultan hanya 18,6% untuk mempengaruhi variabel dependen. Dengan kata lain, pengaruh mayoritas untuk menggerakkan indeks LQ45 tidak diketahui dalam penelitian ini sebesar 81,4%. Oleh karena itu, kedua variabel ini tidak dapat dijadikan acuan karena pengaruhnya yang sangat kecil.

Uji t

Pengaruh parsial dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dapat terlihat dari signifikansi dan t hitung yang dibandingkan dengan t tabel. Standar

aturan yang digunakan adalah 0,05 untuk batas signifikansi dan t tabel sebesar 2,228 dengan df sebesar 10 dan α sebesar 0,05.

Tabel 3. Hasil Uji Nilai t

	Nilai t	Sig.	Standar Aturan	Kesimpulan
Hipotesis X1	-1,243	0,245	<0,05 dan > t tabel (2,228)	Hipotesis ditolak
Hipotesis X2	-0,344	0,739	<0,05 dan > t tabel (2,228)	Hipotesis ditolak

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa Hipotesis X1 ditolak. Hasil menunjukkan nilai t hitung berada di antara -2,228 dan 2,228 serta nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau sebesar 0,245. Maka dari itu variabel inflasi tidak berpengaruh terhadap indeks LQ45.

Tabel di atas juga mengatakan bahwa Hipotesis X2 ditolak. Hasil menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,344 atau berada di antara -2,228 dan 2,228 serta nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau sebesar 0,739. Maka dari itu variabel nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap indeks LQ45.

Uji F

Pengaruh parsial dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dapat terlihat dari signifikansi dan t hitung yang dibandingkan dengan t tabel.

Tabel 4. Hasil Uji Nilai F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1224,724	2	612,362	1,030	0,396 ^b
	Residual	5351,044	9	594,560		
	Total	6575,768	11			

Dependent Variable: Indeks LQ45 (Y)

Predictors: (Constant), Nilai Tukar Rupiah, Inflasi

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas, didapat F hitung sebesar 1,030 < F tabel (4,96) dan nilai signifikansi 0,396 > 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Inflasi pada Indeks LQ45

Penelitian ini menghasilkan bahwa inflasi tidak berpengaruh terhadap indeks LQ45. Hal ini dapat terlihat karena nilai signifikansi <0,05 dan nilai t hitung berada diantara -2,228 dan 2,228 sehingga hipotesis (H1) ditolak. Inflasi yang terus berfluktuasi pada dasarnya telah terjadi sejak 2015 dan cenderung konstan di angka 3% hingga 2019. Hal ini membuat investor, baik lokal maupun luar negeri melihat Indonesia berada di kondisi yang stabil

terkait inflasi atau kenaikan harga barang/jasa. Hal ini menjadikan estimasi perhitungan analisis, baik secara mandiri maupun korporat cukup sesuai dengan kenyataan/fakta sehingga investor tidak terkejut atau heran akan kondisi inflasi yang terjadi sejak Januari 2019 hingga Desember 2019. Alasan kedua yakni tingkat inflasi yang masih di bawah 10% mengakibatkan pasar masih bisa menerima (Kewal, 2012). Inflasi yang berada di bawah 10% masih tergolong inflasi ringan. Hal ini berimbas pada psikologi investor yang masih merasa aman dan nyaman dalam membeli dan menjual saham LQ45. Perilaku investor lokal maupun luar negeri tidak begitu banyak berubah berdasarkan tingkat inflasi yang cenderung stagnan. Namun hal ini akan berbeda jika terjadi inflasi sedang (10-30%), inflasi berat (30-200%), atau bahkan hyper inflation (>200%) karena dapat mengganggu pasar modal serta indeks LQ45.

Pengaruh Nilai Tukar Rupiah pada Indeks LQ45

Hasil penelitian menyatakan bahwa nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap indeks LQ45. Hal ini dapat terlihat dari nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 serta t hitung berada di antara -2,228 dan 2,228 sehingga hipotesis (H2) ditolak. Nilai tukar rupiah atau kurs rupiah mengalami fluktuasi dengan titik terendah pada bulan Desember 2019 sebesar 13900 dan titik tertinggi pada bulan Mei 2019 sebesar 14385. Dengan kata lain selama tahun 2019, jarak kurs rupiah terhadap USD titik terendah ke titik tertinggi sebesar 500 rupiah. Hal ini secara sederhana tidak cukup signifikan mengalami perubahan. Maka dari itu pengaruh nilai tukar terhadap indeks LQ45 tidak signifikan. Atau dengan kata lain, investor cenderung bertransaksi saham LQ45 secara normal dan tetap menggunakan analisis fundamental maupun teknikal yang biasa dipakai, bukan karena informasi nilai kurs rupiah yang berubah.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa inflasi dan nilai tukar rupiah tidak berpengaruh signifikan terhadap harga indeks LQ45 pada tahun 2019. Hal tersebut terjadi karena secara umum tidak terjadi pergerakan yang signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya sehingga estimasi investor cukup sesuai dengan fakta yang ada. Implikasi penelitian ini bahwa investor perlu melakukan analisis fundamental dan/atau teknikal untuk memberikan keputusan buy atau sell pada saham-saham LQ45. Keterbatasan penelitian ini yakni jumlah variabel independen hanya berjumlah dua dan kedua variabel tersebut sedikit

mempengaruhi harga indeks LQ45. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mencari variabel independen lainnya agar R^2 mendekati atau bahkan mencapai 100%.

DAFTAR PUSTAKA

- Amriyani, D. & Choiriyah. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Inflasi Dan Kurs Terhadap Harga Saham Indeks PEFINDO25. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 433-446.
- Andriana, D. (2015). Pengaruh Nilai Tukar Terhadap Harga Saham Setelah Initial Public Offering (IPO). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(3), 761-767.
- Fauzan, M. (2018). Pengaruh Kurs Rupiah Dan Right Issue Terhadap Harga Saham PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Yang Listing di Jakarta Islamic Index. *At-Tawassuth*, 3(1), 507-528.
- Habiburrahman. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Dan Inflasi Terhadap Indeks Harga Saham Sektor Properti Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 112-129.
- Haryanto. (2020). Dampak Covid-19 terhadap Pergerakan Nilai Tukar Rupiah dan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). *The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 151-165.
- Karamoy, H. & Tasik, H. (2017). Peran Eksistensi Saham Di LQ45 Pada Kinerja Profitabilitas Perusahaan. *Ekuitas: Jurnal Ekonomia dan Keuangan*, 3(1), 72-94.
- Mahzalena, Y. & Juliansyah, H. (2019). Pengaruh Inflasi, Pengeluaran Pemerintah dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 2(1), 37-50.
- Maronrong, R. & Nugrhoho, K. (2017). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Dan Nilai Tukar Terhadap Harga Saham Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Otomotif Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(2), 277-295.
- Ningsih, D. & Andiny, P. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kemiskinan di Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(1), 53-61.
- Nurlina. (2017). Pengaruh Nilai Tukar dan Suku Bunga Terhadap Harga Saham PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(1), 33-41.
- Poon, A. (2016). Not Too Big To Fail: 5 Blue Chip Companies That Have Fallen From Grace: 5 Companies that are Good Reminders for Us that Blue Chip Companies are not Infallible. [Online] Available at: <https://dollarandsense.sg/no-such-thing-as-too-big-to-fail-5-bluechip-companies-that-have-fallen-fromgrace/>.
- Pujawati, P., Wiksuana, I., & Artini, L. (2015). Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Terhadap Return Saham Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 4.04, 220-242.
- Rismala, R. & Elwisam. (2019). Pengaruh Inflasi, BI Rate, Kurs Rupiah, Dan Harga Emas Dunia Terhadap Indeks Harga Saham Sektor Pertambangan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 80-97.
- Sudirman. (2018). Pengaruh Perubahan Nilai Tukar Rupiah Tengah US Dollar Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Al-Buhuts*, 1(1), 1-17.
- Utomo, F. (2013). Pengaruh Inflasi Dan Upah Terhadap Pengangguran Di Indonesia Periode Tahun 1980-2010. *Jurnal Ilmiah*.
- Yulianti, R. & Khairuna. (2019). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Aceh Periode 2015-2018 Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Akuntansi Muhammadiyah*, 9(2), 113-123.

TANTANGAN KAWASAN PRASEJARAH SITUS GUNUNG PADANG SEBAGAI DESTINASI WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Syahid⁴³

Winnie Gunarti Widya Wardani

Wulandari

Universitas Indraprasta PGRI

Abstract

The potential for local tourism during the Covid-19 pandemic is a challenge that must be faced. This has an impact on the lives of the surrounding community. One of the areas affected is the Gunung Padang Site in Karyamukti Village, Cianjur, West Java. The area of punden terraces and stones from the megalithic era has drastically decreased tourist visits, both local and foreign. This results in the loss of livelihoods of the surrounding community. This study aims to determine the important elements that need to be developed as a tourist destination based on local wisdom. The combination method is used to analyze the attractiveness of the site, as well as what tourists need at that location. Quantitatively, the survey data shows the importance of facilities and infrastructure, in the form of food stalls, souvenir shops, cleaning rooms, prayer rooms, lodging places, information rooms, the role of caretakers, and the availability of printed or audiovisual information media. Qualitatively, the needs of tourists for information media are analyzed using a visual communication design approach with reference to the principles of media design. This research is expected to be a reference for developing information media about the potential of effective local tourist destinations, as well as encouraging public awareness to jointly protect and preserve historical and cultural heritage.

Keywords: Prehistoric areas, tourist destination, local wisdom

Abstrak

Potensi pariwisata lokal di masa pandemi Covid-19 menjadi tantangan yang harus dihadapi. Hal ini berdampak pada kehidupan masyarakat di sekelilingnya. Salah satu kawasan yang terdampak adalah Situs Gunung Padang di Desa Karyamukti Cianjur Jawa Barat. Kawasan peninggalan punden berundak dan batu-batu zaman megalitikum ini mengalami penurunan kunjungan wisatawan secara drastis, baik lokal maupun mancanegara. Hal ini berakibat pada hilangnya mata pencaharian masyarakat di sekitar kawasan. Studi ini bertujuan untuk mengetahui unsur-unsur penting apa saja yang perlu dikembangkan dari Situs Gunung Padang sebagai destinasi wisata berbasis kearifan lokal. Metode kombinasi digunakan untuk menganalisis daya tarik situs tersebut, serta apa saja yang menjadi kebutuhan wisatawan di lokasi tersebut. Secara kuantitatif, data survei menunjukkan pentingnya sarana dan prasarana, berupa warung, toko souvenir, ruang kebersihan, ruang ibadah, tempat penginapan, ruang informasi, peran juru pelihara, serta ketersediaan media informasi cetak atau audiovisual. Secara kualitatif, data kebutuhan wisatawan terhadap media informasi dianalisis menggunakan pendekatan desain komunikasi visual dengan mengacu pada prinsip-prinsip desain media. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengembangkan media informasi tentang potensi destinasi wisata lokal yang efektif, sekaligus mendorong kesadaran masyarakat untuk bersama-sama menjaga dan melestarikan warisan sejarah dan budaya.

Kata kunci: Kawasan prasejarah, destinasi wisata, kearifan lokal

⁴³syahid@unindra.ac.id

PENDAHULUAN

Sejak tahun 2018, Situs Gunung Padang di Desa Karyamukti, Cianjur, Jawa Barat, telah ditetapkan pemerintah sebagai kawasan cagar budaya. Meskipun namanya telah berubah menjadi Cagar Budaya Nasional Gunung Padang, namun lokasi wisata di kawasan berbukit ini lebih dikenal dengan nama Situs Megalitikum Gunung Padang. Situs ini pertama kali ditemukan tahun 1979, dan mulai dilakukan penelitian resmi pada tahun 2011 oleh Tim Katrastopik Purba dari Kantor Staf Khusus Kepresidenan pemerintah Indonesia (Sulaeman, 2017), dan hingga kini masih terus menjadi perhatian para peneliti dunia

Penemuan sisa punden berundak dengan sebaran batu Zaman Megalitikum yang terbagi ke dalam lima teras di situs tersebut menunjukkan adanya bukti otentik arkeologi sisa bangunan tempat ritual peribadatan terhadap arwah nenek moyang pada masa prasejarah. Adanya aktivitas manusia di masa itu, dengan sendirinya memuat nilai-nilai budaya dan pengetahuan tentang kearifan lokal. Hambalie dan Dewi (2018: 371), menyebutkan pemikiran dari Matsumoto dan Juang, bahwa nilai budaya termasuk bagian dari kebudayaan yang meskipun secara fisik bukan sebagai artefak dan bersifat abstrak, namun ia dapat dijadikan gagasan pedoman dalam bertingkah laku di masyarakat. Oleh karena itu hasil dari aktivitas manusia di masa itu dapat menjadi warisan nilai-nilai budaya yang harus dijaga dan dilestarikan, karena mengandung sejarah pengetahuan tentang kearifan lokal.

Penetapan situs sebagai wisata cagar budaya ini telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, khususnya dalam Pasal 1 ayat 1a yang menyatakan bahwa: "Cagar budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan".

Sebelum terjadinya situasi pandemi Covid-19, kawasan Situs Gunung Padang banyak dikunjungi oleh peneliti maupun wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Berdasarkan hasil wawancara tim peneliti dengan Nanang, Koordinator Juru Pelihara di situs tersebut, pengunjung bisa mencapai hingga seribu orang di akhir pekan, dan hari biasa sekitar 300-500 orang per harinya. Kondisi ini dengan sendirinya ikut membuka mata pencaharian baru bagi masyarakat sekitar.

Akan tetapi, potensi pariwisata lokal di masa pandemi ini menjadi tantangan baru yang tak terhindarkan. Pada bulan April 2020, Sesuai dengan peraturan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Parsial yang diberlakukan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, maka pihak pengelola Situs Gunung Padang sempat menutup lokasi wisata selama 3,5 bulan. Baru pada bulan Juni 2020, lokasi wisata ini kembali dibuka untuk umum, namun dengan tetap memberlakukan protokol kesehatan. Dampak langsung yang dirasakan akibat perubahan lingkungan global tersebut adalah terjadinya penurunan kunjungan wisatawan secara drastis. Terlebih, para peneliti dan wisatawan asing hampir belum ada yang berani untuk bepergian ke Indonesia lagi untuk berwisata. Hal ini berakibat pada hilangnya mata pencaharian masyarakat di sekitar kawasan.

Di satu sisi penurunan jumlah wisatawan ini memberikan peluang bagi Pihak Pengelola Situs Gunung Padang untuk melakukan pembenahan dan pengembangan terhadap kawasan situs. Studi ini pun bertujuan untuk mengetahui unsur-unsur penting apa saja yang perlu dikembangkan dari Situs Gunung Padang sebagai destinasi wisata berbasis kearifan lokal, khususnya mengacu pada sarana dan prasarana yang menjadi kebutuhan para wisatawan, di antaranya ketersediaan media informasi untuk mempromosikan kawasan wisata.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, sebelum terjadinya masa pandemi, Situs Gunung Padang telah menyediakan sejumlah sarana dan prasarana. Namun, karena keterbatasan dana dan sumber daya manusia, maka kondisi sarana dan prasarana tersebut masih memerlukan pengembangan dan perawatan. Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran tingkat kebutuhan wisatawan yang paling utama terhadap unsur-unsur penunjang di kawasan wisata situs tersebut, agar mampu menjadi kawasan wisata yang berskala global, sekaligus mendorong kesadaran masyarakat untuk terus menjaga dan melestarikan warisan sejarah dan budaya.

TELAAH PUSTAKA

Situs Gunung Padang merupakan peninggalan situs megalitikum terbesar di Asia Tenggara yang memiliki luas 3132,15 meter persegi (Ramadina, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Yondri (2014) juga menyebutkan bahwa struktur dari sebaran balok-balok batu dari sisa punden berundak yang ada di situs tersebut merupakan refleksi dari cara hidup masyarakat di masa prasejarah, di mana keadaan alam pada masa itu rawan bencana. Susunan lima teras di atas bukit yang memanjang ke arah tenggara barat laut itu

berada di ketinggian 989 di atas permukaan laut (Aksan, 2015). Hasil penelitian dari Tim Katrastopik Purba pada tahun 2011 juga berhasil menemukan sampel batu berusia antara 14.500-25.000 SM. Sampel ini pun telah divalidasi oleh laboratorium internasional Beta Analytic di Miami (Akbar, 2014).

Berdasarkan berbagai temuan penelitian tersebut, maka keberlangsungan keberadaan situs sangat penting untuk dikelola dengan baik. Bukan saja situs ini dapat menjadi destinasi wisata internasional, tetapi juga menyimpan banyak pengetahuan tentang nilai-nilai budaya di masanya yang perlu diwariskan secara turun temurun.

Akan tetapi, keberhasilan destinasi wisata berbasis kearifan lokal sangat tergantung pada manajemen pelestarian kawasan cagar budaya. Dalam praktiknya, manajemen ini memerlukan tanggung jawab dan kerja sama yang baik, terutama antara pemerintah dan masyarakat. Menurut Mulyadi (2015: 68), masyarakat di kawasan cagar budaya juga harus diberi tanggung jawab untuk mengelola lokasi wisata. Mereka diajak untuk berpartisipasi secara aktif, karena merekalah sebenarnya pemilik cagar budaya. Melalui aktivitas masyarakat di sekitar maka secara tidak langsung dapat berdampak pada peningkatan kesejahteraan hidup, di mana peluang mata pencaharian baru dapat terbuka. Jika pelibatan tidak memberikan manfaat pada masyarakat, maka pengelolaan cagar budaya dianggap tidak berhasil.

Keterlibatan masyarakat ini penting untuk dilakukan karena merekalah komunitas terdekat dan yang paling mengenal keadaan alam kawasan tersebut. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi melalui UPTD Pengelolaan Kebudayaan Daerah senantiasa mengkoordinir sumber daya manusia yang dapat bekerja di lapangan untuk membantu merawat, memelihara, dan menjaga keamanan cagar budaya. Tugas lapangan tersebut dilakukan oleh orang-orang yang berperan sebagai juru pelihara.

Berdasarkan hasil wawancara Tim Peneliti dengan Nanang, selaku Koordinator Juru Pelihara Situs Gunung Padang, saat ini terdapat 33 orang juru pelihara yang berasal dari Balai Pelestarian Cagar Budaya Banten, Dinas Kebudayaan Kabupaten Cianjur, dan sukarelawan dari Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) Jawa Barat. Tanggung jawab dari juru pelihara tidak hanya merawat benda-benda cagar budaya secara berkala, tetapi juga sebagai penyedia informasi bagi para pengunjung situs.

Untuk menunjang destinasi wisata berbasis kearifan lokal ini, tentunya diperlukan ketersediaan sarana dan prasarana yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Sebagaimana dikatakan Sari (2017: 142) bentuk pekerjaan pariwisata yang baik adalah dengan menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan seseorang.

Adapun acuan unsur-unsur yang termasuk ke dalam sarana dan prasarana ini mengacu pada pembagian dari Lothar A. Kreck (dalam Yoeti, 1996 dalam Wardana, dkk., 2019: 2-3), yaitu:

a. Sarana pokok kepariwisataan, sarana yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada kunjungan wisatawan. Termasuk di dalam unsur ini adalah travel agent, toko, restoran/warung makanan, dan tempat penginapan.

b. Sarana pelengkap kepariwisataan, sarana untuk memfasilitasi kunjungan wisatawan sehingga mereka dapat tinggal lebih lama di lokasi. Termasuk di dalam unsur ini adalah sarana olah raga, dan area permainan.

c. Sarana penunjang kepariwisataan, sarana yang berfungsi untuk mendorong kunjungan wisatawan lebih lama dan membelanjakan uangnya di lokasi wisata. Termasuk di dalam unsur ini adalah tempat-tempat hiburan, seperti klub.

Berdasarkan ketiga pembagian kelompok ini, maka unsur-unsur yang terdapat di Situs Gunung Padang dapat dikelompokkan sebagai sarana pokok kepariwisataan saja, terdiri dari warung makanan/jajanan, toko cinderamata, ruang ibadah dan tempat penginapan. Hal ini dikarenakan kawasan situs tidak menyediakan sarana olah raga atau area permainan, dan tidak pula menyediakan tempat-tempat hiburan.

Sedangkan untuk unsur yang termasuk dalam prasarana wisata, menurut Suwanto (dalam Wardana, dkk. 2019: 2-3), merupakan ketersediaan sumber daya alam yang meliputi jalan menuju lokasi wisata, listrik, air, alat komunikasi, dan sumber daya manusia. Saat ini, jalan menuju Situs Gunung Padang sudah dicor beton, sehingga memudahkan bagi kendaraan besar seperti bus untuk memasuki kawasan. Selain itu, prasarana listrik dan air juga tersedia. Air didapat dari sumber pegunungan yang dialirkan melalui pipa-pipa. Sementara ketersediaan sumber daya manusia yang dapat memberikan informasi kepada wisatawan adalah para juru pelihara yang senantiasa bertugas melalui pengelolaan ruang informasi.

Perihal ketersediaan media informasi yang bersifat cetak dan audiovisual, saat ini Situs Gunung Padang masih mengandalkan hasil dokumentasi dari para peneliti yang berasal dari komunitas, lembaga penelitian, maupun universitas.

Media informasi sangat penting sebagai sarana untuk mempromosikan kawasan wisata. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi Situs Gunung Padang, karena kekuatan

destinasi wisatanya bukan terletak pada sarana pelengkap dan penunjangnya, melainkan pada nilai-nilai budaya dari artefak peninggalan masa prasejarah. Dalam penelitian Hermawan (2017), perihal daya tarik wisata telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa tempat wisata dapat dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, indah, dan beraneka nilai alam, budaya, dan manusia. keragaman yang dibuat, yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Oleh karena itu, pengembangan media informasi yang komunikatif dan efektif untuk menarik perhatian masyarakat tidak dapat dilepaskan dari kreativitas desain. Dalam hal ini, pengembangan media informasi dapat mengacu pada prinsip-prinsip desain komunikasi visual.

Bentuk media informasi cetak yang umumnya digunakan untuk kawasan wisata adalah brosur, poster, dan infografis statis. Namun media informasi cetak biasanya memiliki kelemahan berupa masa hidup yang singkat, kualitas cetakan, sifatnya pasif dan statis, dan membutuhkan minat baca yang besar dari pembacanya. Kekuatan visual media informasi cetak tersebut harus didukung kekuatan gambar atau foto. Menurut Hartel dan Thomson (2011 dalam Wardani, dkk., 2019: 186) "kekuatan gambar sebagai karya fotografi memiliki keunggulan yang bisa digunakan untuk mempresentasikan kata-kata yang sulit terucap. Melalui gambar, orang juga dapat lebih memberi perhatian dengan cara baru, lebih mudah mengingat, mendorong keingintahuan, membanguncerita, meningkatkan pemahaman, empati, sekaligus mendorong pengetahuan".

Sedangkan bentuk media informasi audio visual yang umumnya digunakan untuk kawasan wisata adalah infografis dinamis dan film dokumenter. Media informasi audio visual juga memiliki kelemahan, di antaranya pergerakan gambar dan suara yang terlalu cepat kerap membuat penangkapan pesan yang keliru atau tidak dapat dipahami, dan menimbulkan persepsi yang berbeda. Selain itu, pembuatannya pun cenderung memerlukan biaya produksi yang tinggi. Kekuatan dari media informasi audio visual adalah dapat menghadirkan visualisasi peristiwa atau proses kegiatan yang direkam secara langsung, kemudian membangun imajinasi, dan efek gambarnya dapat memengaruhi psikologis penontonnya. Dikatakan Desiderato (dalam Wardani, dkk., 2017: 96), efek menafsirkan makna informasi yang diserak melalui sensorik tidak hanya dapat melibatkan sensasi, tetapi juga perhatian, harapan, motivasi, dan penyimpanan. Itu sebabnya film dokumenter yang bernilai sejarah sering membekas dalam ingatan penontonnya.

Pengembangan hipotesis

Berdasarkan uraian pustaka di atas, maka kawasan wisata Situs Gunung Padang dapat menjadi destinasi wisata yang potensial jika unsur-unsur penting yang termasuk sebagai sarana dan prasarana di kawasan tersebut dapat dikelola dengan baik. Peristiwa pandemi Covid-19 yang memberi perubahan iklim global terhadap kawasan wisata dapat memberikan dampak negatif sekaligus positif. Menurunnya jumlah wisatawan secara drastis dapat dianggap sebagai dampak negatif karena berpengaruh pada keberlangsungan perekonomian masyarakat sekitar yang selama ini menggantungkan mata pencahariaanya pada kunjungan wisatawan. Namun dari sudut pandang positif, penurunan kunjungan wisatawan ini juga memberi peluang bagi Situs Gunung Padang untuk memperbaiki dan mengembangkan kawasan wisata. Untuk itu, pandangan masyarakat terhadap unsur-unsur sarana dan prasarana yang sangat dibutuhkan menjadi hal penting untuk dijadikan referensi.

METODA

Penelitian ini menggunakan metode kombinasi untuk mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif serta kualitatif. Secara kuantitatif, tim peneliti melakukan survei terhadap wisatawan yang sedang berkunjung ke kawasan situs sebagai populasi kecil untuk mengetahui pandangan dan kebutuhan mereka tentang daya tarik Situs Gunung Padang sebagai destinasi wisata.

Sedangkan secara kualitatif, analisis data difokuskan pada ketersediaan media informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan sebagai sarana penyampai pesan dan pengetahuan tentang situs. Pembahasan menggunakan pendekatan desain komunikasi visual yang mengacu pada prinsip-prinsip desain di dalam pengembangan media informasi.

Metode kombinasi ini diperlukan untuk memetakan tingkat kebutuhan wisatawan terhadap sarana dan prasarana sebagai unsur-unsur penunjang kawasan wisata berbasis kearifan lokal yang dapat menjadi daya tarik.

Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, observasi, wawancara, dan survei menggunakan kuesioner. Observasi dilakukan sebanyak tiga kali di kawasan Situs Gunung Padang, dimulai sejak pertengahan tahun 2019 hingga triwulan pertama tahun 2020, untuk mengamati dan mendokumentasikan kondisi sarana dan prasarana yang

selama ini tersedia. Tim peneliti juga melakukan pengamatan terhadap wisatawan serta masyarakat di sekitar kawasan wisata.

Adapun wawancara mendalam dilakukan terhadap Nanang selaku koordinator juru pelihara, untuk memperoleh informasi tentang aktivitas wisatawan di kawasan situs. Umumnya aktivitas yang dilakukan pengunjung terdiri dari: berswafoto dengan latar pemandangan alam dan bebatuan, mencari informasi tentang sejarah situs, berdoa agar hajatnya terkabul, bertamasya bersama keluarga, dan didorong keingintahuan untuk mengetahui jejak peninggalan zaman megalitikum.

Populasi dan Sampel

Secara kuantitatif, tim peneliti melakukan survei terhadap 165 wisatawan yang berada di kawasan situs dan sampel dipilih secara random, terdiri dari mahasiswa, orang dewasa, pasangan, dan keluarga, untuk mengetahui pandangan dan kebutuhan mereka tentang daya tarik Situs Gunung Padang sebagai destinasi wisata.

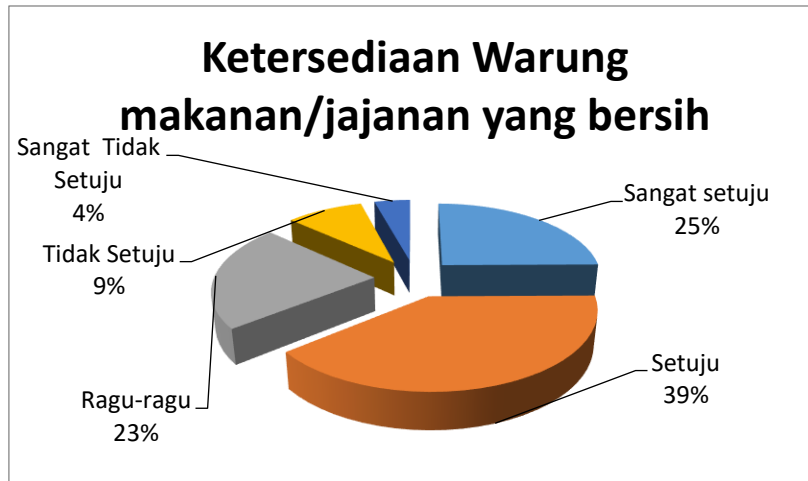
Pengumpulan data survei menggunakan kuesioner skala likert, dengan bentuk jawaban: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Ragam pilihan ini didasarkan pada pertimbangan adanya harapan dan kebutuhan setiap orang yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survei terhadap para wisatawan di kawasan Situs Gunung Padang diperlukan karena situs prasejarah ini merupakan cagar budaya yang perlu dijaga dan dilestarikan. Situs ini dapat diwariskan kepada generasi berikutnya sebagai sumber pengetahuan sosial budaya. Dikatakan oleh Timothy dan Nyaupane (dalam Nafila, 2013: 67) bahwa destinasi wisata budaya yang biasa disebut *heritage tourism* "biasanya bergantung kepada elemen hidup atau terbangun dari budaya dan mengarah kepada penggunaan masa lalu yang tangible dan intangible sebagai riset pariwisata". Oleh karena itu, untuk mewujudkan destinasi wisata berbasis kearifan lokal yang sesuai harapan, diperlukan dukungan seluruh pihak, baik dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, masyarakat setempat, komunitas, maupun wisatawan sendiri. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung, otomatis akan menghidupkan kawasan wisata, dan hal ini pun berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

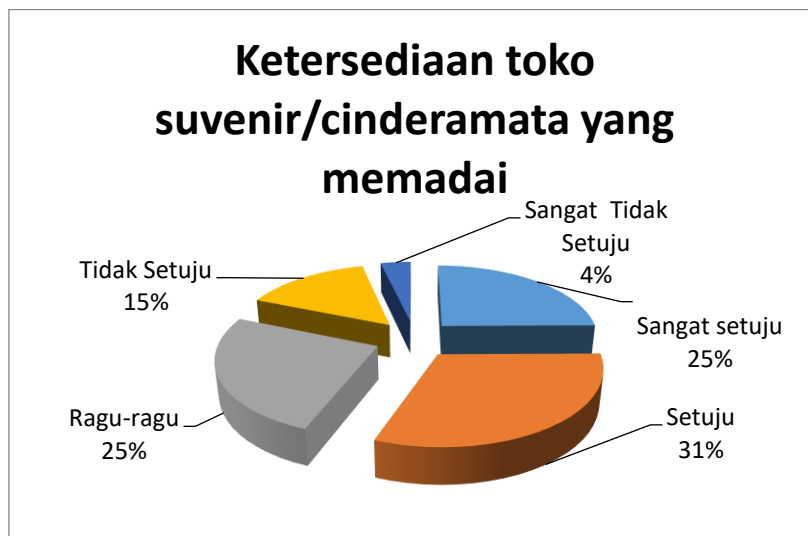
Hasil

Hasil data survei tentang ketersediaan warung makanan/jajanan yang bersih di kawasan situs dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 41 (25%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 65 (39%) wisatawan menyatakan setuju, 37 (23%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 15 (9%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan 7 (4%) wisatawan menyatakan sangat tidak setuju.



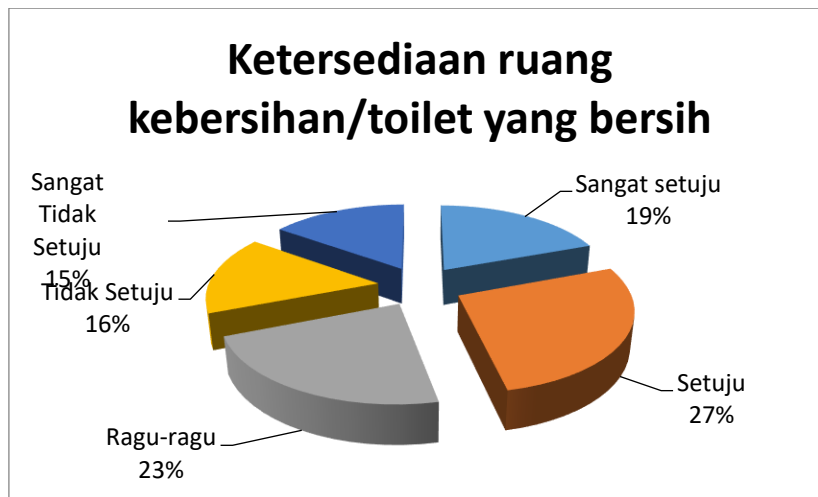
Gambar 1. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan warung makanan

Selanjutnya hasil data survei tentang ketersediaan toko souvenir/cinderamata dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 41 (25%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 51 (31%) wisatawan menyatakan setuju, 42 (25%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 25 (15%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan 6 (4%) wisatawan menyatakan sangat tidak setuju.

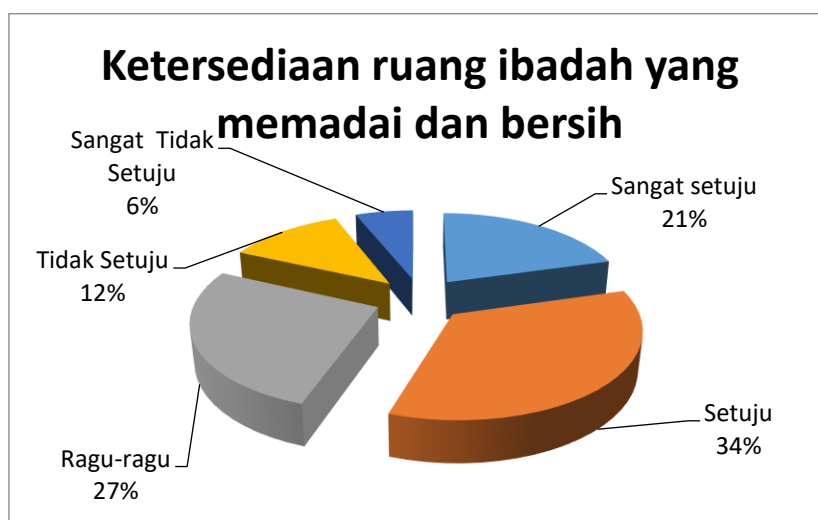


Gambar 2. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan toko souvenir

Kemudian hasil data survei tentang ketersediaan ruang kebersihan/toilet yang bersih dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 32 (19%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 45 (27%) wisatawan menyatakan setuju, 37 (23%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 26 (16%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan 25 (15%) wisatawan menyatakan sangat tidak setuju.

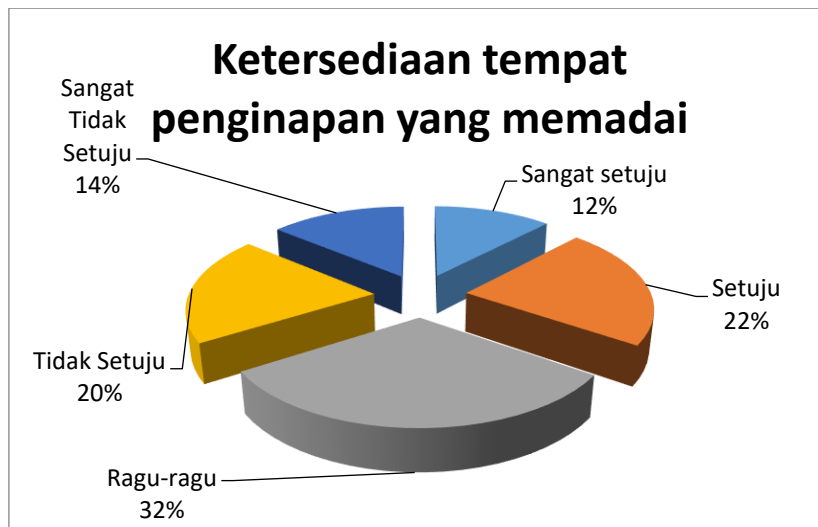
**Gambar 3. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan ruang kebersihan**

Berikutnya, hasil data survei tentang ketersediaan ruang ibadah yang memadai dan bersih di kawasan situs dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 34 (21%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 57 (34%) wisatawan menyatakan setuju, 44 (27%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 20 (12%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan 10 (6%) wisatawan menyatakan sangat tidak setuju.

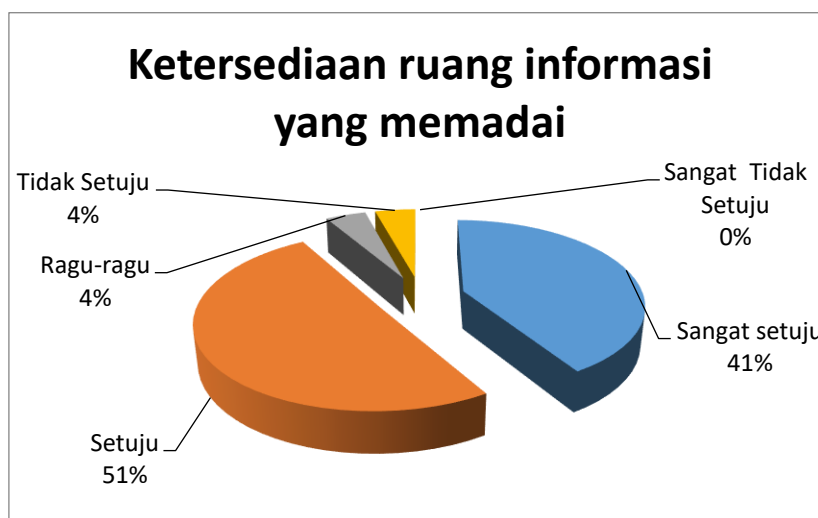


Gambar 4. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan ruang ibadah

Selanjutnya hasil data survei tentang ketersediaan tempat penginapan yang memadai dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 20 (12%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 37 (22%) wisatawan menyatakan setuju, 52 (32%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 33 (20%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan 23 (14%) wisatawan menyatakan sangat tidak setuju.

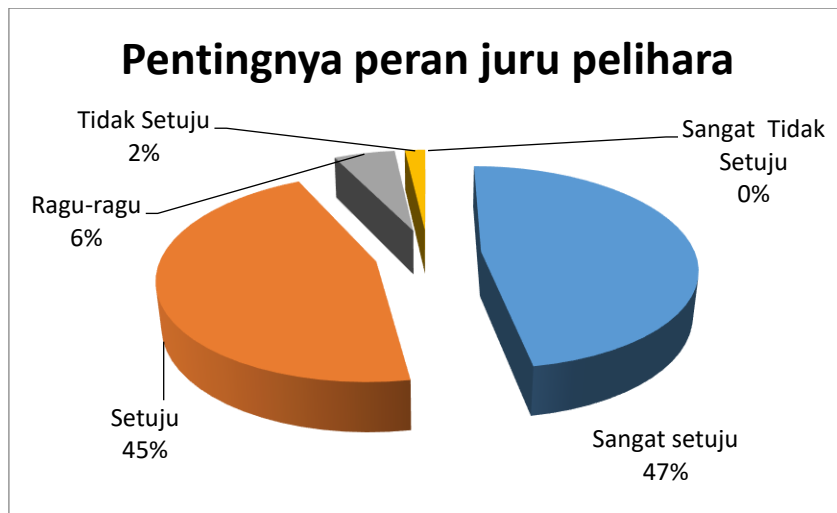
**Gambar 5. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan tempat penginapan**

Kemudian hasil data survei tentang ketersediaan ruang informasi yang memadai dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 68 (41%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 83 (51%) wisatawan menyatakan setuju, 7 (4%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 7 (4%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan tidak ada (0%) wisatawan yang menyatakan sangat tidak setuju.

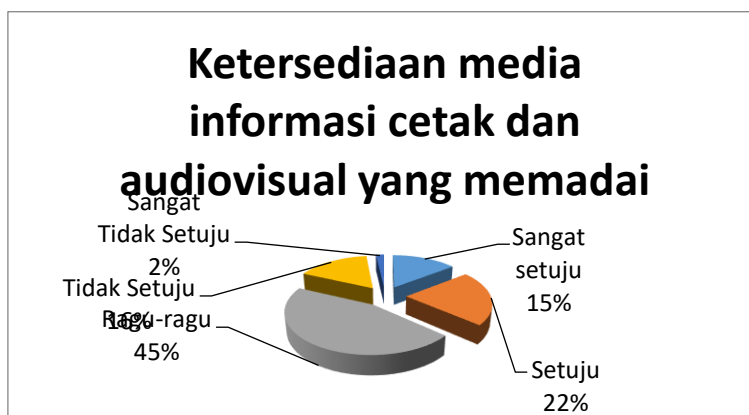


Gambar 6. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan ruang informasi

Selain itu, survei ini juga mengumpulkan data untuk mengetahui pandangan wisatawan tentang pentingnya peran juru pelihara. Hasil data survei menunjukkan sebagai berikut: 78 (47%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 75 (45%) wisatawan menyatakan setuju, 9 (6%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 3 (2%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan tidak ada (0%) wisatawan yang menyatakan sangat tidak setuju.

**Gambar 7. Data survei pandangan wisatawan tentang pentingnya peran juru pelihara**

Sedangkan hasil data survei tentang ketersediaan media informasi cetak dan audiovisual yang memadai dalam pandangan wisatawan menunjukkan data sebagai berikut: 24 (15%) wisatawan menyatakan sangat setuju, 36 (22%) wisatawan menyatakan setuju, 75 (45%) wisatawan menyatakan ragu-ragu, 27 (16%) wisatawan menyatakan tidak setuju, dan 3 (2%) wisatawan menyatakan sangat tidak setuju.

**Gambar 8. Data survei pandangan wisatawan tentang ketersediaan media informasi**

Pembahasan

Berdasarkan hasil data survei di atas, analisis difokuskan pada jumlah persentase total pandangan wisatawan yang menyatakan "setuju" dan "sangat setuju" sebagai pandangan yang bersifat positif, dan jumlah persentase total pandangan wisatawan yang menyatakan "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju" sebagai pandangan yang bersifat negatif. Pandangan yang bersifat "ragu-ragu" tidak dimasukkan ke dalam analisis karena dianggap pandangannya belum memiliki ketetapan.

Semakin besar persentase yang bersifat positif, dengan demikian menunjukkan besarnya kebutuhan wisatawan terhadap unsur-unsur penting dari sarana dan prasarana yang sebaiknya tersedia di kawasan wisata.

Berikut adalah tabel deskripsi dari presentase total pandangan wisatawan yang bersifat positif dan negatif:

Tabel 1. Pandangan positif dan negatif wisatawan terhadap ketersediaan sarana dan prasarana di kawasan wisata Situs Gunung Padang

No	Pandangan Wisatawan Terhadap	Pandangan Positif	Pandangan Negatif
1	Ketersediaan warung makanan/jajanan yang bersih	64%	13%
2	Ketersediaan toko souvenir/cinderamata	56%	19%
3	Ketersediaan ruang kebersihan/toilet yang bersih	46%	31%
4	Ketersediaan ruang ibadah yang memadai dan bersih	55%	18%
5	Ketersediaan tempat penginapan yang memadai	34%	34%
6	Ketersediaan ruang informasi yang memadai	92%	4%
7	Pentingnya peran juru pelihara	92%	2%
8	Ketersediaan media informasi cetak dan audiovisual yang memadai	37%	19%

Sumber: Data diolah (2020)

Dari hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pandangan wisatawan terhadap unsur-unsur sarana dan prasarana yang menjadi kebutuhannya dituntut untuk difasilitasi dalam keadaan yang memadai dan bersih. Menurut Gunawijaya (2017: 131), kebutuhan ini dapat didasarkan pada teori ekonomi. Ekonomi sebagai aktivitas kegiatan manusia dapat menimbulkan motif ekonomi, yaitu adanya keinginan (*wants*) seseorang untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) hidupnya. Namun terkadang hal ini disamakan, sehingga keinginan yang seharusnya bisa ditunda, disamakan dengan kebutuhan yang harus dipenuhi segera.

Dalam konteks ketersediaan warung makanan, ruang kebersihan, dan ruang ibadah yang memadai dan bersih, keinginan dan kebutuhan ini tidak bisa dipisahkan, serta menjadi syarat penting kawasan wisata yang harus dipenuhi. Berbeda dengan ketersediaan toko souvenir atau cinderamata dan tempat penginapan. Kedua unsur ini masih dapat menyesuaikan kemampuan finansial wisatawan, sehingga keinginan untuk membeli barang-barang ataupun menginap masih bisa ditunda.

Selanjutnya, dari segi ketersediaan ruang informasi dan keberadaan juru pelihara di kawasan wisata Situs Gunung Padang, menunjukkan persentase pandangan positif di atas 90%. Artinya, kedua unsur yang tercakup di dalam prasarana ini sudah cukup terpenuhi. Kawasan wisata berbasis kearifan lokal tersebut banyak mempekerjakan juru pelihara yang berasal dari masyarakat sekitar. Hal ini secara tidak langsung mendorong rasa kepemilikan yang tinggi.

Tugas dan tanggung jawab para juru pelihara tidaklah mudah. Mereka bukan saja harus ikut membantu merawat dan menjaga artefak, namun juga mensosialisasikan pentingnya aset budaya bangsa kepada para pengunjung. Mereka harus mengajak masyarakat untuk ikut memelihara peninggalan sejarah, dengan cara tidak merusak, tidak mengotori, memindahkan atau menggeser batu-batu yang bertebaran di lokasi situs.

Para juru pelihara juga harus tetap waspada memonitor segala perilaku wisatawan, terutama di saat kunjungan ramai. Menurut Nanang, selaku koordinator juru pelihara, yang paling sulit dilakukan adalah mencegah pengunjung untuk tidak naik ke atas balok-balok batu berukuran besar. Meskipun kelihatannya batu-batu itu tidak bergerak, namun semakin sering batu-batu megalitikum itu dipijak, berpotensi terjadinya pergeseran dari tempatnya semula. Dikatakan Setiawan (2014), para juru pelihara harus menjaga seluruh artefak agar tidak rusak, bergeser, apalagi sampai roboh. Padahal, kebanyakan para pengunjung, biasanya senang berfoto di atas batu. Ditambah lagi, banyaknya aksi vandalisme terhadap benda-benda cagar budaya. Perusakan tersebut terjadi akibat kurangnya pengetahuan dari masyarakat ataupun wisatawan, sehingga kurang memiliki rasa tanggung jawab.

Oleh karena itu, para juru pelihara yang bertugas di lapangan harus memiliki kemampuan interaksi yang harmonis, sebagai upaya membangun relasi dengan para wisatawan dari berbagai kalangan dan usia. Tidak heran, para juru pelihara yang umumnya berasal dari wilayah sekitar tersebut menganggap tempat bersejarah tersebut sebagai bagian dari kehidupannya, dan meyakini pekerjaannya sebagai bentuk penghormatan terhadap peninggalan leluhur. Sikap ini adalah bagian dari nilai-nilai budaya tradisi.

Sebagaimana dikatakan Hasanuddin (2016: 132), kehidupan manusia umumnya dikuasai atas keyakinan-keyakinan atau kepercayaan-kepercayaan.

Peran juru pelihara dengan demikian menjadi sangat penting, dan harus diapresiasi. Tidak jarang, selain menjalankan tugasnya sebagai juru pelihara, mereka juga masih mengembangkan potensi kreativitas lainnya untuk meningkatkan perekonomian keluarga. Beberapa dari juru pelihara ada yang juga memproduksi gula aren untuk dijual kepada wisatawan. Lainnya ada yang menjadi pendamping wisatawan yang ingin menjalani ritual di malam hari. Sebelum masa pandemi Covid-19, kawasan Situs Gunung Padang sering menjadi tempat orang berdoa bagi yang memiliki hajat tertentu, dan umumnya mereka naik ke atas bukit di malam hari dengan ditemani oleh para juru pelihara. Jadi, jam kerja para juru pelihara itu seolah tidak dibatasi oleh waktu.

Sayangnya, keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh para juru pelihara ini tidak didukung oleh ketersediaan media informasi yang berbasis cetak ataupun audiovisual. Data tabel di atas menunjukkan persentase pandangan positif wisatawan terhadap ketersediaan media informasi berbasis cetak dan audiovisual juga hanya 37%, sementara 19% berupa pandangan negatif. Ini artinya, ketersediaan media informasi sangat minim dan memerlukan perhatian khusus.

Umumnya para wisatawan dapat membaca informasi tentang Situs Gunung Padang di ruang informasi yang berada di luar area situs, yaitu sebelum pintu masuk. Kalaupun ada selebaran yang berbentuk brosur, jumlahnya sangat terbatas. Para juru pelihara yang bertugas sebagai pemandu wisatawan umumnya mengandalkan gambar-gambar dari hasil dokumentasi peneliti yang telah diperbesar. Sambil membawa gambar-gambar tersebut, mereka kemudian menceritakan seluruh aspek historis dari keberadaan sisa punden berundak dari mulai teras satu hingga teras kelima secara luar kepala. Dengan cara menampilkan visualisasi tersebut, maka pengetahuan tentang karakter batu-batu megalitikum tersebut dapat disampaikan dengan mudah.

Penyampaian pesan melalui gambar, menurut John Fiske (2007) termasuk penyampaian yang sifatnya nonverbal. Pesan melalui gambar dapat dihadirkan melalui kode-kode presentasional, dan dapat juga ditampilkan secara representasional, selama kode presentasional yang dimaksud dapat disampaikan dalam pesan-pesan yang sifatnya representasional, maka sebuah foto bisa saja menjadi pembawa pesan.

Karya foto tentang Situs Gunung Padang menjadi hal penting karena umumnya wisatawan lebih mudah untuk memahami sejarah melalui gambar. Untuk menghasilkan

media informasi dengan kekuatan visual gambar dapat digunakan pendekatan desain komunikasi visual yang menempatkan karya foto sebagai bacaan, artinya foto didesain dengan menampilkan tanda-tanda visual. Menurut Berger (2010 dalam Wardani, dkk., 2019), untuk menganalisis karya foto bermacam tanda yang harus menjadi pertimbangan adalah bagaimana tanda visual itu menimbulkan arti, bagaimana tanda visual saling berhubungan, dan apa yang dipancarkan tanda visual tersebut tentang masyarakat, kebudayaan, dan masalah-masalahnya.

Demikian pengembangan yang harus dilakukan terhadap unsur-unsur utama dari ketersediaan sarana dan prasarana di kawasan wisata Situs Gunung Padang. Pengembangan ini akan memberikan nilai tambah bagi kawasan wisata yang mengandalkan kearifan lokal sebagai nilai jual untuk promosinya. Selain itu, menurut Soebiyantoro (dalam Ghani, 2017), pengembangan sarana dan prasarana dapat menciptakan kepuasan wisatawan, sekaligus meningkatkan daya saing produk pariwisata. Situs Gunung Padang dapat menjadi salah satu destinasi wisata yang potensial dan menguatkan industri pariwisata nasional yang berskala global.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kawasan prasejarah Situs Gunung Padang, di Desa Karyamukti, Cianjur, Jawa Barat perlu mendapat perhatian dari pemerintah, terutama dalam upaya meningkatkan kembali potensi destinasi wisata berbasis kearifan lokal, dengan tetap memperhatikan kesehatan masyarakat. Unsur-unsur penting yang menjadi kebutuhan wisatawan di lokasi tersebut adalah keberadaan warung tempat makanan yang bersih, toko cinderamata atau souvenir yang menampilkan identitas budaya, dan tempat penginapan yang memadai serta bersih, sebagai pemenuhan kebutuhan sandang, papan, dan pangan, yang secara bersamaan dapat pula meningkatkan mata pencaharian masyarakat di sekitar kawasan. Sedangkan ketersediaan ruang ibadah dan ruang kebersihan, juga menjadi bagian dari pemenuhan kebutuhan batin bagi wisatawan untuk tetap menunaikan ibadah kepada Sang Pencipta. Apalagi, kawasan Situs Gunung Padang dikenal sebagai lokasi yang sakral, tempat pemujaan arwah nenek moyang di masa prasejarah, dan hingga kini masih menjadi tempat bagi banyak orang untuk berdoa. Selain itu, ketersediaan ruang informasi, media informasi, baik yang berbasis cetak ataupun audio visual, serta keberadaan para juru pelihara menjadi kebutuhan yang tak kalah penting agar wisatawan dapat memperoleh pengetahuan tentang situs secara mudah. Bentuk-bentuk

media informasi yang paling dibutuhkan wisatawan antara lain media yang banyak menampilkan gambar atau foto, karena karya fotografi mampu menyampaikan pesan yang sulit diucapkan dan hanya bisa dilihat serta dirasakan. Sedangkan, peran juru pelihara saat ini dianggap sudah mampu mengomunikasikan hal-hal yang ingin diketahui oleh wisatawan. Keseluruhan kebutuhan sarana dan prasarana tersebut merupakan kaidah-kaidah dalam pengelolaan pariwisata nasional. Hal ini juga memerlukan pelibatan partisipasi masyarakat dalam pengembangannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah maupun masyarakat untuk tetap semangat mengembangkan potensi wisata Situs Gunung Padang secara global. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat mendorong kesadaran masyarakat agar tetap menjaga dan merawat warisan sejarah dan budaya secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Kami sangat berterima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Dirjen Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, melalui LLDIKTI Wilayah III Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah Penelitian Bagi Dosen Perguruan Tinggi Swasta. Terima kasih juga kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Universitas Indraprasta PGRI yang telah membantu kegiatan penelitian ini melalui Kontrak Penelitian Nomor: 006 / SKP.LT / LPPM / UNINDRA / III / 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. 2014. *Situs Gunung Padang, Misteri dan Arkeologi*. Jakarta: Change Publication.
- Aksan, H. 2015. *Gunung Padang, Penelitian Situs dan Temuan Menakjubkan*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Fiske, J. 2007. *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ghani, Y. A. 2017. Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata* IV(1): 22-31.
- Gunawijaya, SE. ME., R. 2017. Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam. *Jurnal Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah* 13(1): 131-150.
- Hambalie, H.C. dan F. I. R. Dewi 2018. Gambaran Nilai Budaya Antara Generasi Tua dan Generasi Muda Pada Masyarakat Tionghoa Beragama Konghucu. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 2 (1): 369-377.
- Hermawan, H. 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Jurnal Media Wisata* 15(1): 562-577.
- Hasanuddin, W. S. 2016. The Intangible Cultural Heritage of Minangkabau Traditional Espressions: The Local Wisdom of Society in Advising and Noble Advicing. *Humanus* 15(2): 131-141.

- Mulyadi, Y. 2015. Peran Juru Pelihara Dalam Pelestarian Cagar Budaya Yadi Mulyadi. Pusat Kajian Arkeologi untuk Masyarakat, 68-76.
- Nafila, O. 2013. Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang. *Journal of Regional and City Planning*, 24(1): 65–80. Available at: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5614%2Fjpwk.2013.24.1.5>
- Ramadina, S. P. 2013. Analisis Perupaian Situs Megalitik Gunung Padangdi Cianjur, Jawa Barat, J. Vis. Art & Des 4 (1);, 51-66.
- Sari, P., dan R. J. 2017. Promoting Buleleng Tourism Through Lovina Festival. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events* 1(2): 140–150.
- Setiawan, M. H. 2014. Cerita Para Juru Pelihara Situs Gunung Padang yang Harus Kerja Ekstra [Online] Available at: <https://m.jpnn.com/news/cerita-para-juru-pelihara-situs-gunung-padang-yang-harus-kerja-ekstra>
- Sulaeman, A. 2017. Situs Gunung Padang, asal usulnya misterius keindahannya membius, diunduh [Online] Available at: <http://intisari.grid.id/read/03101503/situs-gunung-padang-asal-usulnya-misterius-keindahannya-membius?page=all>
- Yondri, L. 2014. Punden Berundak Gunung Padang “Refleksi Adaftasi Lingkungan dari Masyarakat Megalitik”. *Jurnal Sositoteknologi* 13 (1): 1-14.
- Wardana, W. N. K., A. Witjaksono, dan M. C. Enderwati 2019. Identifikasi Kebutuhan Sarana dan Prasarana Wisata Berdasarkan Persepsi Pengunjung di Pantai Sipelot Kabupaten Malang [Online] Available at: <http://eprints.itn.ac.id/133/1/Jurnal%20Wahyu%20Narendra%201524901.pdf>
- Wardani, W. G. W., Wulandari, dan Syahid 2019. Strategi Visual Punden Berundak Situs Gunung Padang Dalam Genre Fotografi Landscape Sebagai Pesan Budaya. *Jurnal Antropologi: Isu-isu Sosial Budaya* 21 (2): 185-193.
- Wardani, W. G. W., A. Listya, dan R. W. Winarni 2017. Political Campaign's Music Video As A Strategy For Forming Perceptions. *International Journal of Scientific & Technology Research* 6 (11): 95-98.
- Wardani, W. G. W., Wulandari, dan Syahid. 2019. Representasi Interaksi Manusia Dalam Genre Fotografi "Story" Situs Megalitikum Gunung Padang. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 3 (1): 149-159.

RUMPUN AKUNTANSI



ANALISIS PENERAPAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN UNTUK KEEFEKTIFAN KEUANGAN SPBU DALAM AKUNTANSI PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS (Studi Kasus pada SPBU 44.50218 di Semarang)

Yulia Mugiyantiningsih⁴⁴

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

Economic growth will increase with an effective and efficient control system. Internal control systems can be used to secure a company's finances to avoid cheating committed by a person has no sense of responsibility. The purpose of this research is to find out the internal control system in accounting financial management of cash receipts and expenditures at gas stations 44.50218. This gas station has implemented a control system called Digitalization System. This digitalization system was created by PT Pertamina to monitor the distribution and sale of fuel in all Indonesian gas stations. This study uses a case study approach with descriptive analysis. Based on research it can be known that, the internal control system used has been said to be efficient to monitor fuel sales. However, in recording receipts and expenditures cash still use manual methods. This can be said to be effective because the gas station has reached the target profit from fuel sales even though it has not been efficient in the process of recording financial transactions. Researchers used document flowchart for accounting procedures for receipt and expenditure of gas station cash.

Keywords: Internal Control System, Cash Receipt Accounting, Cash Expenditure Accounting, Document Flowchart.

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi akan semakin meningkat dengan sistem pengendalian yang dilakukan secara efektif dan efisien. Sistem pengendalian intern dapat digunakan mengamankan keuangan suatu perusahaan untuk menghindari kecurangan yang dilakukan oleh seseorang tidak memiliki rasa tanggung jawab. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem pengendalian intern dalam pengelolaan keuangan akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas yang ada di SPBU 44.50218. SPBU ini telah menerapkan sistem pengendalian yang disebut dengan Sistem Digitalisasi. Sistem digitalisasi ini dibuat oleh perusahaan PT Pertamina untuk memantau pendistribusian dan penjualan BBM yang ada di seluruh SPBU Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan analisis deskriptif. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa, sistem pengendalian intern yang digunakan telah dikatakan efisien untuk memantau penjualan BBM. Akan tetapi dalam pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas masih menggunakan metode manual. Hal ini dapat dikatakan efektif karena SPBU telah mencapai target keuntungan dari penjualan BBM walaupun belum efisien dalam proses pencatatan transaksi keuangan. Peneliti menggunakan document flowchart untuk prosedur akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas SPBU.

Kata kunci: Sistem Pengendalian Intern, Akuntansi Penerimaan Kas, Akuntansi Pengeluaran Kas, Document Flowchart.

⁴⁴yuliamugi40@gmail.com

PENDAHULUAN

Berkembangnya pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat penting dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mencapai keuntungan dari hasil penjualan. Banyak perusahaan yang menerapkan sistem pengendalian untuk mengatur jalannya perusahaan yang lebih efektif maupun efisien. Salah satu faktor yang membutuhkan Sistem Pengendalian Intern adalah Akuntansi Penerimaan dan Pengeluaran Kas. Hal ini dilakukan untuk menghindari kecurangan dalam penggelapan keuangan perusahaan untuk kepentingan pribadi.

Sistem Pengendalian Intern merupakan suatu sistem perencanaan yang dibuat untuk menjaga keamanan keuangan perusahaan, memeriksa ketelitian suatu data akuntansi, serta membantu efektifitas dan efisiensi kegiatan yang ditentukan dengan baik. Sistem ini dilakukan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Perusahaan membutuhkan sistem pengendalian intern untuk memantau kinerja seseorang terutama pengelolaan keuangan perusahaan. Menurut Diana, Sunarji Harahap, dan Elidawati (2018) suatu perusahaan dikatakan telah memiliki internal control yang baik apabila tujuan sistemnya tercapai, misalnya perusahaan dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan manajemen dan pihak lain secara tepat dan cepat tanpa ada hambatan apapun.

PT Pertamina merupakan perusahaan tunggal Badan Umum Milik Negara yang mendistribusikan Minyak dan Gas Bumi di seluruh Indonesia. Salah satu pengelolaan Minyak dan Gas Bumi tersebut yakni Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). PT Pertamina mengelola SPBU untuk mendistribusikan Bahan Bakar Minyak (BBM) pada seluruh masyarakat Indonesia di berbagai kota. Perusahaan PT Pertamina membuat sistem pengendalian yang disebut dengan Sistem Digitalisasi. Sistem digitalisasi ini diterapkan dalam SPBU untuk memantau distribusi dan transaksi penjualan BBM di seluruh Indonesia.

Sistem Digitalisasi SPBU merupakan sistem yang digunakan untuk memonitoring penyaluran BBM maupun transaksi penjualan dan pembelian secara efektif serta efisien dalam peningkatan standar pelayanan. Terdapat sistem ATG (Automatic Tank Gauge) yang digunakan untuk mengetahui kondisi persediaan BBM yang berada di tangki pendam. Tujuan dari sistem digitalisasi SPBU adalah memudahkan dalam pemantauan pembelian BBM ke PT Pertamina serta penjualan BBM yang tersedia untuk seluruh masyarakat Indonesia dari berbagai kota. Hal ini dilakukan oleh PT Pertamina untuk membantu mendeteksi kecurangan yang dilakukan oleh seseorang dalam penyaluran dan penjualan BBM di setiap SPBU.

Untuk penerapan sistem digitalisasi tersebut, PT Pertamina bekerjasama dengan PT Telkom Indonesia untuk penggunaan sistem yang dapat membantu pemantauan secara langsung pada seluruh SPBU di Indonesia. Seluruh data digitalisasi tersebut dapat diakses secara langsung oleh sejumlah pihak berwenang, seperti Kementerian ESDM, Kementerian BUMN, Kementerian Keuangan, serta BPH Migas sehingga dapat saling mendukung untuk pengawasan penyaluran BBM termasuk yang bersubsidi yaitu Bio Solar (B30) dan penugasan yaitu Premium. Beberapa fitur yang dapat diperoleh dari digitalisasi SPBU meliputi program prepurchase (bayar dulu baru isi BBM), cashless program menggunakan digital payment, pencatatan nomor polisi kendaraan yang melakukan pengisian BBM subsidi, serta profiling customer yang berbasis loyalty program aplikasi MyPertamina, dimana masyarakat akan memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi dan mengetahui ketersediaan BBM yang dibutuhkan. Telkom mendukung program digitalisasi SPBU Pertamina ini meliputi penyediaan infrastruktur telekomunikasi baik melalui jaringan fixed, mobile, dan satelit; penyediaan perangkat Electronic Data Capture (EDC); penyiapan 290 agen contact center dan 600 petugas lapangan untuk melayani pengaduan gangguan SPBU; serta pembuatan command center untuk memantau perangkat di SPBU secara proaktif.

Hal yang harus diperhatikan dalam SPBU adalah cara mengelola keuangan akuntansi penerimaan maupun pengeluaran kas. Dengan adanya sistem pengendalian tersebut dapat dilakukan pemantauan secara langsung tanpa adanya hambatan mengenai kecurangan yang sering terjadi di perusahaan. Sistem digitalisasi ini tidak hanya digunakan oleh PT Pertamina, tetapi SPBU juga dapat menggunakannya untuk memantau penjualan BBM secara langsung. Hal ini memudahkan bagian keuangan dalam pencatatan transaksi, karena terdapat bukti secara nyata sistem yang digunakan pada SPBU.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Efficiency Theory (Teori Efisiensi)

Menurut Leibenstein (1993) dalam penelitian Sambo Francis dan Benneth Umoghani Imiete (2018) diamati dalam teori efisiensinya bahwa efisiensi umum manajemen perusahaan harus ditemukan di dalamnya kemampuan untuk mengubah input dengan biaya minimum menjadi keuntungan maksimum. Teori ini membandingkan input dan output untuk memastikan tingkat kewajaran dalam pemanfaatan sumber daya. Dalam beberapa kasus, bukan pendanaan yang buruk yang menjadi masalah tetapi kesalahan

pengelolaan dan praktik penipuan lainnya yang bertanggung jawab atas kurangnya pengelolaan dana yang efektif.

Prudential Theory (Teori Prudential/Teori Kehati-hatian)

Menurut penulis B. Laffer sebagaimana dikutip dalam Sambo Francis dan Benneth Umoghani Imiete (2018) setiap organisasi, baik itu menghasilkan keuntungan atau menghasilkan nirlaba harus belajar menangani dan membelanjakan uang dengan bijak. Jika uang dihabiskan secara bijaksana, itu akan mengarah pada pencapaian tujuan organisasi secara maksimal. Oleh karena itu ini menyiratkan bahwa ketika keuangan dana ditangani dengan bijak atau hati-hati, itu akan membantu organisasi untuk menghilangkan limbah dan mengurangi biaya dalam hal waktu, energi dan uang.

Sistem Pengendalian Intern

Pengendalian Intern dalam arti luas yaitu, struktur organisasi dan semua cara-cara serta alat-alat yang dikoordinasikan dan digunakan dalam perusahaan dengan tujuan untuk menjaga keamanan harta milik perusahaan, memeriksa ketelitian dan kebenaran data akuntansi, memajukan efisiensi di dalam operasi, dan membantu menjaga dipatuhinya kebijaksanaan manajemen yang telah ditetapkan lebih dahulu (Baridwan, 1990:9) dalam penelitian (Zeska Adhitya Bimantara, Siti Ragil Handayani, dan Dwiatmanto, 2017).

Sistem Akuntansi

Dengan Sistem Informasi Akuntansi yang merupakan sistem informasi yang mengolah data keuangan dengan kegunaan, tahap, pengguna dan sumber daya dalam mencakup seluruh kegiatan perusahaan yang akan menghasilkan informasi bagi semua pengguna di perusahaan tersebut (Zuva, dkk, 2013) dalam penelitian (Debby E. R. Sarapi, Wilfried S. Manoppo, dan Dantje Keles, 2019).

Akuntansi Penerimaan Kas

Menurut Yuni Exma Devi dan Hamidi (2017) Penerimaan Kas adalah kas yang diterima perusahaan baik yang berupa uang tunai maupun surat-surat berharga yang mempunyai sifat dapat segera digunakan, yang berasal dari transaksi perusahaan maupun penjualan tunai, pelunasan piutang atau transaksi lainnya yang dapat menambah kas perusahaan. Penerimaan kas perusahaan berasal dari dua sumber utama yaitu dari penjualan tunai dan dari piutang. Penerimaan kas dari penjualan tunai dapat berupa uang tunai, credit card sale sip, atau cek pribadi (personal check). Penerimaan kas dari piutang dapat berupa cek atau giro bilyet (Mulyadi, 2001) dalam penelitian (Saifudin dan Firda Pri Ardani, 2017).

Akuntansi Pengeluaran Kas

Pada umumnya, Akuntansi Pengeluaran Kas timbul karena adanya pembayaran hutang. Hutang dapat terjadi karena ada proses pembelian barang dengan pembayaran kredit. Pengeluaran kas atas pembelian barang bisa dilakukan secara tunai maupun kredit. Untuk pengeluaran kas dengan pembayaran kredit biasanya dilakukan dengan cek. Pengeluaran kas dengan cek memiliki kebaikan yang ditinjau dari segi keamanannya karena dengan pembayaran cek akan hanya dapat dicairkan oleh nama yang telah disebut oleh penjual barang (Sujarweni, 2015b) dalam penelitian (Diana, Sunarji Harahap, dan Elidawati, 2018).

METODA

Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian studi kasus. Studi kasus dalam penelitian analisis deskriptif yaitu penelitian yang hanya fokus pada suatu kasus untuk diamati. Tujuan penelitian ini adalah mempelajari tentang sistem pengendalian intern suatu perusahaan dalam pengelolaan keuangan yang dipantau melalui sistem digitalisasi.

Sumber Data

Menurut Arikunto (2012:172) yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder didapat melalui web, artikel, jurnal, dan lain-lain.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah sistem pengendalian intern yang digunakan untuk keefektifan pengelolaan keuangan dalam akuntansi penerimaan dan pengeluaran kas pada bagian keuangan.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Menurut Riduwan (2012:29) wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan bila ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan bagian Manager Keuangan.

Observasi

Pengamatan atau observasi memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proposisional maupun pengetahuan yang

langsung diperoleh dari data (Moleong, 2005:174). Pengamatan yang dilakukan peneliti untuk menggali data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian untuk mendapatkan banyak bukti yang diperlukan.

Dokumentasi

Menurut Arikunto (2012:274) dokumentasi dilakukan untuk memperkuat data yang diperoleh dari observasi, dalam metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati. Dokumentasi dilakukan oleh peneliti sebagai pelengkap data dengan cara mengumpulkan dan memanfaatkan data tertulis yang sebelumnya dicatat untuk memperkuat perolehan data hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

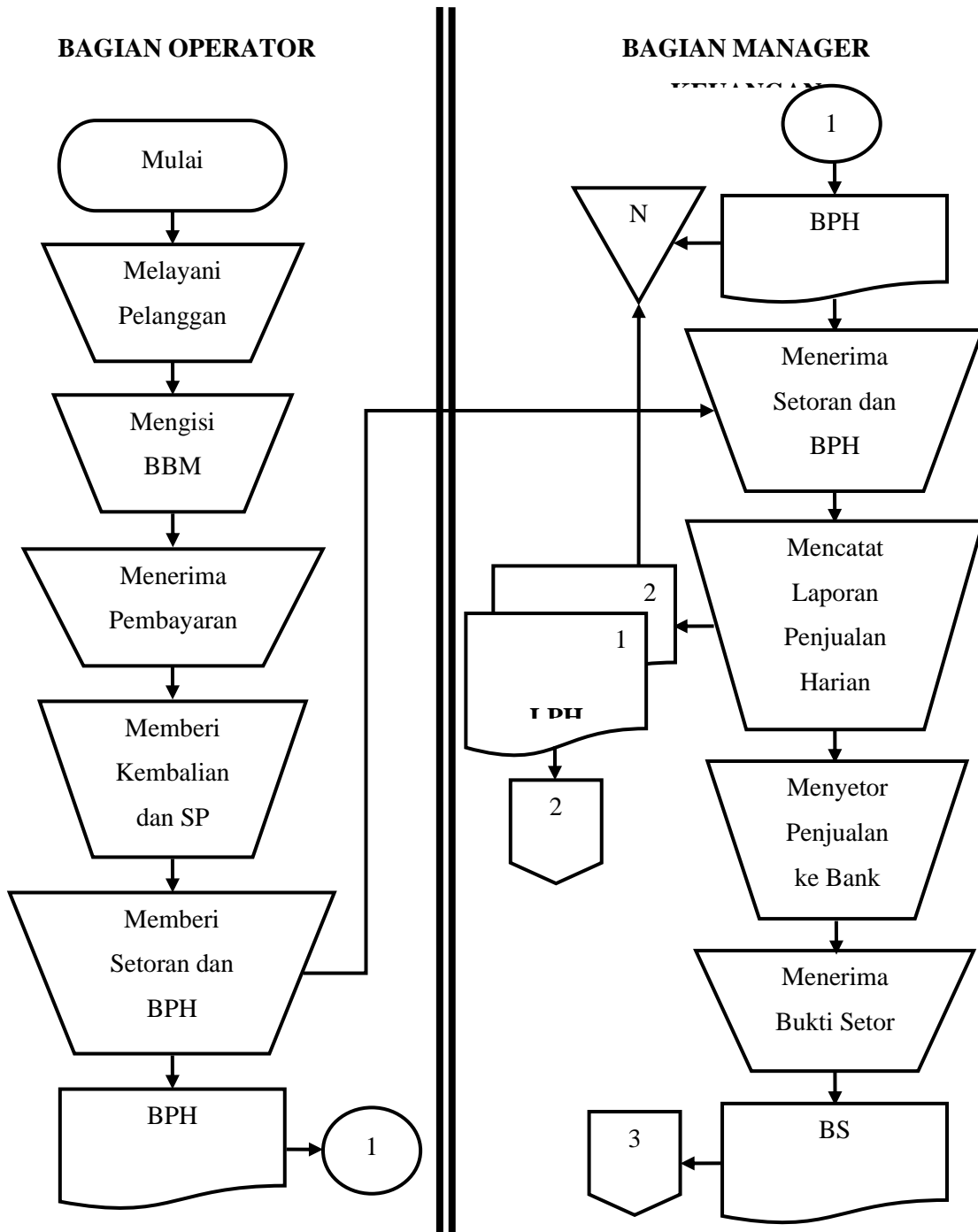
Perbedaan Antara Sistem Pengendalian Intern Sebelum dan Sesudah Menggunakan Sistem Digitalisasi pada SPBU 44.50218

Tabel 1 Perbedaan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Sistem Digitalisasi

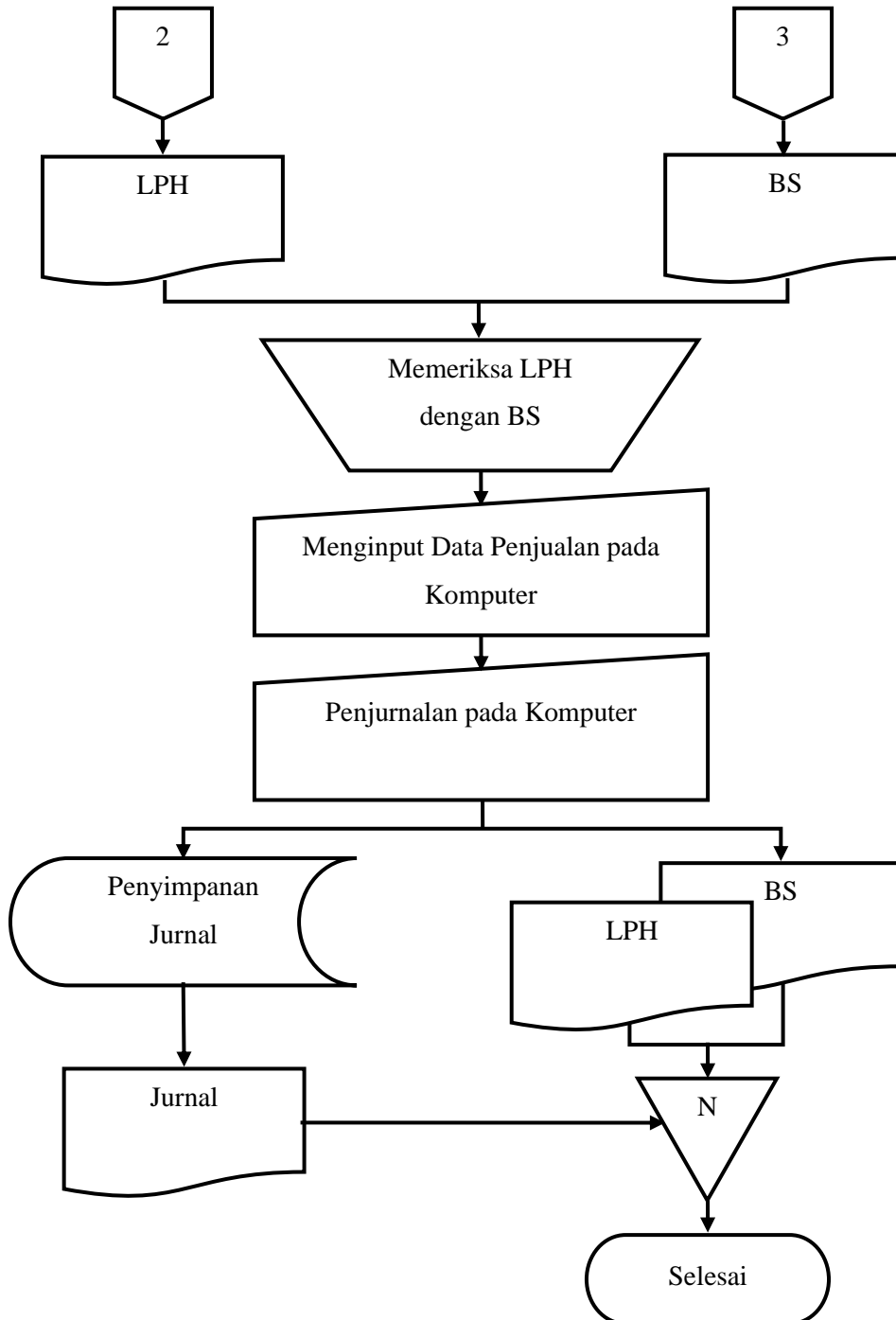
No	Sebelum	Sesudah
1.	Bagian Koordinator Operator memantau penjualan BBM dengan cara mengelilingi setiap mesin dispenser yang ada di bagian Operator untuk mengecek bukti pencatatan penjualan harian. pemantauan dilakukan untuk mengawasi serta memberi arahan pada bagian Operator dalam penjualan BBM. Hal ini membutuhkan waktu yang lama sehingga tidak efisien.	PT Pertamina telah menerapkan Sistem Digitalisasi untuk memantau pendistribusian dan penjualan BBM di SPBU. Hal ini memudahkan PT Pertamina untuk memantau secara langsung kegiatan pengelolaan BBM di SPBU. Bagian Koordinator Operator juga dapat memantau secara langsung penjualan BBM melalui sistem tersebut tanpa harus mengelilingi bagian Operator untuk mengecek bukti penjualan harian. Waktu yang digunakan menjadi sangat efisien.

- | | |
|---|--|
| 2. Pemeriksaan persediaan BBM dilakukan oleh bagian Koordinator BBM. Cara mengetahui persediaan BBM tersebut dengan membuka tangki pendam dan menggunakan penerangan dengan senter. Hal ini tidak diketahui secara pasti karena hanya menggunakan perkiraan untuk memastikan persediaannya. | PT Pertamina juga menyediakan sistem yang dinamakan sistem Automatic Tank Gauge (Pengukuran Tangki Otomatis). Hal ini memudahkan bagian Koordinator BBM untuk mengetahui masih atau tidaknya persediaan BBM secara langsung, tanpa harus membuka tangki pendam setiap waktu. |
|---|--|
-

Bagan Alir Dokumen (Document Flowchart) Akuntansi Penerimaan Kas dari Penjualan BBM pada SPBU 44.50218

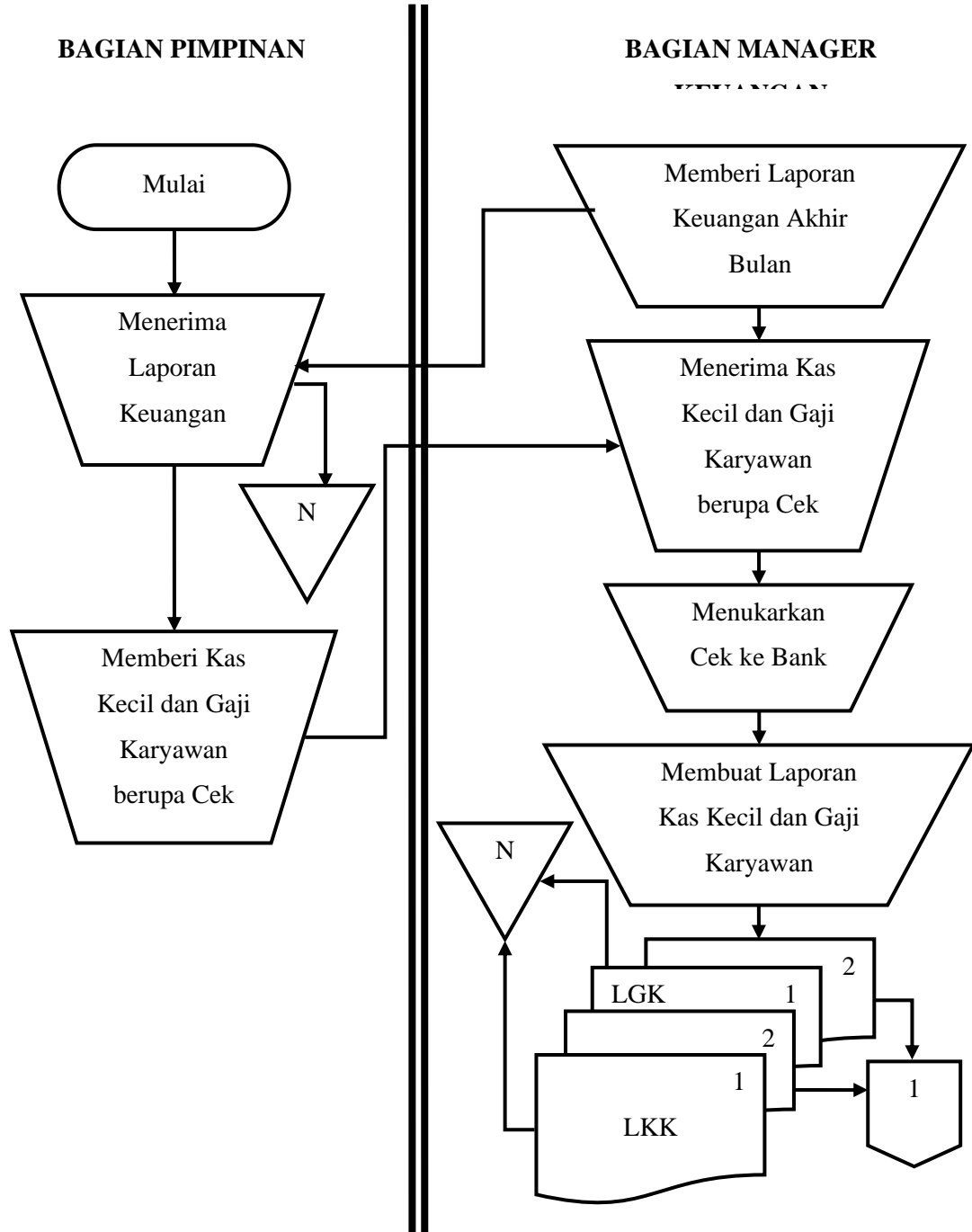


BAGIAN ADMINISTRASI KEUANGAN

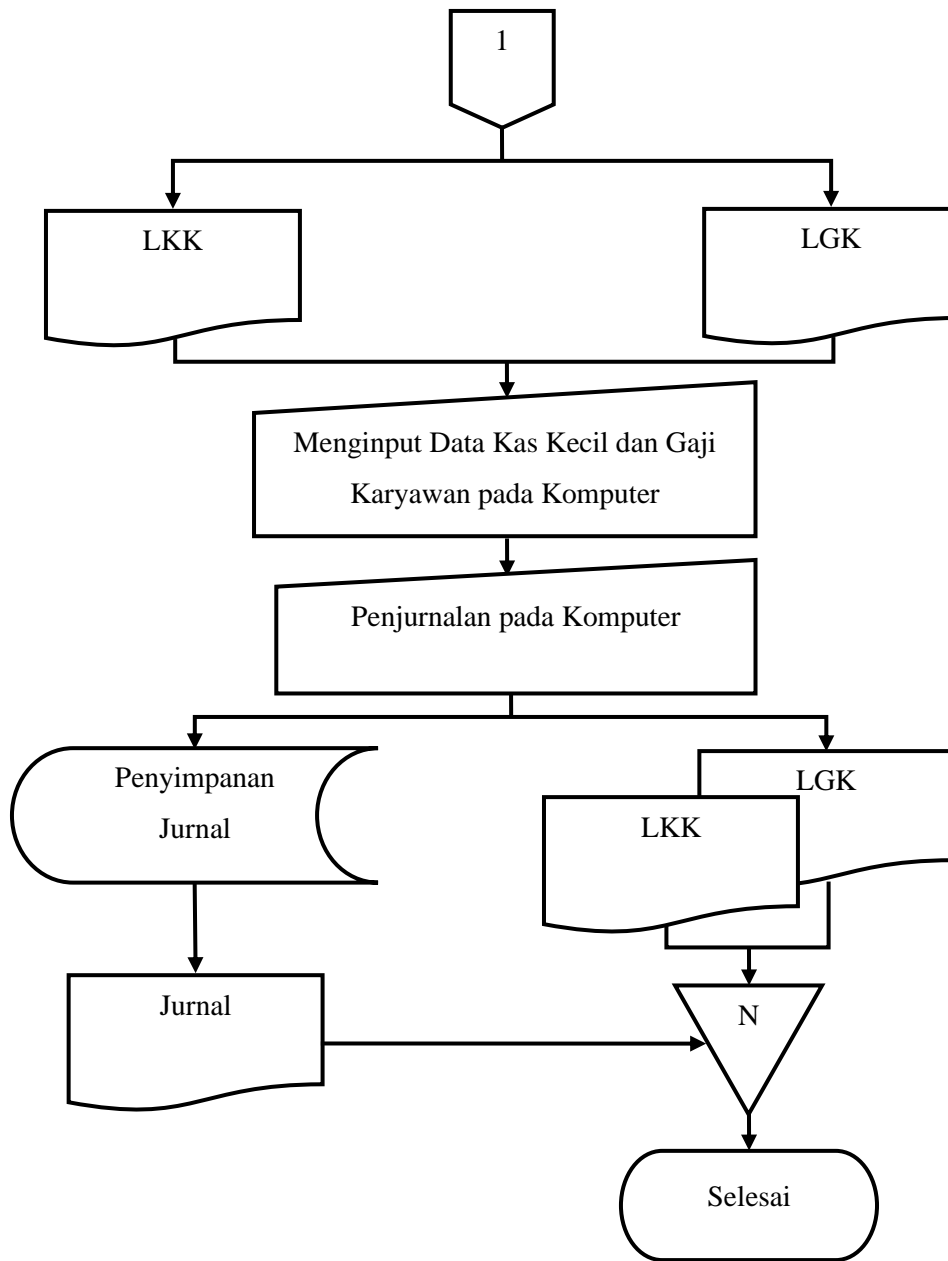


Gambar 1 Alur Prosedur Document Flowchart Akuntansi Penerimaan Kas dari Penjualan BBM pada SPBU 44.50218

Bagan Alir Dokumen (Document Flowchart) Akuntansi Penerimaan Kas dari Bagian Pimpinan berupa Kas Kecil dan Gaji Karyawan pada SPBU 44.50218

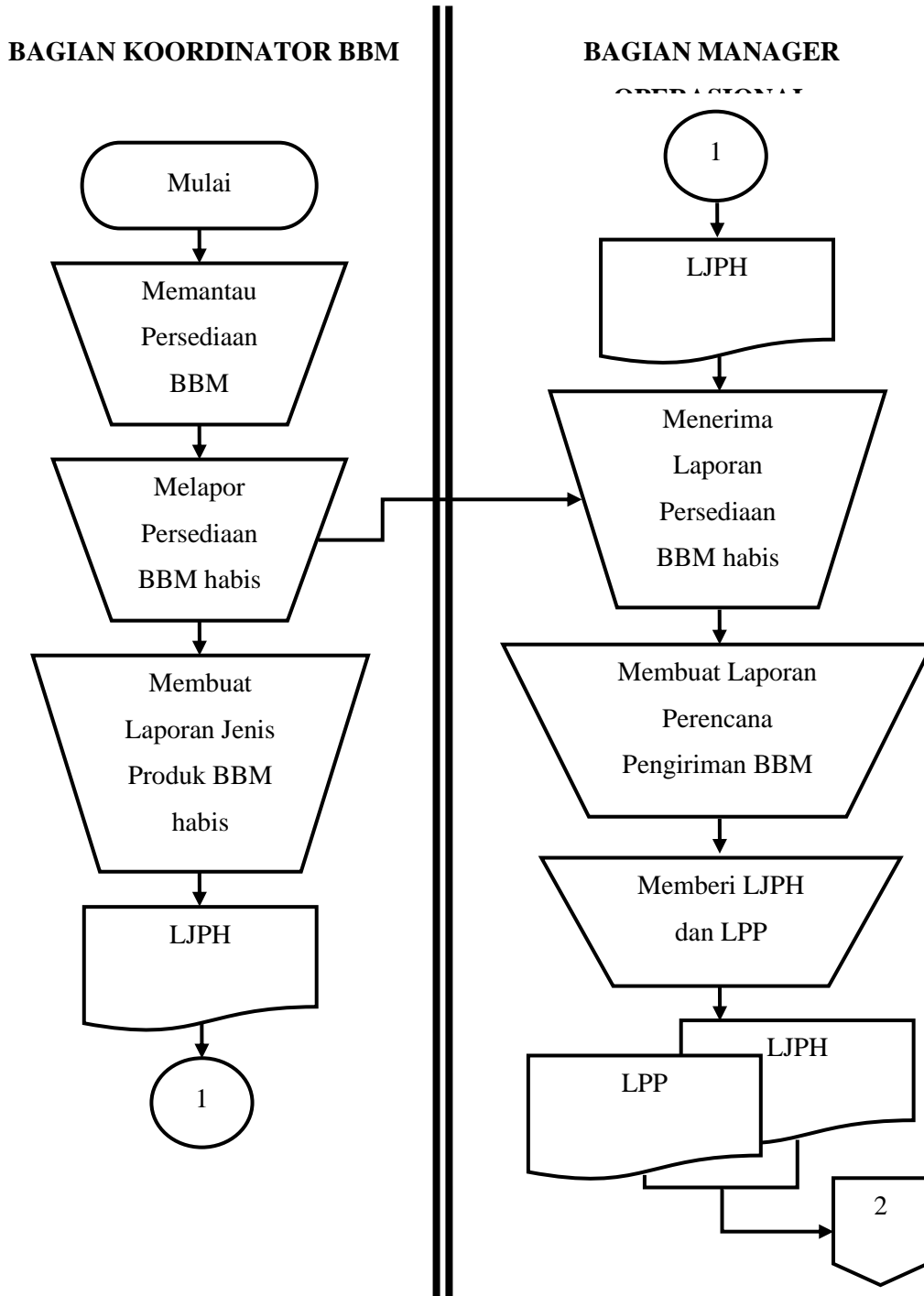


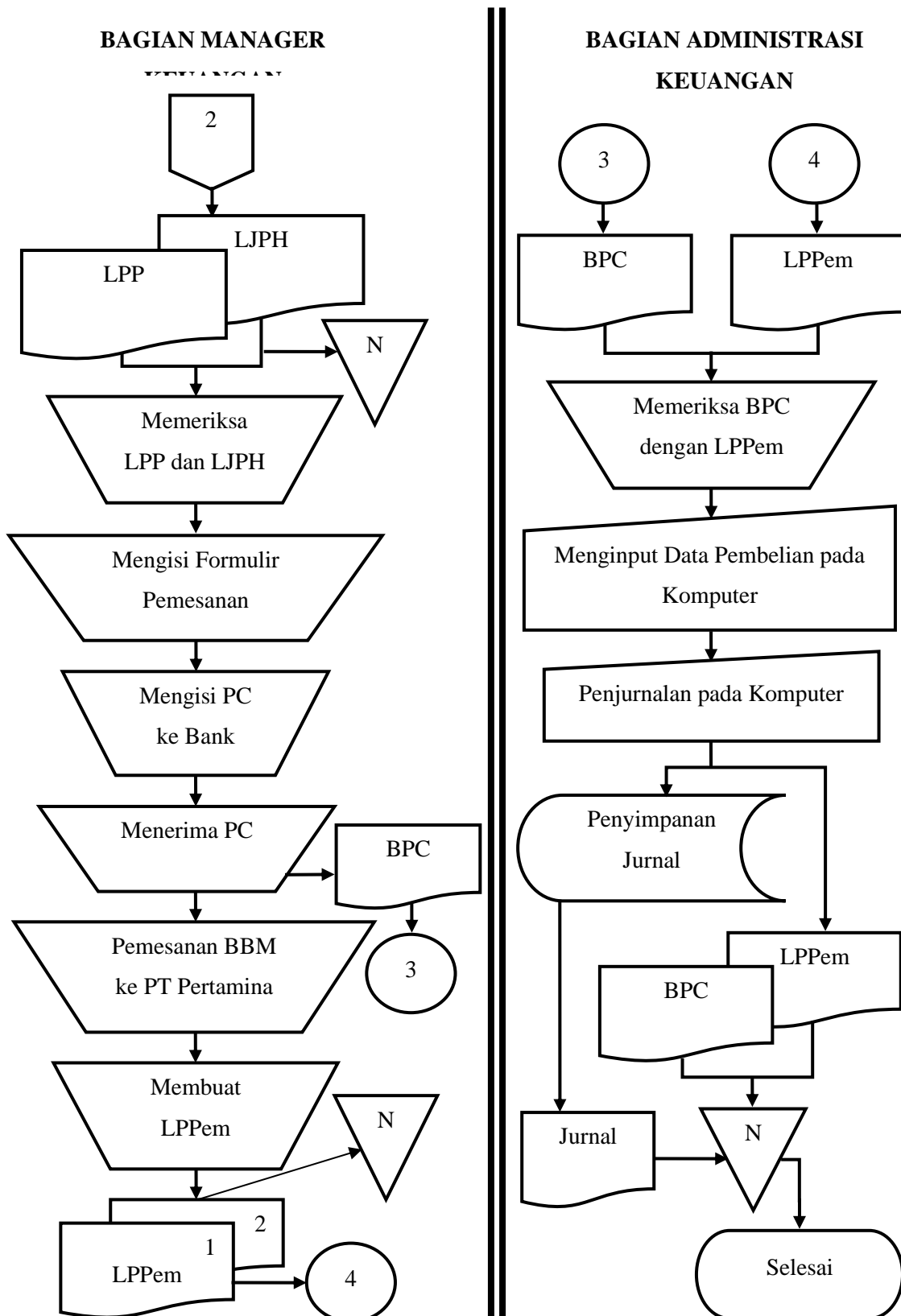
BAGIAN ADMINISTRASI KEUANGAN



Gambar 2 Alur Prosedur Document Flowchart Akuntansi Penerimaan Kas dari Bagian Pimpinan berupa Kas Kecil dan Gaji Karyawan pada SPBU 44.50218

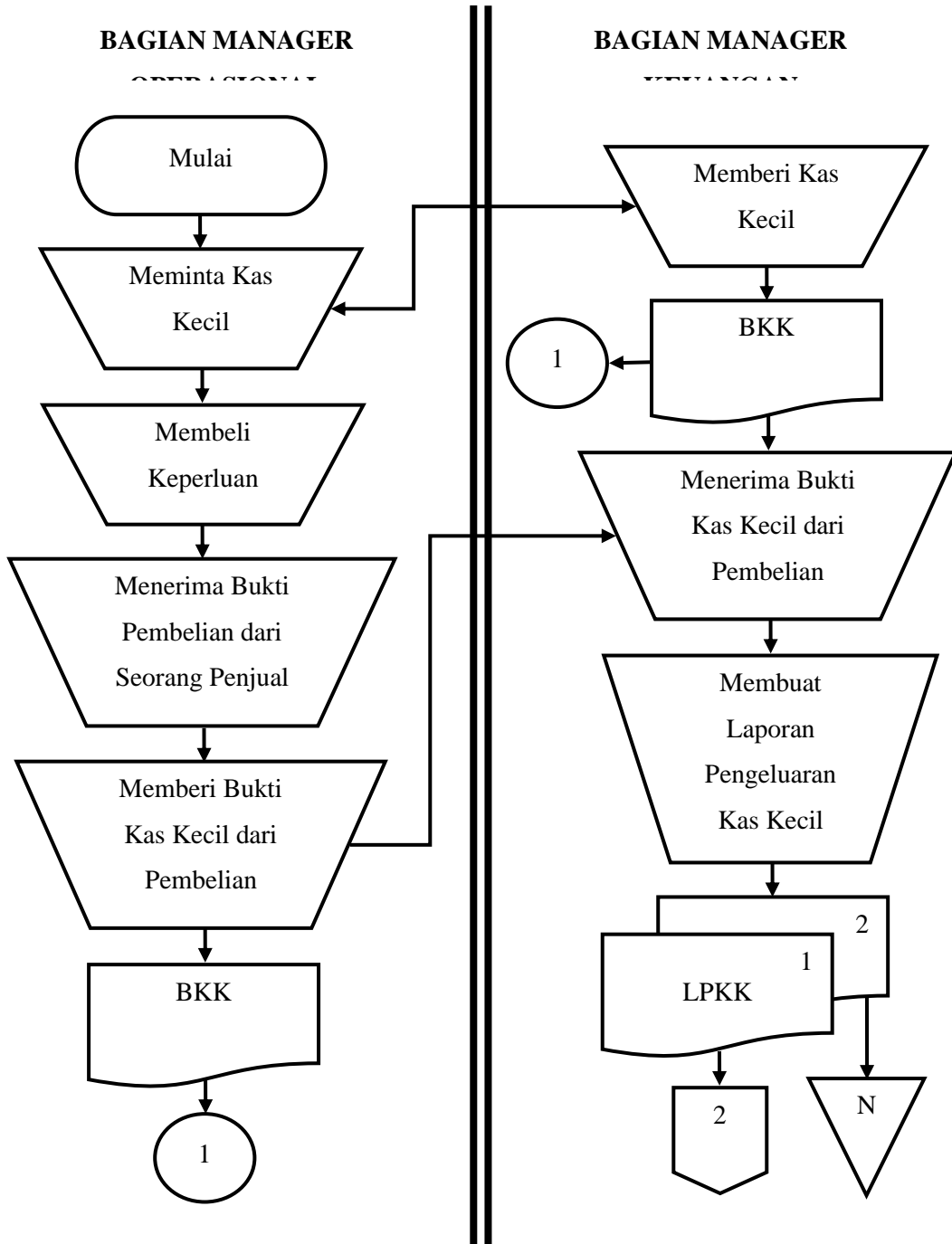
Bagan Alir Dokumen (Document Flowchart) Akuntansi Pengeluaran Kas untuk
 Pembelian BBM ke PT Pertamina pada SPBU 44.50218



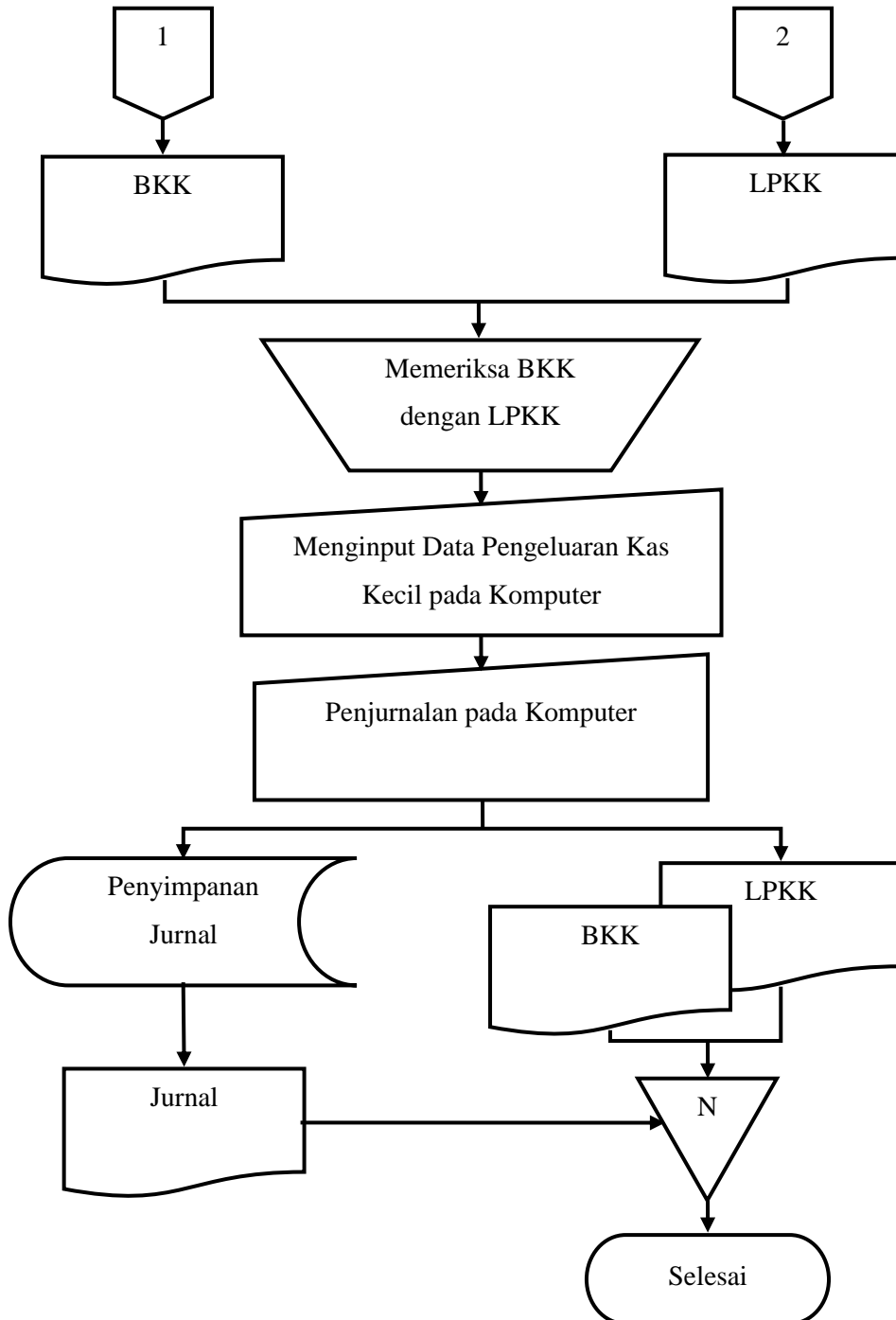


Gambar 3 Alur Prosedur Document Flowchart Akuntansi Pengeluaran Kas untuk Pembelian BBM ke PT Pertamina pada SPBU 44.50218

Bagan Alir Dokumen (Document Flowchart) Akuntansi Pengeluaran Kas untuk Keperluan Kas Kecil pada SPBU 44.50218



BAGIAN ADMINISTRASI KEUANGAN



Gambar 4 Alur Prosedur Document Flowchart Akuntansi Pengeluaran Kas untuk Keperluan Kas Kecil pada SPBU 44.50218

Pembahasan

Penerapan Penggunaan Sistem Digitalisasi pada SPBU

Dari hasil data tersebut, penerapan sistem pengendalian yang digunakan SPBU 44.50218 yakni Sistem Digitalisasi. Sistem ini digunakan untuk memudahkan dalam pemantauan penjualan BBM. Sistem digitalisasi dibuat oleh PT Pertamina untuk mengetahui proses pendistribusian dan penjualan BBM yang ada di SPBU. Pemantauan persediaan BBM di SPBU dapat dilihat melalui sistem Automatic Tank Gauge atau alat yang digunakan untuk mengukur persediaan BBM yang berada di tangki pendam.

Prosedur Akuntansi Penerimaan Kas dari Penjualan BBM pada SPBU 44.50218

- a. Bagian Operator
 - 1) Melayani penjualan BBM pada setiap antrian para pelanggan.
 - 2) Melakukan pengisian BBM pada kendaraan pelanggan.
 - 3) Menerima uang pembayaran dan memberikan uang kembalian (jika uang lebih) beserta Struk Pembayaran pada pelanggan.
 - 4) Memberikan setoran hasil penjualan dan catatan Bukti Penjualan Harian pada bagian Manager Keuangan.
- b. Bagian Manager Keuangan
 - 1) Menerima setoran hasil penjualan BBM dan catatan bukti penjualan harian dari bagian Operator.
 - 2) Mencatat Laporan Penjualan Harian pada kertas lembar kerja.
 - 3) Menyetorkan hasil penjualan BBM pada bank dan menerima Bukti Setor.
 - 4) Mengarsipkan laporan penjualan harian dan bukti penjualan harian.
 - 5) Untuk laporan penjualan harian dibuat rangkap dua, salah satu diberikan pada bagian Administrasi Keuangan beserta bukti setor dari bank.
- c. Bagian Administrasi Keuangan
 - 1) Menerima laporan penjualan harian dan bukti setor dari bagian Manager Keuangan.
 - 2) Memeriksa laporan penjualan harian dengan bukti setor.
 - 3) Menginput data laporan penjualan harian dan melakukan penjumlahan penerimaan kas pada komputer secara manual.
 - 4) Menyimpan jurnal pada file dalam komputer dan mencetaknya.
 - 5) Mengarsipkan laporan penjualan harian, bukti setor, dan jurnal penerimaan kas.

Prosedur Akuntansi Penerimaan Kas dari Bagian Pimpinan berupa Kas Kecil dan Gaji Karyawan pada SPBU 44.50218

- a. Bagian Pimpinan
 - 1) Menerima dan mengarsipkan laporan keuangan akhir bulan dari bagian Manager Keuangan.
 - 2) Memberikan uang kas berupa cek untuk keperluan kas kecil dan semua gaji karyawan pada bagian Manager Keuangan.
- b. Bagian Manager Keuangan
 - 1) Memberikan laporan keuangan pada bagian Pimpinan.
 - 2) Menerima uang kas berupa cek dari bagian Pimpinan.
 - 3) Menukarkan kas berupa cek pada bank.
 - 4) Membuat dan mengarsipkan Laporan Kas Kecil dan Laporan Gaji Karyawan.
 - 5) Untuk laporan kas kecil dan laporan gaji karyawan dibuat rangkap dua, salah satu diberikan pada bagian Administrasi Keuangan.
- c. Bagian Administrasi Keuangan
 - 1) Menerima laporan kas kecil dan laporan gaji karyawan dari bagian Manager Keuangan.
 - 2) Menginput data laporan kas kecil dan laporan gaji karyawan beserta melakukan penjurnalan penerimaan kas pada komputer secara manual.
 - 3) Menyimpan jurnal pada file dalam komputer dan mencetaknya.
 - 4) Mengarsipkan laporan kas kecil, laporan gaji karyawan, dan jurnal penerimaan kas

Prosedur Akuntansi Pengeluaran Kas untuk Pembelian BBM ke PT Pertamina pada SPBU 44.50218

- a. Bagian Koordinator BBM
 - 1) Melakukan pemantauan persediaan BBM yang ada pada sistem ATG.
 - 2) Melapor persediaan BBM yang habis pada bagian Manager Operasional.
 - 3) Membuat Laporan Jenis Produk Habis yang akan dibeli dan diberikan pada bagian Manager Operasional.
- b. Bagian Manager Operasional
 - 1) Menerima laporan jenis produk BBM yang habis dari bagian Koordinator BBM.

- 2) Membuat Laporan Perencanaan Pengiriman BBM.
 - 3) Memberikan laporan jenis produk BBM yang habis dan laporan perencanaan pengiriman untuk segera memesan BBM ke PT Pertamina pada bagian Manager Keuangan.
- c. Bagian Manager Keuangan
- 1) Menerima laporan jenis produk BBM yang habis dan laporan perencanaan pengiriman dari bagian Manager Operasional.
 - 2) Memeriksa dan mengarsipkan laporan jenis produk BBM yang habis dan laporan perencanaan pengiriman BBM.
 - 3) Membuka cek pembayaran ke bank dan mengisi formulir untuk jenis produk yang akan dibeli beserta menerima Bukti Pembayaran Cek.
 - 4) Memberitahu pemesanan ke PT Pertamina melalui SMS untuk jenis produk yang akan dibeli.
 - 5) Membuat dan mengarsipkan Laporan Pengeluaran Pembelian BBM.
 - 6) Untuk laporan pengeluaran pembelian dibuat rangkap dua, salah satu akan diberikan pada bagian Administrasi Keuangan beserta bukti pembayaran cek dari bank.
- d. Bagian Administrasi Keuangan
- 1) Menerima bukti cek pembayaran dan laporan pengeluaran pembelian BBM dari bagian Manager Keuangan.
 - 2) Memeriksa bukti pembayaran cek dengan laporan pengeluaran pembelian BBM.
 - 3) Menginput data laporan pembelian BBM dan melakukan penjurnalan pengeluaran kas pada komputer secara manual.
 - 4) Menyimpan jurnal pada file dalam komputer dan mencetaknya.
 - 5) Mengarsipkan bukti pembayaran cek, laporan pengeluaran pembelian, dan jurnal pengeluaran kas.

Prosedur Akuntansi Pengeluaran Kas untuk Keperluan Kas Kecil pada SPBU 44.50218

- a. Bagian Manager Operasional
- 1) Meminta kas kecil untuk pembelian barang yang dibutuhkan pada bagian Manager Keuangan.
 - 2) Menerima Bukti Kas Kecil pada pembelian barang.
 - 3) Memberi bukti kas kecil pada bagian Manager Keuangan.

- b. Bagian Manager Keuangan
 - 1) Memberi kas kecil untuk pembelian barang yang diperlukan pada bagian Manager Operasional.
 - 2) Menerima bukti kas kecil dari bagian Manager Operasional.
 - 3) Membuat dan mengarsipkan Laporan Pengeluaran Kas Kecil.
 - 4) Untuk laporan pengeluaran kas kecil dibuat rangkap dua, salah satu diberikan pada bagian Administrasi Keuangan beserta bukti kas kecil pembelian barang.
- c. Bagian Administrasi Keuangan
 - 1) Menerima bukti kas kecil dan laporan pengeluaran kas kecil dari bagian Manager Keuangan.
 - 2) Memeriksa bukti kas kecil dengan laporan pengeluaran kas kecil.
 - 3) Menginput data laporan pengeluaran kas kecil dan melakukan penjurnalan pengeluaran kas pada komputer secara manual.
 - 4) Menyimpan jurnal pada file dalam komputer dan mencetaknya.
 - 5) Mengarsipkan bukti kas kecil, laporan pengeluaran kas kecil, dan jurnal pengeluaran kas.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas, bahwa SPBU 44.50218 telah menggunakan Sistem Digitalisasi. Sistem ini digunakan untuk memantau penjualan BBM. Pemantauan persediaan BBM juga bisa dilakukan dengan menggunakan sistem ATG. Sebelum menggunakan sistem digitalisasi, pemantauan dilakukan secara manual. Seperti pada pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas masih menggunakan metode manual. Sehingga proses pencatatannya belum dilakukan secara efisien. Hasil penjualan BBM hanya digunakan untuk membeli persediaan BBM saja. Untuk membeli keperluan lainnya, pemilik SPBU akan memberikan cek pada bagian Manager Keuangan setiap akhir bulan. Pemisahan pengeluaran kas dilakukan untuk mengetahui hasil keuntungan penjualan BBM.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti hanya meneliti satu saja perusahaan milik swasta yaitu SPBU 44.50218 di Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai hanya satu narasumber yaitu bagian Manager Keuangan yang ada di SPBU 44.50218.

Saran

Merencanakan menggunakan sistem aplikasi khusus untuk pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluaran kas dalam laporan keuangan. Hal ini untuk mempermudah proses pencatatan transaksi secara efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2012. *Prosedur Penilaian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bimantara, Zeska Adhitya, Siti Ragil Handayani, dan Dwiatmanto. 2017. Analisis Pengendalian Intern dalam Sistem Akuntansi Penerimaan Kas Pelayanan Rawat Inap dan Rawat Jalan Pasien Umum (Studi pada Rumah Sakit Ibnu Sina Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Bisnis* 45 (1): 203-209.
- Devi, Yuni Exma, dan Hamidi. 2017. Analisis Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan dan Pengeluaran Kas untuk Membandingkan Pengendalian Keuangan di PT Vicky Mandiri Batam. *Measurement* 11 (1): 38-44 P-ISSN 2252-5394.
- Diana, Sunarji Harahap, dan Elidawati. 2018. Akuntansi Penerimaan dan Pengeluaran Kas pada PT Sinar Harapan Anugrah Sejahtera Medan. *Jurnal Bisnis Kolega* 4 (2): 16-29 p-ISSN: 2476-910X e-ISSN: 2621-8291.
- Francis, Sambo, and Benneth Umoghani Imiete. 2018. Internal Control System as a Mechanism for Effective Fund Management of Universities in Bayelsa State, Nigeria. *Global Journal of Social Sciences* 17: 77-91 DOI: <https://dx.doi.org/10.4314/gjss.v17i1.8>
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Riduwan. 2012. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Saifudin, dan Firda Pri Ardani. 2017. Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan dan Pengeluaran Kas dalam Meningkatkan Pengendalian Internal atas Pendapatan pada RSUP Dr. Kariadi Semarang. *Jurnal Riset Akuntansi Keuangan* 2 (2): 124-138.
- Sarapi, Debby E. R., Wilfried S. Manoppo, dan Dantje Keles. 2019. Evaluasi Pengendalian Internal Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas pada PT Bank BRI Cabang Tahuna. *Jurnal Admisistrasi Bisnis* 8 (1): 15-20 p-ISSN 2338-960; e-2655-206X.
- Telkom Indonesia. 2020. Telkom Tuntaskan Digitalisasi SPBU di Seluruh Indonesia. [Online] Available at: https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/news/telkom-tuntaskan-digitalisasi-spbu-di-seluruh-indonesia-1227

ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, PERGANTIAN AUDITOR DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP LAMANYA WAKTU PEMERIKSAAN

Eka Diah Pertiwi⁴⁵

Nursiam

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

This research aimed to analyze the profitability, solvency, auditor switching, and company size on audit delay in banking companies in Indonesian Stock Exchange in the period 2016 – 2019. This research using purposive sampling as sampling technique and obtained as many as 168 sample. The data analysis is done by using SPSS version 25 software. The results of the study indicate that solvency and company size have significant influence towards audit delay. On the contrary, profitability and auditor switching have not significant influence towards audit delay.

Keywords: *audit delay, profitability, solvency, auditor switching, company size*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, solvabilitas, pergantian auditor, dan ukuran perusahaan terhadap lamanya waktu pemeriksaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2019. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan diperoleh sebanyak 168 data sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menyatakan bahwa solvabilitas dan ukuran perusahaan secara signifikan dapat mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan. Sedangkan, profitabilitas dan pergantian auditor tidak berpengaruh secara signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Kata Kunci: *lamanya waktu pemeriksaan, profitabilitas, solvabilitas, pergantian auditor, ukuran perusahaan*

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal di Indonesia berdampak pada peningkatan akan audit laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi utama dalam menjalankan suatu perusahaan. Hal tersebut disebabkan laporan keuangan mencerminkan sikap transparansi informasi keuangan dari perusahaan, sehingga memberikan kesempatan publik untuk turut serta mengawasi kinerjanya. Setiap perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia setiap tahun diwajibkan untuk menyampaikan laporan tahunan (*annual report*) kepada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan

⁴⁵ekadiah286@gmail.com

para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Kewajiban penyampaian Laporan Keuangan (LK) ini diatur dalam Peraturan BAPEPAM No. KEP-346/BL/2011 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Publik. Menurut Mutiara Anjani (2016: 23) investor menjadikan laporan keuangan sebagai instrumen dasar dalam pengambilan keputusan berinvestasi, baik untuk masa sekarang maupun di masa yang akan datang, oleh karena itu perusahaan yang sudah *go public* diwajibkan untuk melaporkan laporan keuangan ke publik sebagai bentuk pertanggung jawaban ke pihak-pihak yang terkait.

Auditor menyatakan suatu pendapat mengenai kewajaran dari suatu laporan keuangan dan penyusunannya apakah sudah sesuai PABU. Dalam menyajikan jasa audit ini, auditor memberikan keyakinan positif atas asersi yang dibuat manajemen dalam laporan keuangan historis. Keyakinan menunjukkan tingkat kepastian yang dicapai dan yang ingin disampaikan oleh auditor bahwa simpulannya adalah benar. Lamanya waktu penyelesaian pekerjaan audit oleh auditor yang dilihat dari perbedaan waktu antara tanggal laporan keuangan dengan tanggal opini audit dalam laporan keuangan disebut lamanya waktu pemeriksaan. Hal yang penting adalah apakah auditor telah menyatakan suatu pendapat mengenai laporan keuangan suatu entitas telah disajikan secara wajar dan telah disajikan sesuai dengan prinsip PABU, tepat waktu dan kerahasiaan informasi terhadap laporan keuangan terjaga dengan baik. Hal tersebut tertera dalam Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) oleh Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI) tentang standar perkerjaan lapangan yang mengatur sikap dan pengetahuan yang wajib dimiliki auditor. Menurut Subekti dan Widiyanti (2004: 2) semakin panjang lamanya waktu pemeriksaan maka akan semakin lama auditor dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal tersebut menyebabkan berkurangnya manfaat informasi laporan keuangan dan bahkan menjadi tidak akurat.

Ketepatan waktu pelaporan informasi keuangan sangat dibutuhkan oleh pemakai informasi laporan keuangan, misalnya akuntan, manajer, para pemangku kepentingan (*stakeholder*), dan analis keuangan. Menurut Subekti dan Widiyanti (2004: 2), ketepatan waktu penyusunan laporan keuangan perusahaan bisa berpengaruh pada nilai laporan keuangan perusahaan. Keterlambatan ini akan menimbulkan reaksi negatif dari pelaku pasar modal. Karena di dalam laporan keuangan hasil audit memuat informasi keuangan yang dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Keterlambatan ini juga diartikan investor sebagai sinyal buruk untuk perusahaan tersebut, karena dapat diartikan perusahaan tersebut dalam kondisi buruk, sehingga menyebabkan penyampaian informasi laporan keuangan hasil audit cenderung akan ditunda.

Penelitian yang dilakukan oleh Maggy dan Diana (2018: 18) mnembagi faktor yang mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan, yaitu faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan meliputi profitabilitas, solvabilitas, dan kompleksitas. Faktor eksternal perusahaan meliputi komite audit dan ukuran darri Kantor Akuntan Publik (KAP). Mengacu pada penelitian tersebut, Kartika Andi (2011) meneliti mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Faktor-faktor yang mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan meliputi ukuran perusahaan, laba/rugi operasi, tingkat profitabilitas, solvabilitas, dan opini/jenis pendapat akuntan publik. Penelitian yang dilakukan oleh Saad dan Anjani (2016: 28) menyebutkan bahwa yang mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar dalam BEI adalah profitabilitas, ukuran perusahaan, pergantian auditor, dan ukuran kantor akuntan publik. Penelitian yang dilakukan Nelson dan Shukeri (2011: 124) menyebutkan bahwa ukuran komite audit, tipe auditor, opini audit, profitabilitas mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh profitabilitas, solvabilitas, pergantian auditor, dan ukuran perusahaan terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Teori Keagenan

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005) dalam Saad dan Anjanai (2016: 26) teori agensi mengeksplorasi bagaimana insentif dan kontrak dapat memotivasi individu-individu untuk mencapai keselarasan tujuan. Teori ini berusaha untuk memberikan gambaran mengenai faktor-faktor utama yang sebaiknya dipertimbangkan dalam merancang kontak insentif. Hubungan agensi terjadi jika salah satu pihak (*principal*) menyewa pihak lain (agen) untuk melaksanakan suatu jasa. Yang dimaksud *principal* adalah pemegang saham atau pemilik.

Auditing

Auditing adalah proses sistematis untuk memperoleh dan mengevaluasi bukti secara objektif mengenai pernyataan-pernyataan tentang kegiatan dan kejadian ekonomi, dengan tujuan untuk menetapkan tingkat kesesuaian antara pernyataan-pernyataan tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan, serta penyampaian hasil-hasilnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Audit harus dilakukan oleh orang-orang yang kompeten

dan independen (Arens et al, 2011). Dalam mengaudit laporan keuangan, PABU menjadi kriteria untuk menentukan apakah *statement* keuangan telah disajikan dengan baik, benar, dan jujur yang secara teknis disebut menyajikan secara wajar. Standar akuntansi merupakan salah satu kriteria untuk menentukan kewajaran suatu laporan keuangan, itulah sebabnya laporan auditor standar tidak menggunakan frasa “standar akuntansi” untuk menegaskan adanya kewajaran, tetapi frasa “prinsip akuntansi berterima umum”. (Suwardjono, 2005)

Standar *auditing* telah ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Publik Indonesia terdiri dari standar umum, standar pekerjaan lapangan, dan standar pelaporan (SPAP, 2011: 150). Standar-standar tersebut saling berhubungan dan bergantung satu dengan lainnya. Standar *auditing* dilandasi oleh tingkat materialitas dan risiko audit, terutama standar pekerjaan lapangan dan standar pelaporan.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan catatan yang berisikan informasi keuangan suatu perusahaan pada periode akuntansi tertentu yang digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Tujuan laporan keuangan dalam SAK No. 1 (Revisi 1 Juni 2012) tentang Penyajian Laporan Keuangan paragraf 12 (IAI, 2012: 03) adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi, terdapat empat karakteristik kualitatif pokok dalam Standar Akuntansi Keuangan, yaitu dapat dipahami, relevan, dapat diandalkan, dan dapat dibandingkan.

Peraturan Pelaporan Keuangan

Kewajiban penyampaian Laporan Keuangan (LK) emiten diatur oleh Peraturan BAPEPAM No. KEP-346/BL/2011 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Publik, menyatakan laporan keuangan tahunan wajib disertai laporan akuntan dalam rangka audit dan disampaikan kepada BAPEPAM paling lambat pada akhir bulan ketiga setelah tanggal laporan keuangan tahunan. Serta tercantum pula dalam UU No 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal sanksi administratif yang dikenakan pada perusahaan yaitu berupa denda, yang sesuai dengan ketentuan pasal 63 huruf e Peraturan Pemerintah Nomor 45 tahun 1995 tentang Penyelenggaraan Kegiatan di Pasar Modal yang menyatakan bahwa: “Emiten yang pernyataan pendaftarannya telah menjadi efektif, dikenakan sanksi denda Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah) atas setiap hari keterlambatan penyampaian

laporan dengan ketentuan jumlah keseluruhan denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).”

Lamanya Waktu Pemeriksaan

Lamanya waktu pemeriksaan (audit delay) adalah lamanya/rentang waktu penyelesaian audit yang diukur dari tanggal penutupan tahun buku sampai dengan tanggal diterbitkannya laporan audit. Auditor menyatakan suatu pendapat mengenai laporan keuangan suatu entitas telah disajikan secara wajar dan sesuai dengan PABU atau belum. Hal ini diatur dalam SPAP oleh IAPI tentang standar pekerjaan lapangan yang berisikan prosedur yang harus dilakukan auditor dalam penyelesaian pekerjaan lapangannya.

Menurut Subekti dan Widiyanti (2004: 2) lamanya waktu penyelesaian audit dapat mempengaruhi ketepatan waktu informasi tersebut dipublikasikan. Menurut Abdula (1996) dalam Kartika (2011) semakin panjang waktu yang dibutuhkan dalam mempublikasikan laporan keuangan tahunan sejak akhir tahun buku suatu perusahaan klien, maka semakin besar kemungkinan informasi tersebut bocor kepada investor tertentu, bahkan bisa menyebabkan insider trading dan rumor-rumor lain di bursa saham.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Lamanya Waktu Pemeriksaan

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Kartika Andi (2011: 157) menyebutkan bahwa perusahaan tidak akan menunda penyampaian informasi yang berisi berita baik. Profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba. Pelaporan laba atau rugi merupakan indikator berita baik atau buruk atas kinerja manajemen perusahaan dalam satu periode. Oleh karena itu, perusahaan yang menghasilkan laba akan cenderung mengalami lamanya waktu pemeriksaan yang lebih pendek, sehingga dapat segera disajikan kepada para investor dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya. Profitabilitas diukur dengan menggunakan Return on Assets (ROA) yang mengindikasikan seberapa besar aset perusahaan yang dapat menghasilkan pendapatan, perhitungan ROA yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia (SE No. 13/24/DPNP tanggal 25 Oktober 2011):

$$ROA = \frac{\text{Netprofit}}{\text{TotalAsset}} \times 100\%$$

Solvabilitas

Solvabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajibannya. Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi seluruh hutang yang ada dengan menggunakan seluruh aset yang dimilikinya. Solvabilitas sering

kali disebut leverage. Weston dan Copeland (1995: 238) dalam Respati (2004: 71) menyatakan bahwa rasio leverage mengukur tingkat aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Tingginya rasio debt to equity menggambarkan tingginya resiko keuangan perusahaan. Resiko yang tinggi ini dapat menggambarkan bahwa suatu perusahaan telah gagal dalam melunasi hutangnya baik pokok maupun bunga. Kesulitan akibat keuangan perusahaan yang melemah ini menjadi penyebab pihak manajemen memilih untuk menunda penyampaian laporan keuangan perusahaannya.

Pergantian Auditor

Pergantian auditor atau auditor switching merupakan pergantian auditor eksternal yang dilakukan oleh perusahaan klien. Peraturan tentang pergantian auditor tercantum dalam Keputusan dari Menteri Keuangan tahun 2002, yang kemudian diamandemen tahun 2003 menjadi Keputusan Menteri Keuangan Nomor 359/KMK.06/2003 dan mulai diberlakukan pada tahun yang sama. Kemudian peraturan terbaru menteri keuangan yaitu Peraturan Menteri Keuangan No.17/PMK.01/2008 tentang "Jasa Akuntan Publik" pasal 3 menyebutkan bahwa pemberian jasa audit umum atas laporan keuangan dari suatu entitas dilakukan oleh KAP paling lama 6 tahun buku berturut-turut oleh seorang akuntan publik paling lama 3 tahun berturut-turut. Setelah satu tahun buku auditor dari KAP tersebut tidak memberikan jasa audit umum atas laporan keuangan kliennya, maka mereka diperbolehkan menerima penugasannya kembali.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat digambarkan dari total aset, total revenue ataupun total penjualan. Ashton et al (1989) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki sumber daya (asset) yang besar memiliki lebih banyak sumber informasi, maka hal ini memungkinkan sebuah perusahaan untuk menyajikan laporan auditnya lebih cepat ke publik. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan Dyer dan Mc Hugh (1975) dalam Kartika Andi (2011: 156) perusahaan besar lebih konsisten untuk dapat tepat waktu dibandingkan perusahaan kecil dalam mempublikasikan laporan keuangannya. Pengaruh ini ditunjukkan dengan semakin besarnya nilai aktiva perusahaan, maka semakin pendek lamanya waktu pemeriksaan dan baegitu pula sebaliknya. Perusahaan besar dapat menyelesaikan proses auditnya lebih cepat sebab manajemen perusahaan yang berskala besar cenderung diberikan insentif untuk mengurangi lamanya waktu pemeriksaan, dikarenakan perusahaan-perusahaan tersebut dimonitor secara ketat oleh investor, dan pihak-pihak lainnya. Pihak-pihak ini sangat membutuhkan informasi yang tersedia di laporan keuangan. Dyer dan Mchugh (1975: 208) menyebutkan bahwa perusahaan-

perusahaan berskala besar cenderung menghadapi tekanan eksternal yang tinggi untuk mengumumkan audit lebih awal. Kemudian auditor yang bekerja untuk perusahaan besar umumnya diberi fasilitas sistem pengendalian internal yang lebih baik.

Pengembangan hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Lamanya Waktu Pemeriksaan

Dalam penelitian Subekti dan Widiyanti (2004: 10), Saad dan Anjani (2016: 43), Maggy dan Diana (2018: 23) serta Nelson dan Shukeri (2011: 124) menyebutkan bahwa profitabilitas yang lebih rendah akan memacu kemunduran publikasi laporan keuangan auditan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang rendah akan cenderung mengalami penerbitan laporan audit yang lebih lama (Ashton et al, 1984). Serta tingkat profitabilitas yang rendah juga dapat mempengaruhi perubahan harga pasar melalui pengumuman perolehan profit perusahaan tersebut. Jadi semakin tinggi profitabilitasnya maka akan semakin singkat lamanya waktu pemeriksaan laporan keuangan perusahaan. Kartika Andi (2011: 42), Amelia, Chomsatu, dan Masitoh (2018), Karang, Yadyana, dan Ramantha (2015), dan Liwe dan Manossoh (2018) menyebutkan bahwa tingkat profitabilitas tidak berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Dalam penelitiannya variabel profitabilitas secara parsial terbukti memiliki hubungan yang negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. ROA tidak berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan, dimana semakin tinggi ROA tidak akan membuat lamanya waktu pemeriksaan laporan keuangan akan semakin singkat. Maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Pengaruh Solvabilitas Terhadap Lamanya Waktu Pemeriksaan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kartika Andi (2011: 165), Maggy dan Diana (2018: 23), Karang, Yadyana, dan Ramantha (2015), dan Saragih M Rizal (2018) bahwa solvabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Rasio solvabilitas yang tinggi dapat menyebabkan waktu yang dibutuhkan dalam penyelesaian audit semakin panjang. Kemungkinan lain yang mungkin mempengaruhi adalah kurang ketatnya aturan-aturan dalam perjanjian hutang di Indonesia untuk mengharuskan penyajian laporan keuangan auditan perusahaan secara tepat waktu. Semakin besar liabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan semakin lama pula waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan. Sebab perusahaan akan cenderung berusaha untuk menyembunyikan kekurangan yang dimiliki oleh perusahaannya. Dalam Kurniawan

dan Laksito (2015) dan Liwe Manossoh (2018) mengatakan bahwa solvabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Sebab tingkat hutang yang dimiliki perusahaan tidak dapat dijadikan pedoman untuk menentukan lama tidaknya penyampaian laporan keuangan dalam hal ini lamanya waktu pemeriksaan dan tingkat proporsi hutang perusahaan yang tinggi bukan menjadi sinyal utama untuk menunjukkan kesehatan laporan keuangan perusahaan yang buruk. Perusahaan yang memiliki hutang besar belum tentu memiliki lamanya waktu pemeriksaan yang panjang dibanding perusahaan yang memiliki hutang kecil. Maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Solvabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Pengaruh Pergantian Auditor Terhadap Lamanya Waktu Pemeriksaan

Dalam penelitian yang dilakukan Saad dan Anjani (2016: 43) bahwa pergantian auditor secara simultan berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan, dimana perusahaan yang melakukan pergantian atas auditornya maka hal tersebut akan memperpanjang waktu penyampaian laporan keuangannya. Dalam Sylviana Dian (2019: 92) yang menyebutkan bahwa pergantian auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Pada umumnya auditor akan menrima klien baru jauh sebelum tahun fiscal klien berakhir, sehingga tidak akan mempengaruhi lamanya proses audit. Maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: Pergantian auditor berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Lamanya Waktu Pemeriksaan

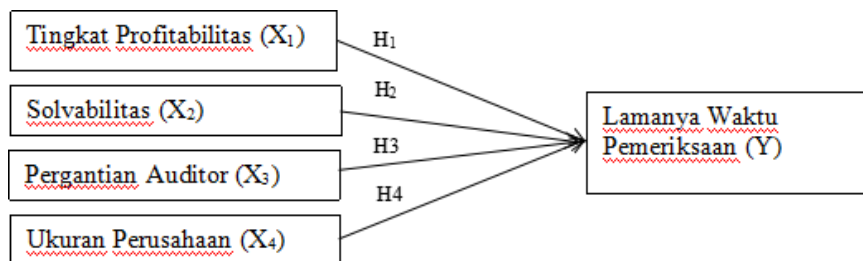
Dalam penelitian Subekti dan Widiyanti (2004: 10) serta Karang, Yadyana dan Ramantha (2015) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel lamanya waktu pemeriksaan. Saad dan Anjani (2016: 43) juga menyebutkan dalam hasil penelitiannya bahwa ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaannya. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempersingkat waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan tersebut, maka perusahaan diharapkan tetap terus menjaga serta meningkatkan total aset yang sekarang dimilikinya dengan meningkatkan keamanan dan kesehatan sistem keuangannya salah satunya melalui penerapan aturan Basel III yang diluncurkan oleh Bank for International Settlement (BIS) pada akhir tahun 2010. Dalam Kartika Andi (2011: 164), Kurniawan dan Laksito (2015), Liwe dan Manossoh (2018), Saragih M Rizal (2018), Amelia,

dan Chomsatu, dan Masitoh (2018) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Menurut Ashton dan Elliot (1987) dan Curtis (1976) dalam Kartika Andi (2011: 164) menemukan bahwa jenis perusahaan finansial mengalami persoalan mengenai lamanya waktu penyampaian laporan keuangan yang lebih pendek dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan dalam jenis industri lain. Hal ini disebabkan perusahaan-perusahaan finansial tidak memiliki saldo perusahaan yang cukup signifikan, sehingga audit yang dilakukan cenderung tidak membutuhkan waktu yang lama. Maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Kerangka konseptual

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen yang diduga dipengaruhi oleh empat variabel independen yang ditetapkan berdasarkan pengembangan hipotesis yang dilakukan dengan mengacu pada landasan teori dan penelitian terdahulu. Keempat variabel independen tersebut adalah profitabilitas, solvabilitas, pergantian auditor, dan ukuran perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODA

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber lain yang sudah dipublikasikan berupa laporan-laporan tahunan perusahaan-perusahaan perbankan yang sudah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2019. Data dalam penelitian ini diperoleh dari homepage Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id dan website resmi milik perusahaan. Pemilihan BEI sebagai sumber pengambilan data dengan alasan BEI merupakan bursa efek terbesar dan representatif di Indonesia.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor perbankan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Serta sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek

Indonesia (BEI) tahun 2016 sampai dengan tahun 2019. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dimana populasi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian adalah populasi yang memenuhi kriteria-kriteria sampel tertentu. Pemilihan sampel dalam penelitian ini mempertimbangkan beberapa kriteria-kriteria berikut, yaitu :

1. Perusahaan perbankan menerbitkan laporan keuangannya dengan tanggal tutup buku 31 Desember pada website masing-masing perusahaan serta pada website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).
2. Perusahaan perbankan yang dipilih tidak pernah keluar dari Bursa Efek Indonesia terhitung dari tanggal 1 Januari 2016 sampai dengan 31 Desember 2019.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah lamanya waktu pemeriksaan yang diukur berdasarkan lamanya waktu penyelesaian audit dari akhir tahun fiskal perusahaan sampai tanggal laporan audit dikeluarkan, yaitu per 31 Desember sampai tanggal tertera pada laporan auditor independen. Variabel ini diukur secara kuantitatif dalam jumlah hari.

Variabel Independen

a. Variabel Profitabilitas

Diukur berdasarkan nilai ROA (Return on Asset) yaitu Net Profit dibagi dengan Total Asset.

$$ROA = \frac{Netprofit}{TotalAsset} \times 100\%$$

b. Variabel Solvabilitas

Variabel solvabilitas dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$SOLV = \frac{TotalDebt}{TotalAsset} \times 100\%$$

c. Variabel Pergantian Auditor

Pergantian auditor dapat diukur dengan variabel dummy, dimana nilai dummy 1 diberikan apabila perusahaan berganti auditor, sedangkan nilai dummy 0 diberikan apabila perusahaan tidak berganti auditor. Variabel ini dinyatakan dengan lambang SWITCH.

d. Variabel Ukuran Perusahaan

Diukur berdasarkan total asset/total aktiva yang dimiliki oleh setiap perusahaan sampel dan digunakan sebagai tolok ukur skala perusahaan. Variabel ini diprosi dengan menggunakan logaritma. Variabel ini dinyatakan dengan lambang UP.

$$UP = \ln \text{ Total Asset}$$

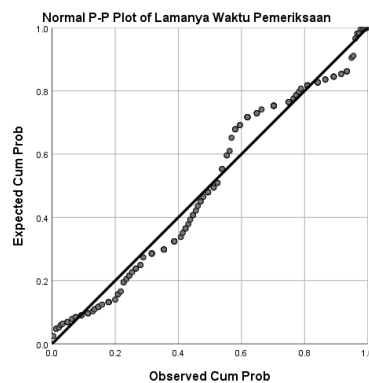
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode purposive sampling, sampel yang diperoleh sebanyak 42 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2019, sehingga data yang diperoleh sebesar 168 data sampel.

Hasil

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Berikut gambar hasil uji normalitas:



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Pada gambar PP-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel berdistribusi normal.

Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Tingkat Profitabilitas	.800	1.249
Solvabilitas	.915	1.093
Pergantian Auditor	.963	1.039
Ukuran Perusahaan	.784	1.276

a. Dependent Variable: Lamanya Waktu Pemeriksaan

Sumber : Data Diolah (2020)

Tabel di atas menggambarkan semua variabel memiliki nilai tolerance di atas 0,1 dan semua VIF di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan multikolinearitas dalam penelitian ini.

Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.555 ^a	.308	.291	22.89083927	1.844

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pergantian Auditor, Solvabilitas, Profitabilitas
b. Dependent Variable: Lamanya Waktu Pemeriksaan

Sumber : Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas nilai Durbin Watson sebesar 1,844, artinya nilai tersebut masih diantara -2 sampai 2, sehingga dapat disimpulkan penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.598	20.470		1.397	.164
	Profitabilitas	41.000	50.659	.070	.809	.420
	Solvabilitas	11.802	6.593	.144	1.790	.075
	Pergantian Auditor	3.528	2.299	.120	1.534	.127
	Ukuran Perusahaan	-.731	.679	-.094	-1.077	.283

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Diolah (2020)

Dari hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai signifikansi atau Sig. variabel tingkat profitabilitas sebesar 0,420, solvabilitas sebesar 0,075, pergantian auditor sebesar 0,127, dan ukuran perusahaan sebesar 0,283. Karena nilai Sig. keempat variabel independen lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis terdiri dari uji regresi linear berganda, uji parsial, uji regresi simultan, dan uji koefisien determinasi. Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	260.136	32.241		8.068	.000		
	ROA	-118.418	79.790	-.108	-1.484	.140	.800	1.249
	SOLV	28.356	10.384	.186	2.731	.007	.915	1.093
	SWITCH	3.249	3.621	.060	.897	.371	.963	1.039
	UP	-7.162	1.069	-.493	-6.700	.000	.784	1.276

a. Dependent Variable: Lamanya Waktu Pemeriksaan

Sumber : Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi linear bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = 260,136 - 118,418 \text{ ROA} + 28,356 \text{ SOLV} + 3,249 \text{ SWITCH} - 7,162 \text{ UP} + e$$

Nilai konstanta adalah positif sebesar 260,136 mengandung arti bahwa tanpa adanya variabel bebas (profitabilitas, solvabilitas, pergantian auditor dan ukuran perusahaan) maka lamanya waktu pemeriksaan yang dilakukan perusahaan-perusahaan yang diteliti adalah 260 hari. Hasil penghitungan koefisien regresi tingkat profitabilitas adalah sebesar -118,418. Hal ini mengandung arti bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Semakin besar profitabilitas tidak membuat lamanya waktu pemeriksaan menjadi semakin pendek. Hasil perhitungan koefisien regresi solvabilitas adalah sebesar 28,356. Hal ini mengandung arti bahwa solvabilitas berpengaruh positif terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Semakin besar solvabilitas maka lamanya waktu pemeriksaan akan semakin pendek. Hasil perhitungan koefisien regresi pergantian auditor adalah sebesar 3.249. Variabel pergantian auditor adalah variabel dummy, dimana perusahaan yang mengalami pergantian auditor diberi kode 1 dan yang tidak mengalami pergantian auditor diberi kode 0. Koefisien regresi berpengaruh positif yang berarti perusahaan yang mengalami pergantian auditor memiliki lamanya waktu pemeriksaan 3 hari lebih panjang dibandingkan perusahaan yang tidak mengalami pergantian auditor. Hasil perhitungan koefisien regresi ukuran perusahaan adalah sebesar -7.162. Hal ini mengandung arti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Semakin besar ukuran perusahaan tidak membuat lamanya waktu pemeriksaan menjadi semakin pendek.

Berikut adalah hasil uji parsial:

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	260.136	32.241		8.068	.000		
	ROA	-118.418	79.790	-.108	-1.484	.140	.800	1.249
	SOLV	28.356	10.384	.186	2.731	.007	.915	1.093
	SWITCH	3.249	3.621	.060	.897	.371	.963	1.039
	UP	-7.162	1.069	-.493	-6.700	.000	.784	1.276

a. Dependent Variable: Lamanya Waktu Pemeriksaan

Sumber : Data Diolah (2020)

Penelitian ini menggunakan probabilitas dua sebesar 5% atau 0,05. Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,140. Karena nilai Sig. 0,140 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Solvabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007. Karena nilai Sig. 0,007 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa solvabilitas berpengaruh secara parsial terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Pergantian auditor memiliki nilai signifikansi sebesar 0,371. Karena nilai Sig. 0,371 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pergantian auditor tidak berpengaruh secara parsial terhadap lamanya waktu pemeriksaa. Ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 > 0,05 dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Berikut adalah hasil uji regresi simultan:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38071.616	4	9517.904	18.164	.000 ^b
	Residual	85410.455	163	523.991		
	Total	123482.071	167			

a. Dependent Variable: Lamanya Waktu Pemeriksaan

b. Predictors: (Constant), Tingkat Profitabilitas, Solvabilitas, Pergantian Auditor, Ukuran Perusahaan

Sumber : Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, maka nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa

profitabilitas, solvabilitas, pergantian auditor, dan ukuran perusahaan berpengaruh simultan terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 ^a	.308	.291	22.89083927

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Tingkat Profitabilitas, Pergantian Auditor, Solvabilitas

Sumber : Data Diolah (2020)

Tabel tersebut memberikan nilai R sebesar 0,555 pada model penelitian dan koefisien determinasi sebesar 0,291. Terlihat bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian variabel terikat adalah relatif tinggi yaitu sebesar 29,1% saja pada model penelitian. Masih terdapat 70,9% varian variabel terikat yang belum mampu dijelaskan oleh kelima variabel terikat yang belum mampu dijelaskan oleh kelima variabel bebas dalam model penelitian ini.

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 8. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Lamanya Waktu Pemeriksaan	168	7.00000	140.00000	10146.00000	60.3928571	27.19216066
Profitabilitas	168	-.11728	.09099	.92950	.0055327	.02481290
Solvabilitas	168	.05242	.93650	130.88317	.7790665	.17836228
Pergantian Auditor	168	.00000	1.00000	93.00000	.5535714	.49860799
Ukuran Perusahaan	168	27.22256	36.33964	5230.77478	31.1355642	1.87174756
Valid N (listwise)	168					

Dari hasil analisis statistik deskriptif pada tabel di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Variabel lamanya waktu pemeriksaan memiliki nilai minimum 7, nilai maksimum 140, rata-rata 60,3928571, dan standar deviasi sebesar 27,19216066. Nilai standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menandakan perbedaan lamanya waktu pemeriksaan antar perusahaan lebih kecil. Nilai rata-rata sebesar 60,3928571 menunjukkan bahwa rata-rata lamanya waktu pemeriksaan untuk perusahaan yang

diteliti adalah 60 hari. Dari 168 sampel penelitian terdapat 9 sampel yang melebihi batas waktu penyampaian laporan keuangan audit yang ditetapkan pemerintah, yaitu 90 hari.

2. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -0,11728, nilai maksimum 0,09099, rata-rata 0,0055327, dan standar deviasi sebesar 0,02481290. Nilai profitabilitas yang negatif berarti perusahaan mengalami kerugian, sehingga terdapat perusahaan yang mengalami kerugian hingga 11,728% dibandingkan total aktivasnya. Rata-rata sampel tidak mendapatkan profitabilitas sampai dengan 0,55327% dibandingkan total aktiva perusahaan.
3. Variabel solvabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,05242, nilai maksimum 0,93650, rata-rata 0,0055327 dan standar deviasi sebesar 0,17836228. Terlihat pada umumnya perusahaan mempunyai hutang jangka panjang sebesar 0,55327% dibandingkan total aktiva perusahaan, bahkan ada yang mempunyai kewajiban jangka panjang sampai 93,65% dibandingkan total aktiva perusahaan.
4. Variabel pergantian auditor memiliki nilai minimum 0,00, nilai maksimum 1,00, rata-rata 0,5535714, dan standar deviasi sebesar 0,49860799.
5. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 27.22256, nilai maksimum 36,33964, rata-rata 31,1355642 dan standar deviasi sebesar 1,87174756. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menandakan bahwa nilai ukuran perusahaan antara masing-masing perusahaan tidak berbeda jauh.

Pembahasan

H_1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Profitabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas signifikansi (Sig) variabel profitabilitas sebesar 0,140 > 0,05. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “profitabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan” ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif, tetapi tidak signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kartika Andi (2011: 42), Amelia, Chomsatu, dan Masitoh (2018), Karang, Yadyana, dan Ramantha (2015), dan Liwe dan Manosoh (2018) yang menyebutkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Suatu perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan menjadi perhatian auditor untuk melakukan pengecekan yang lebih besar. Hal ini berkaitan dengan adanya kemungkinan perusahaan telah melaporkan laba yang lebih tinggi atau adanya indikasi manajemen laba yang telah dilakukan pihak manajemen perusahaan.

Kondisi tersebut menjadikan KAP melakukan proses audit secara lebih teliti yang dapat mengakibatkan waktu audit yang lebih lama, sehingga penyampaian laporan keuangan akan tertunda. Selain itu audit perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah juga tidak jauh berbeda dengan audit perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, karena perusahaan dengan profitabilitas rendah maupun tinggi akan cenderung mempercepat auditnya. Hal tersebut disebabkan tuntutan akan kepatuhan publikasi laporan keuangan yang tepat waktu. Investor beserta pihak-pihak lain yang berkepentingan seperti OJK, akan selalu menuntut publikasi laporan keuangan auditan sesuai dengan peraturan yang berlaku, terlepas dari profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan.

H2 : Solvabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Solvabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas signifikansi (Sig) variabel solvabilitas sebesar $0,007 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “solvabilitas berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan” dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa solvabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Semakin rendah hutang yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan semakin cepat lamanya waktu pemeriksaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kartika Andi (2011: 165), Maggy dan Diana (2018: 23), Karang, Yadyana, dan Ramantha (2015), dan Saragih M Rizal (2018) bahwa solvabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Rasio solvabilitas yang tinggi dapat menyebabkan waktu yang dibutuhkan dalam penyelesaian audit semakin panjang. Kemungkinan lain yang mungkin mempengaruhi adalah kurang ketatnya aturan-aturan dalam perjanjian hutang di Indonesia untuk mengharuskan penyajian laporan keuangan auditan perusahaan secara tepat waktu. Semakin besar liabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka akan semakin lama pula waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan. Sebab perusahaan akan cenderung berusaha untuk menyembunyikan kekurangan yang dimiliki oleh perusahaannya.

H3 : Pergantian auditor berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Pergantian auditor berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas signifikansi (Sig) variabel pergantian auditor sebesar $0,371 > 0,05$. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “pergantian auditor berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan” ditolak. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa pergantian auditor berpengaruh negatif, tetapi tidak signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Perusahaan yang tidak sering melakukan pergantian auditor belum tentu dapat mempercepat waktu pemeriksaan laporan keuangannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Sylviana Dian (2019: 92) yang menyebutkan bahwa pergantian auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Pada umumnya auditor akan menrima klien baru jauh sebelum tahun fiscal klien berakhir, sehingga tidak akan mempengaruhi lamanya proses audit.

H4 : ukuran perusahaan berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan sebesar $0,000 > 0,05$. Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh terhadap lamanya waktu pemeriksaan” dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Ukuran perusahaan dapat digambarkan dari total aset, total revenue ataupun total penjualan. Ashton et al (1989) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki sumber daya (asset) yang besar memiliki lebih banyak sumber informasi, maka hal ini memungkinkan sebuah perusahaan untuk menyajikan laporan auditnya lebih cepat ke publik. Pengaruh ini ditunjukkan dengan semakin besarnya nilai aktiva perusahaan, maka semakin pendek lamanya waktu pemeriksaan dan baegitu pula sebaliknya. Perusahaan besar dapat menyelesaikan proses auditnya lebih cepat sebab manajemen perusahaan yang berskala besar cenderung diberikan insentif untuk mengurangi lamanya waktu pemeriksaan, dikarenakan perusahaan-perusahaan tersebut dimonitor secara ketat oleh investor, dan pihak-pihak lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Subekti dan Widiyanti (2004: 10) serta Karang, Yadyana dan Ramantha (2015) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel lamanya waktu pemeriksaan. Saad dan Anjani (2016: 43) juga menyebutkan dalam hasil penelitiannya bahwa ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaanya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh maka rata-rata lamanya waktu pemeriksaan yang terjadi pada sampel perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2016 - 2019 sebesar 60 hari. Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa

seluruh variabel independen secara serempak mempunyai pengaruh signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan. Namun, berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil bahwa yang mempengaruhi lamanya waktu pemeriksaan adalah variabel solvabilitas dan variabel ukuran perusahaan. Sedangkan variabel profitabilitas dan variabel pergantian auditor tidak berpengaruh secara signifikan terhadap lamanya waktu pemeriksaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Devina Riski. Chomsatu, Yuli. dan Masitoh, Endang. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Audit Delay yang Dimoderasi Oleh Profitabilitas Pada Perusahaan Submanufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2016. Seminar Nasional dan Call For Paper: Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan, 2018: 425-448.
- Arens, Elder, Beasley. 2011. Auditing dan Jasa Assurance. Pendekatan Integrasi Jilid I dan II Edisi Ketigabelas : Erlangga.
- Ashton, Robert H., John J. Willingham, dan Robert K. Elliot. 1987. An Empirical Analysis of Audit Delay. *Journal of Accounting Research* 25(2) Autumn: 275-292.
- Badan Pengawas Pasar Modal. KEP-346/BL/2011 tanggal 5 Juli 2011. Peraturan Nomor X.K.2 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Publik. <http://www.bapepam.go.id/old/hukum/peraturan/x/x.k.2.pdf>
- Bank Indonesia. 2011. Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 13/24/DPNP tanggal 25 Oktober 2011 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum. Jakarta.
- Dyer, J.D, and A. J, McHugh. 1975. The Timeliness of Reporting and The Stock Price Reaction to Earning Announcement. *Journal of Accounting Research* (Autmn): 204-219.
- Ikatan Akuntan Publik Indonesia, 2012. Standar Profesional Akuntan Publik. <https://iapi.or.id/lapi/detail/362>
- Karang, Ni Made Dwi Umidyathi. Yadnyana, I Ketut. dan Ramantha, I Wayan. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Pada Audit Delay. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 4.07, 2015: 473-488.
- Kartika, Andi. 2011. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Audit Delay Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Dinamika Keuangan dan Perbankan*. Vol. 3, No. 2, November 2011: 152-171.
- Kurniawan, Anthusian Indra, dan Laksito, Herry. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Audit Delay (Studi Empiris pada Perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013). *Diponegoro Journal of Accounting*. Vol. 4. No. 3, 2015: 1-13.
- Liwe, Alther Gabriel. dan Manossoh, Hendrik. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Audit Delay (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 13(2), 2018: 99-108.
- Maggy. dan Diana, Patricia. 2018. Internal and External Determinants of Audit Delay: Evidence from Indonesian Manufacturing Companies. *Accounting and Finance Review Journal of Multimedia Nusantara University*. February 2018: 16-25.
- Menteri Keuangan. 2003. Keputusan Menteri Nomor 423/KMK.06/2002 jo 359/KMK.06/2003. Jasa Akuntan Publik. Jakarta.
- Menteri Keuangan. 2008. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 17/PMK.01/2008. Jasa Akuntan Publik, Jakarta.
- Mulyadi, 2002. Auditing. Edisi Kelima. Jakarta: Salemba Empat.

- Nelson. dan Sukheri. 2011. Corporate Governance and Audit Report Timeliness: Evidence From Malaysia. *Accounting in Emerging Economics Journal*. Vol. 11, November 2011: 109-127.
- Respati, Novita. 2004. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan: Studi Empiris di Bursa Efek Jakarta. Vol. 4, Januari 2004: 67-81.
- Republik Indonesia. 1995. Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Lembaran Negara RI Tahun 1995, No. 13. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Saad, Bani. dan Anjani, Mutiara. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pergantian Auditor, dan Ukuran Kantor Akuntan Publik terhadap Audit Delay Pada Sektor Perbankan di Bursa Efek Indonesia Bidang Kajian Sektor Privat (Sistem Informasi, Pengauditan, dan Etika Profesi). *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vol. 13, No. 1, Januari 2016: 23-45.
- Saragih, Muhammad Rizal. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, dan Komite Audit Terhadap Audit Delay (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016). *Jurnal Akuntansi Bekerlanjutan Indonesia*. Vol. 1. No. 3, September 2018: 352-371.
- Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 revisi 2012, Penyajian Laporan Keuangan.
- Subekti, Imam. dan N.W. Widiyanti. 2004. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Audit Delay di Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi VII*:991-1002.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Utami, Lela Retnani. 2019. *The Master Book of SPSS Pintar Mengolah Data Statistik untuk Segala Keperluan Secara Otodidak*. Yogyakarta: Start Up. Seminar Nasional Teknologi Komputer dan Sains (SAINTEK)
- Suwardjono, 2005. *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPEE.
- Sylviana, Dian. Pengaruh Solvabilitas, Pergantian Auditor dan Opini Auditor Terhadap Audit Delay, Januari 2019: 92-95.

ANALISIS PERBEDAAN PENDAPATAN ASLI DESA, ALOKASI DANA DESA, DAN DANA DESA TERHADAP BELANJA DESA SEBELUM DAN SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

Putri Ayu Rusanti⁴⁶

Yenni Khristiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Birawa

Abstract

The Covid 19 pandemic that is currently happening has had an impact on the Indonesian economy. This can be seen from the paralysis of the public economy in both the government and private sectors. This study aims to determine the differences in Village Original Income, Village Fund Allocation, and Village Funds on Village Expenditures before and during the Covid-19 period. The population in this study were all villages in Karanganyar Regency. The sampling technique was purposive sampling technique in order to obtain a sample of 106 villages. Data obtained from 2019 and 2020 were processed based on the report on the realization of the Village Budget (APBDes) from the Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa. The analysis technique used the data normality test and the paired sample t-test different test techniques. Based on the results of the paired sample t-test variable difference test, it is known that the probability significance level is <0.005 . These results indicate that the sig. (2-tailed) of 0,000 where this value is less than 0.05, which means that there is a difference between Village Original Income, Village Fund Allocation, and Village Fund to Village Expenditures before and during the Covid-19 pandemic.

Keywords: Village Original Income (PADes), Village Fund Allocation (ADD), Village Fund (DD), Village Expenditures, and Covid-19.

Abstrak

Pandemi Covid 19 yang terjadi saat ini telah memberikan dampak bagi perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari lumpuhnya perekonomian masyarakat baik dibidang pemerintahan maupun swasta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa, dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Populasi dalam penelitian ini seluruh desa-desa di Kabupaten Karanganyar. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik purposive sampling sehingga diperoleh sampel 106 desa. Data diperoleh dari tahun 2019 dan 2020 diolah berdasarkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan Belanja Desa (APBDes) dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa. Teknik analisis menggunakan uji normalitas data dan teknik uji beda paired sample t-test. Berdasarkan hasil uji perbedaan variabel paired sample t-test, diketahui taraf signifikansi probabilitas $< 0,005$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 berarti terdapat perbedaan antara Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa, dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama pandemi Covid-19.

Kata kunci: Pendaptan Asli Desa (PADes), Alokasi Dana Desa (ADD), Dana Desa (DD), Belanja Desa, dan Covid-19.

⁴⁶p3ayu02@gmail.com

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Tujuan diterbitkannya Undang-Undang Desa ini untuk mengatur penyelenggaraan pemerintahan desa karena desa memiliki hak asal usul dan hak tradisional dalam mengurus dan mengatur perkembangan desa. Untuk menjalankan otonomi daerah pemerintah pusat mengharapkan pemerintah desa dapat berperan dalam memberikan kontribusi dalam pembangunan skala nasional. Pemerintah desa mempunyai perencanaan dan pengaturan terutama untuk pembangunan dan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini tentunya harus di dukung penuh oleh penyelenggara pemerintah desa yang meliputi: Kepala Desa, Sekretaris, Kaur, Kadus dan sebagainya.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Desa, Belanja Desa adalah semua pengeluaran dari rekening desa yang merupakan kewajiban desa dalam satu tahun anggaran yang tidak akan diperoleh pembayarannya kembali oleh desa dan dipergunakan dalam rangka mendanai penyelenggaraan kewenangan desa. Menurut jenis dan kegiatannya Belanja Desa terdiri dari lima bagian yaitu, Belanja Desa Bidang Penyelenggaraan Pemerintah, Belanja Desa Bidang Pembangunan Desa, Belanja Desa Bidang Pembinaan Kemasyarakatan Desa, Bidang Pemberdayaan Masyarakat Desa, dan Belanja Desa Bidang Belanja Tak Terduga. Dalam hal ini sumber-sumber dana yang digunakan untuk membiayai Belanja Desa diantaranya terdiri dari Pendapatan Asli Desa (PADes), Dana Desa (DD) Alokasi Dana Desa (ADD), bantuan keuangan dari APBD Provinsi dan bantuan keuangan dari APBD kabupaten/kota.

Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa disebutkan bahwa Pendapatan Asli Desa bersumber dari pendapatan hasil usaha desa, hasil pengelolaan kekayaan aset milik desa, hasil swadaya dan juga partisipasi masyarakat, alokasi dari APBN dalam belanja transfer ke daerah/desa, maupun transfer Bagi Hasil Pajak dan Retribusi Daerah yang berupa bagi hasil pajak bumi dan bangunan, serta PADes Lain-lain yang sah. Desa juga menerima Alokasi Dana Desa dari pemerintah. Pemerintah bersama lembaga legislatif mengesahkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah. Pemberian Alokasi Dana Desa merupakan wujud pemenuhan hak desa dalam rangka penyelenggaraan otonomi desa. Alokasi Dana Desa bersumber dari bagian dana perimbangan keuangan pusat dan daerah yang diterima oleh kabupaten diluar Dana Alokasi Khusus (DAK) setelah dikurangi belanja pegawai.

Sasaran untuk Alokasi Dana Desa seluruh desa yang ada dalam wilayah kabupaten setempat.

Menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa menjelaskan bahwa desa nantinya akan mendapatkan Dana Desa. Dana Desa diperoleh sebesar 10% dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Di mana Dana Desa tersebut langsung turun ke desa tidak melalui prantara. Pengalokasi Dana Desa sebesar 10% akan menambah penerimaan tiap masing-masing desa dengan jumlah yang berdeda-beda. Penggunaan Dana Desa diprioritaskan untuk membiayai pembangunan dan pemberdayaan masyarakat agar nantinya bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia *Coronavirus* adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis *coronavirus* diketahui menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Coronavirus* jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019. Kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19).

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini telah memberikan dampak bagi perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari lumpuhnya perekonomian masyarakat baik dibidang pemerintahan maupun swasta. Dengan adanya virus Covid-19 yang mengakibatkan kelumpuhan di setiap lini yang mengharuskan pemerintah untuk menggeserkan pendapatan yang ada baik di pusat maupun di daerah untuk penanganan dampak ekonomi Covid-19. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia data penyebaran Covid-19 di Indonesia hingga tanggal 28 November 2020 sebanyak 527.999 kasus positif, 16.646 orang meninggal, 441.983 orang yang sembuh. Wilayah Kabupaten Karanganyar tercatat sebanyak 326 orang positif terpapar Covid-19.

Akibat adanya kasus Covid-19 ini pemerintah Kabupaten Karanganyar mengadakan Workshop Monitoring dan Evaluasi Penyaluran dan Penggunaan Dana Desa di Kabupaten Karanganyar. Dana Desa sebagai instrumen untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan makmur, ketika pandemi Covid-19 menyerang dan kebutuhan terus membengkak dan tidak ada yang tahu kapan pandemi ini berakhir. Dana Desa diperuntukan membantu masyarakat yang terdampak Covid-19 termasuk untuk padat karya tunai sehingga desa mampu menompang masyarakat. Masalah yang dihadapi disaat pandemi ini banyak

masyarakat yang terdampak Covid-19 semua masyarakat ingin mendapat bantuan. Program Kepala Desa menjadi tertunda dikarenakan Dana Desa digunakan untuk dana bantuan masyarakat (*karanganyarkab.go.id*, 2020).

Pandemi Covid-19 ini cukup berdampak bagi perekonomian dan rencana pembangunan di Kabupaten Karanganyar, sehingga diperlukan strategi yang tepat guna menanggulangi dampak pandemi yang sudah berjalan hampir sembilan bulan ini. Pengalokasian Dana Desa sejak tahun 2015 sampai dengan tahun 2020 senantiasa mengalami peningkatan. Telah terjadi perbaikan indikator kemiskinan di desa, yang mana pada tahun 2015 jumlah penduduk miskin pedesaan mencapai 17,89 juta atau 14,09% mengalami penurunan sehingga angka kemiskinan pada tahun 2019 turun menjadi 14,93 juta atau 12,6%. Juga terjadi perbaikan pada Indeks Desa Membangun (IDM), yang mana pada tahun 2015 masih didominasi desa dengan status desa tertinggal dan desa sangat tertinggal mencapai 61,1%, maka pada tahun 2019 kondisi IDM berbalik arah menjadi semakin membaik, dengan dominasi desa yang berstatus desa berkembang, desa maju dan desa mandiri mencapai 63,95% (*djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/jateng/id*, 2020).

Dengan terjadinya pandemi Covid-19, kebijakan Dana Desa Tahun 2020 diarahkan dalam rangka penanganan dampak ekonomi Covid-19 yang diwujudkan dalam bentuk Bantuan Langsung Tunai (BLT) Dana Desa yang diberikan kepada Keluarga Penerima Manfaat selama sembilan bulan. Sehingga menjadi penting karena prioritas pemanfaatan Dana Desa dapat dilihat lebih dalam pada masa pandemi Covid-19. Untuk anggaran penanganan Covid-19 tidak hanya diambil dari Dana Desa. Tapi juga bisa dari sisa lebih perhitungan anggaran Sisa Lebih Pembiayaan Anggaran Tahun Berkenaan (Silpa) tahun lalu. Selain itu, pemerintah desa juga memiliki Pendapatan Asli Desa (*djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/jateng/id*, 2020).

BKD Kabupaten Karanganyar mengadakan rapat koordinasi perubahan anggaran Tahun 2020. Hasil dari pelaksanaan rapat koordinasi sementara disetujui adanya pengurangan pendapatan pada penetapan APBD 2020. Pengurangan yang cukup signifikan tersebut dikarenakan adanya dampak dari pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini yang mengakibatkan berkurangnya Alokasi Dana Perimbangan dari pemerintah pusat ke daerah dan berkurangnya Pendapatan Asli daerah yang dikelola Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dari berbagai sektor (*bkd.karanganyarkab.go.id*).

Menurut (Janah, 2018) menyatakan bahwa Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa, dan Dana Desa berpengaruh positif dan signifikan terhadap belanja desa. Selanjutnya

(Dasuki, 2020), (Dewi & Irama, 2018) menyatakan Pendapatan Asli Desa dan Alokasi Dana Desa berpengaruh positif dan signifikan terhadap belanja desa. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh (Irawan, dkk, 2018) dalam penelitiannya Pendapatan Asli Desa dan Dana Desa berpengaruh signifikan terhadap Belanja Desa.

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan, 2019) mengatakan bahwa Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Belanja Desa Bidang Pemberdayaan Masyarakat. Sama halnya dengan (Yuliatwati, 2019) Pendapatan Asli Desa tidak berpengaruh signifikan terhadap Belanja Desa Bidang Pelaksanaan Pembangunan Desa.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengelolaan keuangan pemerintah desa sebagaimana yang dipaparkan dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Perbedaan Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa, Dan Dana Desa Terhadap Belanja Desa Sebelum Dan Selama Masa Pandemi Covid-19”.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Belanja Desa

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Desa, Belanja Desa adalah semua pengeluaran dari rekening desa yang merupakan kewajiban desa dalam satu tahun anggaran yang tidak akan diperoleh pembayarannya kembali oleh desa dan dipergunakan dalam rangka mendanai penyelenggaraan kewenangan desa dalam satu tahun anggaran. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, menjelaskan bahwa Belanja Desa diprioritaskan untuk memenuhi kebutuhan pembangunan yang disepakati dalam musyawarah desa dan sesuai dengan prioritas pemerintah kabupaten/kota, pemerintah provinsi dan pemerintah pusat.

Pendapatan Asli Desa (PADes)

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014, Pendapatan Asli Desa yaitu berupa hasil usaha desa, hasil kekayaan desa, hasil swadaya dan partisipasi masyarakat, dan lain-lain Pendapatan Asli Desa. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Pendapatan Asli Desa merupakan pendapatan yang berasal dari kewenangan desa berdasarkan hak asal usul dan kewenangan skala lokal desa.

Alokasi Dana Desa (ADD)

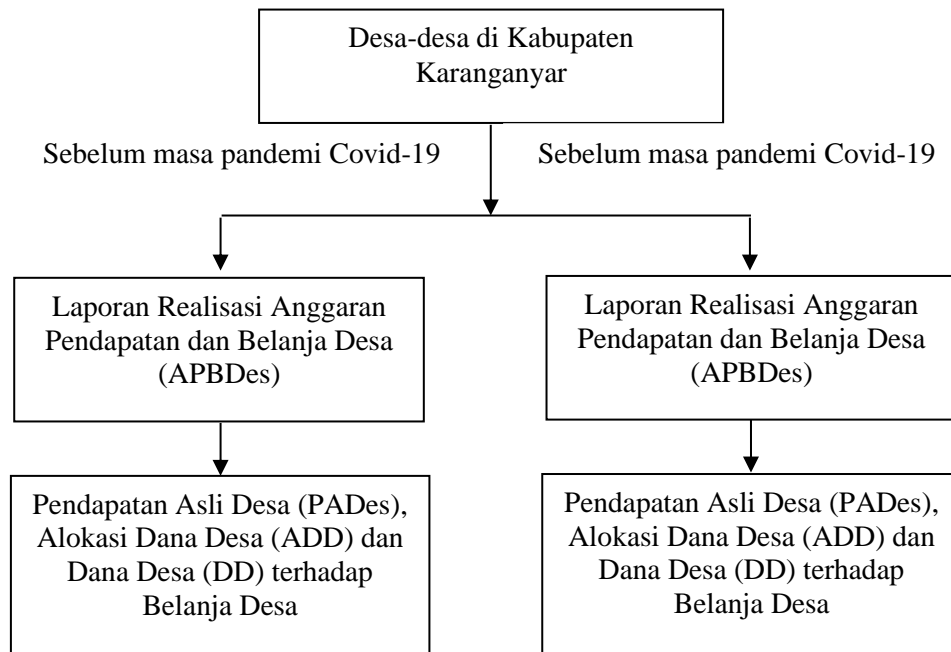
Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014, Alokasi Dana Desa adalah dana yang dialokasikan oleh kabupaten untuk desa. Sumber Alokasi Dana Desa ini adalah dana perimbangan pusat dan daerah yang diterima kabupaten/kota untuk desa. Alokasi Dana Desa merupakan perolehan bagian keuangan desa dari kabupaten yang penyalurannya melalui kas desa sebagaimana dari anggaran sendiri untuk dana rangsangan program pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan dan partisipasi masyarakat desa. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, Alokasi Dana Desa direvisi dari Dana Alokasi Umum (DAU) dengan beberapa proporsi tambahan. Sumber Alokasi Dana Desa berasal dari APBN sebesar 25% atau dana perimbangan yang dibagikan kepada daerah yang selanjutnya kabupaten memberikan kepada desa sebesar 10%.

Dana Desa (DD)

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014, Dana Desa adalah sumber Dana Desa yang berasal dari anggaran Pendapatan Desa yang berasal dari Anggaran Dan Belanja Daerah kabupaten/kota dan digunakan untuk menyelenggarakan pemerintahan, pembangunan desa, pembinaan, dan pemberdayaan masyarakat. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa mengamankan anggaran Dana Desa yang bersumber dari APBN dihitung berdasarkan jumlah desa dan dialokasikan dengan memperhatikan jumlah penduduk, angka kemiskinan, luas wilayah, dan tingkat kesulitan geografis.

Kerangka Konseptual

Dasar-dasar berupa teori dan temuan-temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang penting dan dijadikan acuan dalam penelitian ini. Penelitian mengenai pemerintah desa terkait Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19 masih sangat baru. Terlebih terkait dengan keadaan di masa pandemi Covid-19 belum pernah dilakukan. Untuk itu penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya sebagai acuan terkait penelitian Belanja Desa dimana yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah pada masa sebelum dan selama masa Pandemi Covid-19.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H_0 : tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19

H_a : terdapat perbedaan yang signifikan dari Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19

METODA

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Dokumen data yang telah ada diperoleh langsung dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Karanganyar. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah desa-desa yang berada di Kabupaten Karanganyar yang terdiri dari 162 desa. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang penentuannya berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

- 1) Desa-desa yang terletak di Kabupaten Karanganyar

- 2) Desa-desanya yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020.

Tabel 1. Penentuan Sampel Penelitian Berdasarkan Kriteria

No	Kriteria	Jumlah
1.	Desa-desanya di Kabupaten Karanganyar	162
2.	Desa yang tidak mengumpulkan laporan realisasi APBDes tahun 2019	(2)
	Desa yang tidak mengumpulkan laporan realisasi APBDes sampai 5 Januari 2020	(12)
3.	Desa yang mengumpulkan laporan realisasi APBDes tidak lengkap dan tidak memiliki PADes tahun 2020	(42)
	Jumlah sampel penelitian	106

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang digunakan yaitu dengan metode analisis uji normalitas data dan teknik uji beda (*paired sample t-test*) dengan menggunakan program SPSS.

Uji Deskripsi Statistik

Tabel 2. Hasil Uji Deskripsi Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PADes Sebelum Pandemi Covid-19	106	10975000	598358000	186278328,12	127009667,4
PADes Selama Pandemi Covid-19	106	2555000	1078340075	98310195,96	127464047,5
ADD Sebelum Pandemi Covid-19	106	437989500	1071336000	642193964,75	84871123,627
ADD Selama Pandemi Covid-19	106	50388965	967587185	539963522,74	107842329,4
DD Sebelum Pandemi Covid-19	106	778522000	1344662000	967680172,63	115577085,6
DD Selama Pandemi Covid-19	106	108869000	1363554000	904549454,81	193564797,2
Belanja Desa Sebelum Pandemi Covid-19	106	1679601717	3643481497	2525931957,7	498947461,8
Belanja Desa Selama Pandemi Covid-19	106	698858326	3862544495	1973762769,0	666401342,0
Valid N (listwise)	106				

Sumber: Data sekunder yang diolah (2021)

Variabel PADes Sebelum Pandemi Covid-19

Variabel PADes sebelum pandemi covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 10.975.000, dan nilai maximum sebesar Rp 598.358.000 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 186278328,12 dan nilai standar deviation sebesar Rp 127.009.667,4 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel PADes Selama Pandemi Covid-19

Variabel PADes selama pandemi covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 2.555.000 dan nilai maximum sebesar Rp 1.078.340.075 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 98.310.195,96 dan nilai standar deviation sebesar Rp 127.464.047,5 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel ADD Sebelum Pandemi Covid-19

Variabel ADD sebelum pandemi covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 437.989.500 dan nilai maximum sebesar Rp 1.071.336.000 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 642.193.964,75 dan nilai standar deviation sebesar Rp 84.871.123,627 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel ADD Selama Pandemi Covid-19

Variabel ADD selama pandemi covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 50.388.965 dan nilai maximum sebesar Rp 967.587.185 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 539.963.522,74 dan nilai standar deviation sebesar Rp 107.842.329,4 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel DD Sebelum Pandemi Covid-19

Variabel PADes Sebelum Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 778.522.000 dan nilai maximum sebesar Rp 1.344.662.000 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 967.680.172,63 dan nilai standar deviation sebesar Rp 115.577.085,6 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel DD Selama Pandemi Covid-19

Variabel PADes Sebelum Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 108.869.000 dan nilai maximum sebesar Rp 1.363.554.000 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 904.549.454,81 dan nilai standar deviation sebesar Rp 193.564.797,2 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel Belanja Desa Sebelum Pandemi Covid-19

Variabel PADes Sebelum Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 1.679.601.717 dan nilai maximum sebesar Rp 3.643.481.497 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 2.525.931.957,7 dan nilai standar deviation sebesar Rp 498.947.461,8 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Variabel Belanja Desa Selama Pandemi Covid-19

Variabel PADes Sebelum Pandemi Covid-19 memiliki nilai minimum sebesar Rp 698.858.326 dan nilai maximum sebesar Rp 3.862.544.495 dengan nilai rata-rata sebesar Rp 1.973.762.769,0 dan nilai standar deviation sebesar Rp 666.401.342,0 pada sejumlah sampel 106 desa yang mengumpulkan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) selama periode waktu dua tahun dari Tahun 2019 dan 2020 secara lengkap.

Uji Normalitas Data**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test									
	PADes Sebelum Pandemi Covid-19	PADes Selama Pandemi Covid-19	ADD Sebelum Pandemi Covid-19	ADD Selama Pandemi Covid-19	DD Sebelum Pandemi Covid-19	DD Selama Pandemi Covid-19	Belanja Desa Sebelum Pandemi Covid-19	Belanja Desa Selama Pandemi Covid-19	
N	106	106	106	106	106	106	106	106	106
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	186278328	98310195,96	642193964,75	539963523	967680173	904549455	2525931958	1973762769
	Std. Deviation	127009667	127464047,5	84871123,627	107842329	115677086	193564797	498947461,8	666401342,0
Most Extreme Differences	Absolute	,104	,226	,093	,127	,099	,052	,115	,081
	Positive	,104	,185	,093	,127	,099	,047	,115	,081
	Negative	-,100	-,226	-,073	-,102	-,071	-,052	-,056	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		1,074	2,329	,958	1,308	1,019	,530	1,189	,839
Asymp. Sig. (2-tailed)		,199	,000	,317	,065	,250	,941	,118	,482

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder yang diolah (2021)

Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan *one sample kolmogorov - smirnov test* dengan ketentuan nilai kenormalan apabila nilai *Asymp.sig.* atau probabilitas lebih besar dari 0.05 ($\text{sig} > 0.05$) yang artinya data terdistribusi secara normal, dan apabila nilai *Asymp.sig.* atau probabilitas lebih kecil dari 0.05 ($\text{sig} < 0.05$) yang artinya data tidak terdistribusi secara normal. Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa probabilitas variabel PADes selama pandemi covid-19 tidak terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Asymp.sig.* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05. Sedangkan probabilitas masing-masing variabel lainnya terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, uji beda dapat dilakukan dengan menggunakan uji *paired t-test*.

Uji Beda (Paired Sample T-test)**Tabel 4. Hasil Uji Paired Samples Statistics**

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	PADes Sebelum Pandemi Covid-19	186278328,12	106	127009667,4	12336269,435
	PADes Selama Pandemi Covid-19	98310195,96	106	127464047,5	12380402,732
Pair 2	ADD Sebelum Pandemi Covid-19	642193964,75	106	84871123,627	8243412,250
	ADD Selama Pandemi Covid-19	539963522,74	106	107842329,4	10474572,994
Pair 3	DD Sebelum Pandemi Covid-19	967680172,63	106	115577085,6	11225838,922
	DD Selama Pandemi Covid-19	904549454,81	106	193564797,2	18800675,101
Pair 4	Belanja Desa Sebelum Pandemi Covid-19	2525931957,75	106	498947461,8	48462061,574
	Belanja Desa Selama Pandemi Covid-19	1973762769,04	106	666401342,0	64726620,215

Sumber: Data sekunder yang diolah (2021)

Pada tabel 4 di atas diperlihatkan hasil ringkasan statistik deskriptif yaitu Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Standar deviasi yang menunjukkan keheterogenan dari data sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Standard error mean menggambarkan sebaran rata-rata sampel terhadap rata-rata keseluruhan kemungkinan sampel.

Tabel 5. Hasil Uji Paired Samples Correlations

Paired Samples Correlations				
		N	Correlation	Sig.
Pair 1	PADes Sebelum Pandemi Covid-19 & PADes Selama Pandemi Covid-19	106	,363	,000
Pair 2	ADD Sebelum Pandemi Covid-19 & ADD Selama Pandemi Covid-19	106	,810	,000
Pair 3	DD Sebelum Pandemi Covid-19 & DD Selama Pandemi Covid-19	106	,639	,000
Pair 4	Belanja Desa Sebelum Pandemi Covid-19 & Belanja Desa Selama Pandemi Covid-19	106	,304	,002

Sumber: Data sekunder yang diolah (2021)

Pada tabel 5 diatas menunjukkan korelasi atau hubungan antara kedua data yaitu Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Dasar pengambilan keputusan dari uji korelasi adalah apabila nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat korelasi atau hubungan antara dua data atau sampel. Nilai signifikansi pada data tersebut adalah sebesar 0,000 dan 0,002 dimana nilai ini kurang dari 0,05. Dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat korelasi atau hubungan

antara data Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19.

Tabel 6 . Hasil Uji Paired Samples T-test

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	PADes Sebelum Pandemi Covid-19 - PADes Selama Pandemi Covid-19	87968132,160	143630308,7	13950608,829	60306651,89	115629612	6,306	105	,000
Pair 2	ADD Sebelum Pandemi Covid-19 - ADD Selama Pandemi Covid-19	102230442,02	63220991,032	6140565,479	90054835,00	114406049	16,648	105	,000
Pair 3	DD Sebelum Pandemi Covid-19 - DD Selama Pandemi Covid-19	63130717,821	149145430,2	14486284,783	34407091,09	91854344,5	4,358	105	,000
Pair 4	Belanja Desa Sebelum Pandemi Covid-19 - Belanja Desa Selama Pandemi Covid-19	552169188,71	700787235,7	68066473,459	417205945,5	687132432	8,112	105	,000

Sumber: Data sekunder yang diolah (2021)

Hasil uji paired samples t-test pada tabel 6 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut. Dasar pengambilan keputusan terhadap hipotesis yang diajukan adalah jika probabilitas atau nilai sig. (2-tailed) < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima begitu juga sebaliknya. Dapat dilihat dari tabel, nilai sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan signifikan dari Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19.

Pembahasan

Perbedaan Pendapatan Asli Desa (PADes) sebelum dan selama masa pandemi Covid-19

Pada tabel 4 paired samples statistics terlihat bahwa nilai rata-rata PADes sebelum masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 186.278.328,12 lebih besar dari PADes selama masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 98.310.195,12. Artinya, bahwa nilai rata-rata PADes berbeda antara sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari tabel 6 hasil uji paired samples t-test yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga H₀ ditolak. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dilihat dari Pendapatan Asli Desa (PADes) sebelum dan selama masa pandemi Covid-19 terdapat perbedaan signifikan.

Perbedaan Alokasi Dana Desa (ADD) sebelum dan selama masa pandemi Covid-19

Pada tabel 4 paired samples statistics terlihat bahwa nilai rata-rata ADD sebelum masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 642.193.964,75 lebih besar dari ADD selama masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 539.963.522,74. Artinya, bahwa nilai rata-rata ADD berbeda antara sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari tabel 6

hasil uji paired samples t-test yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Hasil ini membuktikan bahwa dilihat dari Alokasi Dana Desa (ADD) sebelum dan selama masa pandemi Covid-19 terdapat perbedaan yang signifikan.

Perbedaan Dana Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19

Pada tabel 4 paired samples statistics terlihat bahwa nilai rata-rata DD sebelum masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 967.680.172,63 lebih besar dari DD selama masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 904.549.454,81. Artinya, bahwa nilai rata-rata DD berbeda antara sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari tabel 6 hasil uji paired samples t-test yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Hasil ini membuktikan bahwa dilihat dari Dana Desa (DD) sebelum dan selama masa pandemi Covid-19 terdapat perbedaan yang signifikan.

Perbedaan Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19

Pada tabel 4 paired samples statistics terlihat bahwa nilai rata-rata Belanja Desa sebelum masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 967.680.172,63 lebih besar dari Belanja Desa selama masa pandemi Covid-19 sebesar Rp 904.549.454,81. Artinya, bahwa nilai rata-rata Belanja Desa berbeda antara sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari tabel 6 hasil uji paired samples t-test yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Hasil ini membuktikan bahwa dilihat dari Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19 terdapat perbedaan yang signifikan.

SIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan dari Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa, dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan data sekunder, Dokumen data yang telah ada diperoleh langsung dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Kabupaten Karanganyar dengan menggunakan laporan realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBDes) Tahun 2019 dan 2020. Berdasarkan hipotesis yang dianalisis dengan menggunakan uji paired ttest dengan bantuan SPSS, maka

dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari Pendapatan Asli Desa, Alokasi Dana Desa, dan Dana Desa terhadap Belanja Desa sebelum dan selama masa pandemi Covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji paired t-test yang menunjukkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05, serta nilai rata-rata masing-masing variabel yang menunjukkan perbedaan antara sebelum dan selama masa pandemi Covid-19.

Saran

Hasil dari penelitian ini, dapat digunakan oleh berbagai pihak terutama yang berhubungan dengan masalah Laporan Keuangan Desa. Beberapa saran dari peneliti, yaitu: (1) Penelitian berikutnya supaya menggunakan realisasi APBDes yang sudah selesai dibukukan agar hasil penelitian lengkap serta mencerminkan kondisi keseluruhan keuangan Kabupaten Karanganyar. (2) Untuk penelitian selanjutnya agar memasukkan komponen-komponen penerimaan lain seperti Bagian dari Hasil Pajak dan Retribusi serta Bantuan Keuangan dari APBD Provinsi dan Kabupaten/kota sebagai variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Dasuki, T. M. (2020). Pengaruh Pendapatan Asli Desa dan Alokasi Dana Desa Terhadap Belanja Desa di Kab. Majalengka. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Sistem Informasi (J-AKSI)*.
- Dewi, R. S., & Ova. Novi Irama. (2018). Pengaruh Pendapatan Desa dan Alokasi Dana Desa terhadap Belanja Modal Desa dan Kemiskinan. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 2*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Irawan, M. A., Rahayu, S., & Aminah, d. W. (2018). Pengaruh Pendapatan Asli Desa, Dana Desa, Dan Alokasi Dana Perimbangan Desa Terhadap Belanja Desa (Studi Kasus pada Desa di Kabupaten Bandung Tahun 2017). *Jurnal Aksara Public*, 2, 190-202.
- Janah, A. M. (2018). Analisis Flypaper Effect Pada Pendapatan Asli Desa (PADesa), Alokasi Dana Desa (ADD), Dan Dana Desa (DD) Terhadap Belanja Desa Tahun 2017. *Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Peraturan Bupati Karanganyar Nomor 17 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Keuangan dan Aset Desa.
- Peraturan Bupati Karanganyar Nomor 45 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Bupati Karanganyar Nomor 5 Tahun 2020 tentang Pedoman Pengelolaan Dana Transfer Kepada Desa.
- Peraturan Bupati Karanganyar Nomor 5 Tahun 2020 tentang Pedoman Pengelolaan Dana Transfer Kepada Desa.
- Peraturan Bupati Karanganyar Nomor 87 Tahun 2015 tentang Tata Cara Pengelolaan Alokasi Dana Desa.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Desa.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Keuangan Desa.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 37 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Keuangan Desa.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa.

- Ramadhan, T. B. (2019). Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Desa (PADes), Dana Desa (DD), Alokasi Dana Desa (ADD), Dan Bagi Hasil Pajak Dan Retribusi (BHPR) Terhadap Alokasi Belanja Desa Bidang Pemberdayaan Masyarakat. *Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- Santoso, S. (2000). *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2001). *Mengolah Data Statistik Secara Profesional.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat Dan Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Yuliani, N. N. (2019). Pengaruh Alokasi Dana Desa (ADD), Dana Desa (DD), Pendapatan Asli Desa (PADes), Dan Bantuan Keuangan APBD Terhadap Belanja Desa Bidang Pembangunan Desa. *Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.*
- <http://bkd.karanganyarkab.go.id/informasi/rapat-koordinasi-perubahan-anggaran-2020>
- <https://djp.kemenkeu.go.id/kanwil/jateng/id/data-publikasi/berita-terbaru/3051-dana-desa-tepat-guna.html>
- <https://www.karanganyarkab.go.id/20201105/pengelolaan-dana-desa-di-kabupaten-karanganyar/>
- www.karanganyarkab.go.id
- www.kemkes.go.id

DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI TAX SAVING PADA KLASIFIKASI INDUSTRI *CONSUMER GOODS* DI INDONESIA

Meylinda Marditasari⁴⁷

Shinta Permata Sari

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

Taxes are the largest source of national income, but tax payable could burden and reduce corporate profit. Tax saving is company's ability to save tax payable in line with giving attention to the stakeholder point of view about manager's performance in managing the company. This study aims to examine the determinant factors: capital structure, sales growth, depreciation, and the audit committee's financial expertise that affect tax saving. The population of this study is companies in the consumer goods industry classification that are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019. The sample determines using purposive sampling and there are 69 company's data that met the criteria. This study uses secondary data and the hypothesis is tested using multiple linear regression analysis. The results of hypothesis testing show that sales growth and depreciation affect tax saving, Meanwhile, capital structure and audit committee's financial expertise do not affect tax saving.

Keywords: tax saving, capital structure, sales growth, depreciation, financial expertise.

Abstrak

Pajak merupakan sumber pendapatan terbesar bagi negara namun pajak terutang dapat membebani dan mengurangi laba persaaan. Tax saving merupakan upaya perusahaan untuk menghemat pajak terutang namun juga memperhatikan sudut pandang stakeholder atas kinerja manajer dalam mengelola perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor detrmninan berupa: struktur modal, sales growth, penyusutan, dan keahlian keuangan komite audit yang mempengaruhi tax saving. Populasi penelitian ini adalah perusahaan pada klasifikasi industri consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Penentuan sampel menggunakan purposive sampling dan terdapat 69 data amatan perusahaan yang memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan hipotesis diuji dengan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sales growth dan penyusutan berpengaruh terhadap tax saving, sedangkan struktur modal dan keahlian keuangan komite audit tidak berpengaruh terhadap tax saving.

Kata kunci: tax saving, struktur modal, pertumbuhan penjualan, depresiasi, keahlian keuangan.

²Shinta.Sari@ums.ac.id

PENDAHULUAN

Hampir semua negara di dunia bergantung pada pajak untuk kelangsungan hidup negaranya. Beberapa negara memiliki tingkat pajak yang tinggi, seperti Perancis dengan tarif Pajak Penghasilan (PPh) 75 persen, Aruba dengan tarif PPh 58,95 persen, Swedia dengan tarif 56,6 persen, Denmark dengan tarif 55,4 persen, Belanda dengan tarif 52 persen. Selain itu, Belgia, Austria, Jepang, dan Inggris dengan tarif PPh 50 persen, serta Finlandia dan Irlandia dengan tarif PPh 49,2 persen dan 48 persen. Begitu pula dengan aktivitas perekonomian Indonesia, tidak terlepas dari peran pajak didalamnya. Pajak menjadi tulang punggung keuangan negara. Dalam postur Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2019, penerimaan pajak tercatat menyumbang 82,5 persen dari total pendapatan negara, sesuai pernyataan situs resmi Direktorat Jenderal Pajak (2020). Hal ini menunjukkan bahwa untuk menjalankan roda pemerintahan dan akses layanan bagi masyarakat sangat bergantung pada penerimaan dari perpajakan.

Penerimaan negara sebagian besar berasal dari pajak yang disetorkan Wajib Pajak kepada pemerintah berdasarkan tarif yang ditentukan. Semakin tinggi kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak, maka semakin banyak pula penerimaan yang didapat oleh pemerintah untuk menjalankan roda perekonomian negara. Perusahaan-perusahaan yang sudah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia memiliki kewajiban untuk membayar pajak karena perusahaan-perusahaan tersebut telah go public, sehingga manajemen harus mempertanggungjawabkan kinerjanya kepada para pemangku kepentingan. Pemerintah juga merupakan salah satu pemangku kepentingan karena perusahaan-perusahaan tersebut akan membayar pajak kepada pemerintah atas kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Agar perusahaan-perusahaan tersebut mampu membayar pajak secara konsisten, perusahaan perlu melakukan tax saving agar laba perusahaan tetap optimal namun perusahaan tidak melanggar undang-undang perpajakan.

Tax saving adalah solusi bagi perusahaan untuk menghemat pajak terutang namun tidak melanggar aturan yang berlaku. Secara logika banyaknya pajak terutang sebanding dengan laba yang dihasilkan perusahaan. Apabila perusahaan memiliki laba yang baik maka pajak terutangnya juga tinggi. Perusahaan akan berupaya untuk meminimalisir pajak terutang untuk memberikan keuntungan yang lebih besar pada perusahaan namun tidak melanggar peraturan yang menimbulkan sanksi apabila pelanggaran terungkap.

Penelitian mengenai determinan yang mempengaruhi tax saving pada klasifikasi industri consumer goods di Indonesia ini sangatlah menarik. Penelitian-penelitian

sebelumnya banyak membahas tentang penghindaran, pelanggaran, dan perencanaan pajak. Akan tetapi, masih sangat sedikit penelitian yang membahas mengenai tax saving. Pada dasarnya tax saving ini justru memberikan pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan atas penghematan pajak yang dilakukan. Perusahaan tidak hanya mencari laba maksimal dalam operasinya namun juga mempertimbangkan stakeholder dalam pengambilan keputusan.

Ruchjana (2008) serta Sahilatua dan Noviani (2013), menyatakan bahwa suatu perencanaan pajak yang tepat akan menghasilkan beban pajak yang minimal, yang merupakan hasil dari perbuatan penghematan pajak dan atau penghindaran pajak. Hal tersebut merupakan cara atau tindakan penghematan pajak yang masih dalam koridor perundang-undangan (*lawful fashion*) (Fani dan Wibowo, 2017). Tax saving merupakan upaya untuk menghemat pengeluaran pajak melalui peraturan suatu peristiwa untuk meminimumkan pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan. Tujuan dari penghematan pajak adalah meminimalisir pengeluaran untuk membayar pajak namun tidak melanggar peraturan perundang-undangan perpajakan sehingga laba bersih perusahaan dapat dioptimalkan namun tetap memenuhi kewajiban membayar pajak yang sesuai dengan aturan atau tidak melakukan penghindaran dan pelanggaran pajak yang berakibat hukum pidana atau perdata di masa yang akan datang.

Menurut Brigham dan Houston (2011) serta penelitian Sudarmika dan Sudirman (2015), teori trade off menjelaskan bahwa struktur modal perusahaan dapat disusun dengan menukar manfaat pajak dari pendanaan utang dengan masalah yang ditimbulkan oleh potensi kebangkrutan. Dengan adanya struktur modal yang tepat, kreditur memberikan pertimbangan untuk memberi pinjaman kepada perusahaan. Dengan pertimbangan ini maka akan menambah utang perusahaan yang dapat mengurangi pajak yang harus di bayar oleh perusahaan.

Budiman dan Setiyono (2012) serta Aprianto dan Dwimulyani (2019) memberikan gambaran bahwa pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan tingkat penjualan perusahaan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan yang meningkat akan meningkatkan laba perusahaan yang mengakibatkan pajak yang dibayar perusahaan lebih besar. Oleh karena itu, strategi untuk menjaga pertumbuhan penjualan juga diperlukan agar perusahaan dapat melakukan penghematan pajak.

Berdasarkan Undang-Undang (UU) Pajak Penghasilan Nomor 36 Tahun 2008, dijelaskan bahwa pengeluaran untuk memperoleh harta berwujud yang mempunyai masa

manfaat lebih dari satu tahun harus dibebankan sebagai pengeluaran untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan dengan mengalokasikan pengeluaran tersebut selama masa manfaat harta tersebut melalui penyusutan (Agoes dan Trisnawati, 2013). Oleh karena itu, pengelolaan depresiasi atas asset perusahaan juga menjadi pertimbangan penting agar penghematan pajak dapat dilakukan tetapi perusahaan masih mampu menghasilkan laba.

Komite audit juga merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang berpengaruh dalam menentukan kebijakan perusahaan yang diharapkan mampu untuk mengurangi beban pajak perusahaan (Puspita dan Harto, 2014). Dengan memperhatikan uraian tentang beberapa determinan tax saving, maka penelitian tentang penghematan pajak perlu dilakukan terutama untuk klasifikasi industri barang konsumen yang memiliki tingkat perputaran modal kerja maupun aset yang cukup tinggi.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Tax Saving

Menurut Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) Pasal Satu dijelaskan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dikarenakan pentingnya peranan pajak ini, maka pemerintah menggencarkan sosialisasi kepada masyarakat untuk membayar pajak. Namun demikian, perusahaan berupaya untuk meminimalkan pembayaran pajak sehingga laba bersih yang diperoleh perusahaan maksimal. Upaya untuk meminimalkan pembayaran pajak ini adalah *tax saving*. Menurut Sugeng (2011) dalam Djuharni dan Bezaliel (2019), perencanaan pajak dilakukan dengan tujuan agar jumlah yang dibayar perusahaan tidak melebihi dari jumlah yang seharusnya, dan semata-mata bukan untuk menghindari pembayaran pajak.

Struktur Modal

Teori *trade off* menjelaskan struktur modal yang menyatakan bahwa perusahaan menukar manfaat pajak dari pendanaan utang dengan masalah yang ditimbulkan oleh potensi kebangkrutan (Brigham dan Houston, 2011). Struktur modal penting bagi perusahaan karena berpengaruh atas pengambilan keputusan sumber pendanaan perusahaan. Dengan adanya struktur modal, kreditur memberikan pertimbangan untuk

memberi pinjaman kepada perusahaan. Dengan pertimbangan ini maka perusahaan menambah utang yang dapat mengurangi pajak yang harus di bayar oleh perusahaan.

Sales Growth

Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menunjukkan perkembangan tingkat penjualan dari tahun ke tahun (Budiman dan Setiyono, 2012). Pertumbuhan yang meningkat memungkinkan perusahaan akan lebih meningkatkan kapasitas operasi perusahaan. Sebaliknya bila pertumbuhannya menurun perusahaan akan menemui kendala dalam rangka meningkatkan kapasitas operasinya. Dengan adanya pertumbuhan penjualan maka menunjukkan peningkatan laba yang akan berakibat pada peningkatan jumlah pajak yang akan dibayar (Aprianto dan Dwimulyani, 2019).

Penyusutan

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.16 (IAI, 2018), menjelaskan bahwa aset tetap merupakan aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa untuk tujuan administrasi dan diharapkan digunakan selama lebih dari satu periode. Semua jenis aset tetap memiliki umur manfaat yang terbatas kecuali tanah. Umur manfaat menurut PSAK adalah suatu periode dimana aset diharapkan digunakan oleh entitas dan jumlah produksi atas unit serupa yang diharapkan dari aset tersebut oleh entitas. Berdasarkan UU PPh Nomor 36 Tahun 2008, pengeluaran untuk memperoleh harta berwujud yang mempunyai masa manfaat lebih dari satu tahun harus dibebankan sebagai pengeluaran untuk mendapatkan, menagih, dan memelihara penghasilan dengan mengalokasikan pengeluaran tersebut selama masa manfaat harta tersebut melalui penyusutan (Agoes dan Trisnawati, 2013: 132).

Keahlian Keuangan Komite Audit

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 menjelaskan pengertian komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang diamati oleh Puspita dan Harto (2014), komite audit dengan keahlian akuntansi atau keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan yang diambil perusahaan, sehingga membantu mengontrol manager agar berperilaku sesuai kepentingan pemegang saham.

Pengembangan Hipotesis

Struktur modal akan memberikan kreditur pertimbangan atas pinjaman yang diberikan kepada suatu perusahaan. Pinjaman tersebut nantinya menambah utang

perusahaan, dan dengan bertambahnya utang maka pajak yang dibayar berkurang. Dalam penelitian Wahyuni dan Suryantini (2014) menunjukkan pengaruh struktur modal terhadap penghematan pajak.

H1: Struktur modal berpengaruh terhadap *tax saving*.

Penelitian Aprianto dan Dwimulyani (2019) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang meningkat memungkinkan perusahaan lebih meningkatkan kapasitas operasi perusahaan. Sebaliknya, bila pertumbuhannya menurun perusahaan akan menemui kendala dalam rangka meningkatkan kapasitas operasinya. Pertumbuhan penjualan menunjukkan perkembangan dari penjualan perusahaan tahun ke tahun serta menunjukkan peningkatan laba yang berpengaruh terhadap pembayaran pajak (Permata et al., 2018; Maharani et al., 2017).

H2: Sales growth berpengaruh terhadap *tax saving*.

Pemilihan metode penyusutan aset tetap berpengaruh terhadap laba serta memengaruhi pajak yang dibayar perusahaan. Dalam penelitian Pernanda dan Arniati (2013) dijelaskan bahwa pemilihan metode penyusutan akan mempengaruhi penghematan pembayaran pajak terutang perusahaan. Penelitian Ritonga (2017) menunjukkan bahwa dilakukannya penyusutan dan revaluasi aset dapat mengoptimalkan beban pajak.

H3: Penyusutan berpengaruh terhadap *tax saving*.

Penelitian sebelumnya oleh Robinson et al. (2012) menunjukkan keahlian akuntansi atau keuangan komite audit berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Namun hasil dari penelitian Puspita dan Harto (2014) menunjukkan keahlian akuntansi atau keuangan komite audit tidak menentukan perilaku penghindaran pajak perusahaan, karena cenderung memilih melakukan penghematan pajak.

H4: Keahlian keuangan komite audit berpengaruh terhadap *tax saving*.

METODA

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan terbuka pada klasifikasi industri *consumer goods* tahun 2017-2019 yang didokumentasikan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id atau web resmi masing-masing perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan terbuka pada yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan terbuka pada klasifikasi industri consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria yaitu (1) Perusahaan pada klasifikasi industri consumer goods yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2019; (2) Laporan keuangan tahunan tersedia di web resmi BEI atau perusahaan selama periode 2017-2019; (3) Perusahaan yang memiliki laba positif dan mencantumkan beban pajak selama periode penelitian; serta (4) Pertumbuhan penjualan bernilai positif atau hanya sebagian yang bernilai negatif (jika ada sebagian nilai negatif, nilainya tidak boleh ekstrim)

Pengukuran Variabel

Tax Saving

Tax saving adalah variabel dependen dalam penelitian ini, merupakan upaya perusahaan untuk menghemat pembayaran pajak namun tetap berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku (Darmadi dan Zulaikha, 2013). Perhitungan tax saving menggunakan Tarif Pajak Efektif (ETR), dengan formula:

$$\text{Tarif Pajak Efektif} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Struktur Modal

Struktur modal merupakan perimbangan jumlah utang jangka pendek yang bersifat permanen, utang jangka panjang dengan saham preferen dan saham biasa (Sudarmika dan Sudirman, 2015). Pengukuran struktur modal menggunakan Debt Equity Ratio.

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Sales Growth

Sales growth dapat diukur dengan penjualan akhir periode pada tahun i dikurangi dengan penjualan akhir periode pada tahun sebelumnya, dibagi dengan penjualan akhir periode tahun sebelumnya (Mahanani et al., 2017).

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Penjualan tahun } i - \text{Penjualan tahun } (i - 1)}{\text{Penjualan tahun } (i - 1)}$$

Penyusutan

Dengan memaksimalkan penyusutan dan pemilihan metode penyusutan tertentu dapat memengaruhi besarnya penghematan pajak (Pernanda dan Arniati, 2013). Dalam penelitian ini penyusutan ditentukan dengan besarnya akumulasi penyusutan perusahaan yang tercatat pada annual report dalam satuan miliar rupiah.

Keahlian Keuangan Komite Audit

Penelitian Puspita dan Harto (2014) keahlian keuangan komite audit diukur dengan persentase anggota komite audit dengan keahlian keuangan terhadap jumlah seluruh komite audit.

$$\text{Keahlian Keuangan Komite Audit} = \frac{\text{Jumlah Anggota dengan Keahlian Keuangan}}{\text{Jumlah Anggota Komite Audit}}$$

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk menunjukkan hubungan antara variabel dependen dan independen yang dihipotesiskan. Sebelum melakukan

uji regresi linier berganda, dilakukan pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov; uji multikolinieritas melalui tolerance value (TV) atau nilai variance inflation factor (VIF); uji autokorelasi dengan Durbin-Watson (DW test); dan uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser (Ghozali, 2011). Adapun model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{TS} = a + b_1\text{SM} + b_2\text{SG} + b_3\text{PYST} + b_4\text{KK} + e$$

Keterangan:

TS	:	Tax Saving
UK	:	Ukuran Perusahaan
SM	:	Struktur Modal
SG	:	Sales Growth
PYST	:	Penyusutan
KK	:	Keahlian Keuangan Komite Audit

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan memperhatikan kriteria penentuan sampel penelitian, maka penelitian ini menggunakan 23 perusahaan yang termasuk pada klasifikasi industri *consumer goods* yang

terdaftar di BEI selama periode 2017-2019 dengan 69 tahun perusahaan sebagai amatan penelitian. Tabel 1 menjelaskan tentang proses pemilihan sampel penelitian.

Tabel 1. Proses Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan pada klasifikasi industri consumer goods yang terdaftar di BEI selama periode 2017-2019	61
2	Laporan keuangan tahunan tidak tersedia di web resmi BEI atau perusahaan selama periode 2017-2019	(19)
3	Perusahaan yang tidak memiliki laba positif dan mencantumkan beban pajak selama periode penelitian	(17)
4	Pertumbuhan penjualan tidak bernilai positif atau sebagian besar bernilai negatif.	(2)
Jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria		23
Total sampel yang diolah (23 x 3)		69

Sumber: www.idx.co.id Diolah (2020)

Selanjutnya pada Tabel 2 dijelaskan tentang hasil uji statistik deskriptif dari data penelitian ini. Perusahaan yang rata-rata melakukan tax saving sebesar 25,72 persen dengan struktur modal yang berorientasi pada hutang rata-rata sebesar 66,57 persen. Pertumbuhan penjualan rata-rata mencapai 5,82 persen dengan nilai penyusutan rata-rata sebesar 32,0889 miliar rupiah dan 73,8 persen anggota komite audit memiliki keahlian keuangan.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	n	Nilai Terendah	Nilai Tertinggi	Nilai Rata-Rata	Simpangan Baku
<i>Tax Saving</i>	69	0,189	0,334	0,2572	0,0287
Struktur Modal	69	0,091	2,909	0,6657	0,5489
<i>Sales Growth</i>	69	-0,999	0,352	0,0582	0,1575
Penyusutan	69	20,962	26,601	32,0889	57,1084
Keahlian Keuangan Komite Audit	69	0,000	1,000	0,7380	0,2870

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 3 yang menunjukkan hasil uji asumsi klasik, dapat diketahui bahwa data penelitian terdistribusi normal karena nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,189 lebih besar dari 0,05. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan tolerance value untuk semua amatan diatas 0,10 dan nilai VIF tidak melebihi 10, sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas antar amatan penelitian. Sesuai dengan hasil Durbin Watson test sebesar 2,226 berada diantara $du < DW < 4-du$ atau $1,73425 < 2,226 < 2,26575$, sehingga tidak terdapat masalah autokorelasi. Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser juga

menunjukkan nilai signifikansi semua variabel amatan lebih besar dari 0,05 setelah diregresikan dengan nilai absolut dari residual amatan.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Keterangan	<i>Tolerance Value</i>	VIF	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Struktur Modal	0,989	1,011	0,620
<i>Sales Growth</i>	0,987	1,013	0,529
Penyusutan	0,975	1,026	0,105
Keahlian Keuangan Komite Audit	0,971	1,030	0,789
Hasil Uji Normalitas	0,189		
<i>Durbin Watson Test</i>	2,226		

Sumber: Data Diolah (2020)

Pengujian data penelitian menggunakan tingkat signifikansi 10 persen dan disajikan pada Tabel 4 yang menunjukkan persamaan regresi dari penelitian ini adalah:

$$TS = 0,240 + 0,001 SM + 0,034 SG + 0,00000000000000208 PYST + 0,011 KK + e$$

Koefisien regresi masing-masing amatan menunjukkan nilai positif, sehingga peningkatan struktur modal, sales growth, penyusutan maupun keahlian keuangan komite audit akan meningkatkan penghematan pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar 5,184 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001, dikarenakan nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini sudah tepat. Koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) menunjukkan nilai sebesar 0,198 sehingga dapat diartikan bahwa amatan penelitian yaitu struktur modal, sales growth, penyusutan, dan keahlian keuangan komite audit dapat menjelaskan variabel dependen yaitu tax saving sebesar 19,8 % dan sisanya dijelaskan oleh amatan lain di luar persamaan penelitian.

Tabel 4. Hasil Pengujian Data Penelitian

Variabel	b	<i>t-value</i>	Signifikansi	Keterangan
Struktur Modal	0,001	0,153	0,879	H1 ditolak
<i>Sales Growth</i>	0,034	1,684	0,097	H2 diterima
Penyusutan	0,00000000000000208	3,767	0,000	H2 diterima
Keahlian Keuangan Komite Audit	0,011	1,033	0,305	H4 ditolak
Konstanta	0,240			
<i>Adjusted R²</i>	0,198			
<i>F-value</i>		5,184	0,001	

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil pengujian hipotesis pertama pada Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,879 yang lebih besar dari 0,1, sehingga **H1 ditolak** artinya struktur modal tidak berpengaruh terhadap tax saving. Peningkatan struktur modal yang berasal dari hutang menunjukkan peningkatan penghematan pajak, akan tetapi peningkatan hutang tersebut belum menunjukkan jumlah penghematan pajak yang signifikan yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi pernyataan Kieso et al. (2014), jika peningkatan jumlah hutang dapat menurunkan jumlah pajak yang harus dibayarkan, dengan cara melakukan hutang jangka panjang dibandingkan yang harus segera dilunasi dalam jangka pendek.

Berdasarkan pengujian data pada Tabel 4 menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,097 dan lebih kecil dari 0,1 atau 10 persen. Oleh karena itu, **H2 diterima** artinya sales growth berpengaruh terhadap tax saving. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan tahun ini dibandingkan tahun sebelumnya membuat perusahaan harus mengatur pembayaran pajak dengan melakukan tax saving dari kapasitas operasinya. Hal tersebut dikarenakan pertumbuhan penjualan yang meningkat memungkinkan perusahaan mampu meningkatkan kapasitas operasi perusahaan yang justru akan menjadi beban yang menunjang penghematan pajak dengan tetap menjaga perolehan laba perusahaan. Hasil penelitian ini juga mengkonfirmasi temuan Permata et al. (2018) dan Maharani et al. (2017).

Hasil pengujian hipotesis ketiga pada Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,1 atau 10 persen, sehingga **H3 diterima** artinya penyusutan berpengaruh terhadap tax saving. Besaran jumlah penyusutan aset tetap akan mempengaruhi jumlah laba yang diperoleh perusahaan dan otomatis menentukan jumlah pajak yang dibayar perusahaan. Jumlah penyusutan yang semakin besar tentunya akan menunjang tax saving yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi penelitian Pernanda dan Arniati (2013) serta Ritonga (2017), tentunya dengan mempertimbangkan metode penyusutan yang digunakan serta kemungkinan dilakukan penilaian kembali atau revaluasi aset tetap yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan pengujian data pada Tabel 4 menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,305 dan lebih besar dari 0,1. Oleh karena itu, **H4 ditolak** artinya keahlian keuangan komite audit tidak berpengaruh terhadap tax saving. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan keahlian keuangan anggota komite audit independen perusahaan memang mampu membuat perusahaan melakukan penghematan pajak, tetapi jumlah

penghematan pajak yang dilakukan belum terlalu signifikan besarannya. Keahlian keuangan anggota komite audit terutama di bidang akuntansi atau keuangan dapat mengontrol manajemen untuk berperilaku sesuai kepentingan para pemangku kepentingan dan tetap mematuhi peraturan perpajakan (Puspita dan Harto, 2014).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sales growth* dan penyusutan berpengaruh terhadap *tax saving*, sedangkan struktur modal dan keahlian keuangan komite audit tidak berpengaruh terhadap *tax saving*. Berdasarkan penelitian ini upaya untuk menghematan pajak perusahaan dapat dilakukan dengan memperhatikan pertumbuhan penjualan tahun sekarang dengan tahun sebelumnya dan besarnya penyusutan untuk pengambilan keputusan manajer dalam melakukan penghematan pajak.

Penelitian ini pada dasarnya telah dilakukan pada beberapa amatan, akan tetapi hanya empat amatan yang memenuhi pengujian prasyarat pemodelan dengan regresi. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan model regresi dengan aplikasi yang berbeda agar semakin banyak faktor determinan yang dapat diamati. Penelitian ini dilakukan dalam periode penelitian jangka pendek, sehingga masih memungkinkan untuk dilakukan pada periode menengah atau jangka panjang untuk memastikan konsistensi penghematan pajak atau *tax saving* yang dilakukan oleh perusahaan terbuka yang terdaftar di bursa efek. Penelitian lanjutan juga dapat dilakukan untuk klasifikasi industri yang lain dan membedakan antara yang memiliki tingkat perputaran modal kerja lebih lambat dan lebih cepat dalam melakukan aktivitasnya, agar memberikan gambaran tentang *tax saving* dikaitkan dengan perolehan laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S., dan E. Trisnawati. 2013. Akuntansi Perpajakan, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Aprianto, M., dan S. Dwimulyani. 2019. Pengaruh Sales Growth dan Leverage Terhadap Tax Avoidance dengan Kepemimpinan Institusional sebagai Variabel Moderasi. Prosiding Seminar Nasional Pakar ke 2 Tahun 2019, Buku 2: Sosial Humaniora. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti: 21401-21410.
- Brigham, E. F., dan J. F. Houston. 2011. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Terjemahan), Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Budiman, J., dan Setiyono. 2012. Pengaruh Karakter Eksekutif Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). Proceeding Simposium Nasional Akuntansi XV. Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.

- Darmadi, I. N. H., dan Zulaikha. 2013. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Pajak dengan Indikator Tarif Pajak Efektif. *Proceeding Simposium Nasional Akuntansi XVII*. Universitas Mataram, Mataram.
- Direktorat Jenderal Pajak Republik Indonesia. 2020. Betapa Krusialnya Pajak dalam Portal Kehidupan Berbangsa dan Bernegara. [Artikel Online] Available at: <https://www.pajak.go.id/id/artikel>
- Djuhari, D., dan Y. Y. E. Bezaliel. 2019. Penentuan Metode Penilaian Persediaan dan Metode Penyusutan Aset Tetap untuk Tax Planning. *Journal of Islamic Accounting and Tax*. 2(2): 140-148.
- Fani dan Wibowo, S. 2017. Pengaruh Sales Growth, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Komite Audit Terhadap Praktik Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Teknologi*. 9(2): 1-6.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi V. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2018. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kieso, D. E., J. J. Weygant, dan T. D. Warfield. 2014. *Intermediate Accounting IFRS Edition*. United States of America: Wiley Publishing.
- Mahanani, A., K. H. Titisari, dan S. Nurlaela. 2017. Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Sales Growth dan CSR Terhadap Tax Avoidance. *Prosiding Seminar Nasional IENACO-2017*: 732-742.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.
- Permata, A. D., S. Nurlaela, dan E. Masitoh W. 2018. Pengaruh Size, Age, Profitability, Leverage dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*. 19(1): 10-20.
- Pernanda, D., dan Arniati. 2013. Perencanaan Pajak dalam Rangka Penghematan Pembayaran Pajak Terutang (Studi Kasus pada PT. GL HI TECH INDONESIA). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis Politeknik Batam*. 1(1): 68-82.
- Puspita, S. L., dan P. Harto. 2014. Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*. 1(1): 1-13.
- Ritonga, P. 2017. Analisis Perencanaan Pajak Melalui Metode Penyusutan dan Revaluasi Aset Tetap untuk Meminimalkan Beban Pajak pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Utama Medan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*. 17(1): 1-14.
- Robinson, J. R., Y. Xue, Yanfeng, dan M. H. Zhang. 2012. Tax Planning and Financial Expertise in the Audit Committee. SSRN Working Paper [Online]. Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2146003>
- Ruchjana, E. T. 2008. Analisis Penerapan Metode Gross-Up dalam Perhitungan PPh 21 Sebagai Salah Satu Upaya Perencanaan Pajak (Studi Kasus pada PT BPR XYZ Tahun 2005). *Jurnal Manajemen*, 6(2):261-270.
- Sahilatua, P. F., dan N. Noviari. 2013. Penerapan Perencanaan Pajak Penghasilan Pasal 21 Sebagai Strategi Penghematan Pembayaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 5(1): 231-250.
- Sudarmika, G.Y., dan M. S. N. Sudirman. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva, Struktur Aktiva, dan Pajak Terhadap Struktur Modal. *E- Jurnal Manajemen Unud*. 4(9): 2857-2885.
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
- Wahyuni, I. A. T., dan N. P. S. Suryantini. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Penghematan Pajak Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen*. 3(5): 1457-1470.

FRAUD DI PEMERINTAHAN ANALISIS META: STUDI DI INDONESIA

Natasya Febriola Haurissa⁴⁸

Christine Novita Dewi

Universitas Kristen Duta Wacana

Abstract

The aim of this research is to study the determinants of fraud in government sector using 8 years observation period. The purpose of this research is to examine the association between appropriateness of compensation, internal control system, organizational ethical culture, distributive justice, procedural justice, internal control compliance, organizational commitment, leadership style, law enforcement, unethical behavior, information asymmetry, pressure, opportunity, rationalization, performance accountability, regional income, e-government, internal audit, audit response, public official wages, collusion, ability to pay debt, individual morality, negative motivation, irregularities, risk assessment, control activities, monitoring, cash control systems, good governance, needs, and greed to fraud in government sector. This research accumulates and integrates existing studies using Meta Analysis techniques on 35 articles published between 2012-2019. Result of this study confirms the fraud triangle theory, as pressure, opportunity, and rationalizations are factors of fraud occurrence. Other variables that influence the fraud occurrence are the eligibility of compensation and unethical behavior. There are 17 variables that have been tested and robust to be a factor that influence fraud occurrence in government sector. This research can be used as a consideration of steps to be taken to prevent the occurrence of factors that can cause fraud in the government sector.

Keywords: *fraud in government sector, pressure, opportunities, rationalization, compensations, unethical behavior*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi fraud di sektor pemerintahan dengan menggunakan 8 tahun data penelitian. Penelitian ini menguji pengaruh kelayakan kompensasi, sistem pengendalian internal, budaya etis organisasi, keadilan distributif, keadilan prosedural, kepatuhan pengendalian internal, komitmen organisasi, gaya kepemimpinan, penegakan hukum, perilaku tidak etis, asimetri informasi, tekanan, kesempatan, rasionalisasi, akuntabilitas kinerja, pendapatan daerah, e-government, internal audit, respon audit, upah pejabat publik, kolusi, kemampuan membayar hutang, moralitas individu, motivasi negatif, penyimpangan (irregularities), penilaian risiko, kegiatan pengendalian, pemantauan, sistem pengendalian kas, good governance, kebutuhan (need), dan keserakahan (greed). Penelitian ini mengakumulasi dan mengintegrasikan studi yang telah ada dengan menggunakan teknik meta analisis terhadap 35 jurnal sampel yang dipublikasikan pada rentang tahun 2012-2019. Penelitian ini mengkonfirmasi teori segitiga fraud, bahwa tekanan, kesempatan, dan rasionalisasi merupakan faktor yang menyebabkan terjadinya fraud. Variabel lain yang berpengaruh terhadap terjadinya fraud adalah kelayakan kompensasi dan perilaku tidak etis. Seluruhnya terdapat 17 variabel yang telah diuji dan robust menjadi faktor yang mempengaruhi terjadinya fraud di sektor pemerintahan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan langkah yang akan diambil untuk mencegah terjadinya faktor-faktor yang dapat menyebabkan fraud di sektor pemerintahan.

Kata kunci: *fraud sektor pemerintahan, tekanan, kesempatan, rasionalisasi, kelayakan kompensasi, perilaku tidak etis*

⁴⁸12170142@students.ukdw.ac.id

PENDAHULUAN

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan pemerintahan sebagai segala urusan yang dilakukan oleh negara dalam menyelenggarakan kesejahteraan masyarakat dan kepentingan negara. Berdasarkan pengertian tersebut, pemerintahan seharusnya melaksanakan segala sesuatu didasarkan dengan kesejahteraan masyarakat dan kepentingan negara di atas segalanya. Namun, seiring dengan berjalannya pemerintahan banyak kasus-kasus yang merugikan masyarakat dan tidak berdasarkan kepentingan negara baik yang dilakukan oleh pemerintahan daerah maupun pemerintahan pusat. Perbuatan yang merugikan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah salah satunya berupa *fraud* atau kecurangan.

Association of Certified Fraud Examinations (ACFE), mengkategorikan *fraud* ke dalam tiga kelompok yaitu; *Financial Statement Fraud*, *Asset Misappropriation*, dan Korupsi. Dari ketiga kelompok tersebut dapat diidentifikasi bahwa *fraud* merupakan kegiatan yang merugikan, tindakan kecurangan, dan ketidakjujuran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh ACFE Indonesia tahun 2016 menunjukkan bahwa sikap atasan yang tidak menjadi teladan merupakan bentuk kelemahan yang utama yang menyebabkan terjadinya *fraud*. Atasan justru menjadi pelaku utama *fraud*. Hal ini tercermin dari banyaknya pejabat, baik menteri, gubernur, bupati/walikota yang dipenjarakan karena korupsi ataupun kecurangan lainnya.

Kegiatan *fraud* di pemerintahan merupakan sesuatu yang merugikan masyarakat. Palsanya, masyarakat awalnya mengharapkan dana yang dikelola oleh pemerintah akan digunakan untuk kepentingan bersama seluruh masyarakat bukan untuk kepentingan pribadi ataupun golongan tertentu. Kemudahan akses yang didapatkan oleh pejabat pemerintahan dalam mengelola dan 'mengambil' uang masyarakat adalah salah satu kunci terjadinya *fraud* di pemerintahan. Berdasarkan data penindakan yang dikeluarkan oleh KPK sudah ada sekitar 1207 penindakan atas kasus korupsi yang dilakukan oleh KPK terhadap sektor swasta serta sektor pemerintahan, baik itu pejabat DPRD, DPR sampai kepala lembaga/kementerian sedangkan untuk kasus korupsi tertinggi dilakukan oleh anggota DPR dan DPRD. Dari 1207 penindakan yang dilakukan oleh KPK, sektor swasta menyumbang angka sebesar 308 kasus dan sisanya dilakukan di sektor pemerintahan. Hal ini menunjukkan bahwa korupsi lebih banyak dilakukan di sektor pemerintahan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Perdana & Kurniasih mencantumkan data yang dikeluarkan oleh Transparency International pada 2015, Indeks Persepsi Korupsi Indonesia mendapat

peringkat 88 dari 168 negara. Peringkat ini lebih buruk daripada negara tetangga seperti Singapura, Malaysia dan Thailand. Sebagian besar yang menyumbangkan peringkat korupsi adalah korupsi yang dilakukan pada sektor pemerintahan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Komisi Pemberantas Korupsi (KPK), jumlah kecurangan (*fraud*) yang dilakukan oleh pejabat pemerintahan lebih besar daripada yang dilakukan di sektor swasta. Karena banyaknya jumlah korupsi yang dilakukan di sektor pemerintahan maka, penelitian ini akan membahas *fraud* di sektor pemerintahan.

Penelitian terkait *fraud* di pemerintahan telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Maria et. al (2017) meneliti terkait tekanan pejabat pemerintahan terhadap kecurangan dengan pengukuran menggunakan *dummy*, sedangkan penelitian serupa juga dilakukan oleh Setiawan et. al (2017) dengan pengukuran menggunakan Skala Likert. Kedua penelitian tersebut menggunakan pengukuran yang berbeda walaupun dengan variabel independen yang sama. Beberapa penelitian menggunakan variabel independen yang berbeda-beda dan dengan pengukuran yang berbeda, dari jurnal nasional sampai internasional telah membahas *fraud* di pemerintahan. Karena banyaknya penelitian yang membahas *fraud* di pemerintahan dan banyaknya kasus korupsi yang sebagian besar dilakukan oleh pejabat pemerintahan maka, penelitian ini menggunakan analisis meta untuk mengkaji dan mencari hasil yang konsisten faktor yang mempengaruhi *fraud* dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Analisis meta adalah salah satu upaya untuk merangkum berbagai hasil penelitian secara kuantitatif. Artinya, analisis meta sebagai suatu teknik yang ditunjukkan untuk menganalisis kembali hasil-hasil penelitian yang diolah secara statistik (Soetjipto, 1995). Dari banyaknya penelitian dengan pembahasan yang sama tetapi menghasilkan hasil yang berbeda dengan pengukuran yang berbeda, maka diperlukan analisis meta untuk menemukan hasil yang lebih valid dan dapat diandalkan. Penelitian ini penting untuk dilakukan agar mengingat sektor pemerintah mengelola aset yang sangat besar dan menjadi tulang punggung dari berjalannya suatu negara, sehingga penelitian ini dapat membantu pemerintah menyiapkan *early warning system* terhadap potensi terjadinya *fraud* dan menurunkan risiko terjadinya *fraud*.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Menurut Arens (2014) ada tiga faktor yang mempengaruhi *fraud* atau sering disebut sebagai *fraud triangle* yaitu, tekanan (*preassure*), peluang (*opportunity*), dan rasionalisasi

(*rationalization*). Menurut Arens, tekanan adalah dorongan yang membuat seseorang melakukan *fraud* karena adanya tekanan yang dialami, baik tekanan dalam bentuk *financial* maupun *non-financial*. Ada juga tekanan dari pihak luar seperti keluarga maupun tekanan dari dalam seperti keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih. Selain tekanan adapula peluang yang menjadi penyebab terjadinya *fraud*, peluang disebabkan oleh lemahnya sistem pengendalian. Celah dari lemahnya sistem pengendalian inilah yang menjadi peluang untuk berbuat curang. Adapula faktor rasionalisasi yang menurut Arens menjadi faktor terjadinya *fraud*. Rasionalisasi merupakan faktor dari dalam diri yang membenarkan tindakan *fraud* yang dilakukan, tindakan membenarkan ini merupakan masalah dalam integritas setiap individu.

Dari tiga faktor yang telah dikemukakan Arens, tiga faktor tersebut dikembangkan kembali oleh Crowe menjadi *fraud pentagon*. *Fraud pentagon* menambahkan dua faktor lain dari *fraud triangle* yaitu, arogansi (*arrogance*) dan kompetensi (*competence*). Arogansi adalah sikap keserakahan atau merasa berhak memiliki sikap superioritas. Faktor inilah yang biasanya dimiliki oleh pejabat pemerintahan. Selain itu adapula kompetensi yang merupakan kemampuan individu untuk mengesampingkan sistem pengendalian. Faktor kompetensi ini dapat didukung dengan tingginya tingkat pendidikan yang dimiliki individu, hal ini sejalan dengan fakta bahwa para pejabat pemerintahan rata-rata memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis meta yang dikemukakan oleh Hunter et. al (1982). Meta analisis bertujuan untuk mengidentifikasi fakta yang lebih akurat daripada yang dilakukan dalam banyaknya penelitian suatu topik. Metode meta analisis juga dapat digunakan untuk merangkum banyaknya hasil penelitian dalam suatu topik. Meta analisis akan menyampaikan "fakta" dengan objektivitas seperti yang dikemukakan Jackson (1984), objektivitas dianggap sebagai salah satu keuntungan utama dari meta analisis. Meta analisis dilakukan untuk mengkaji kejegan atau ketidakjegan hasil penelitian yang semakin banyak atau verifikasi penelitian (Sujipto, 1995).

Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)

Berdasarkan deskripsi dan pemaparan yang telah dibahas, maka hipotesis yang dibangun pada penelitian ini.

Pengaruh kelayakan kompensasi terhadap fraud di sektor pemerintahan

Kompensasi merupakan imbalan dari pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai. Imbalan yang tidak sesuai dengan hasil kerja pegawai menyebabkan pegawai melakukan

tindakan kecurangan untuk memenuhi kelayakan imbalan atau pemenuhan kompensasi atas pekerjaan yang dilakukan. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kompensasi yang diberikan maka, akan semakin rendah keinginan pegawai untuk melakukan fraud.

H1: Kelayakan kompensasi berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh keadilan distributif terhadap fraud di sektor pemerintahan

Keadilan distributif merupakan persepsi pegawai di instansi pemerintahan mengenai keadilan manajerial berkaitan dengan pemberian jabatan di dalam instansi pemerintahan. Berarti dapat dikatakan bahwa semakin tinggi persepsi pegawai mengenai keadilan distributif, maka akan meningkatkan fraud di pemerintahan. Hal ini dapat didukung juga dengan banyaknya koruptor di Indonesia yang justru mempunyai jabatan tinggi.

H2: Keadilan distributif berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh keadilan prosedural terhadap fraud di sektor pemerintahan

Keadilan prosedural merupakan persepsi seorang pegawai terhadap prosedur yang digunakan dalam membuat keputusan sehingga pegawai merasa terlibat di organisasi. Semakin tinggi rasa keterlibatan dan rasa keadilan yang dirasakan pegawai dalam setiap pengambilan keputusan akan membuat pegawai mengurungkan niat untuk melakukan fraud. Pegawai atau pejabat akan merasa bahwa keputusan melakukan fraud tidak tepat karena akan merugikan pegawai atau pejabat lain.

H3: Keadilan procedural berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap fraud di sektor pemerintahan

Pemimpin atau atasan dalam suatu organisasi pemerintahan merupakan seseorang yang sangat mempengaruhi lingkungan serta budaya organisasi. Semakin baik pemimpinnya maka akan semakin baik budaya serta lingkungan yang dihasilkan. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin baik gaya kepemimpinan maka akan semakin rendah kemungkinan pegawai pemerintahan melakukan *fraud*.

H4: Gaya kepemimpinan berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh penegakan hukum terhadap fraud di sektor pemerintahan

Fraud merupakan bentuk pelanggaran hukum yang dilakukan oleh pegawai organisasi. Para pejabat pemerintahan merasa bahwa kebal hukum jika melakukan fraud karena jabatan yang tinggi ataupun kekuasaan sehingga, penegakan hukum di

pemerintahan tidak berjalan sesuai aturan. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin rendah penegakan hukum maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan fraud.

H5: Penegakan hukum berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh perilaku tidak etis terhadap fraud di sektor pemerintahan

Perilaku tidak etis terdiri dari perilaku yang menyalahgunakan kedudukan, perilaku yang menyalahgunakan kekuasaan, perilaku yang menyalahgunakan sumber daya organisasi, serta perilaku yang tidak berbuat apa-apa. Pejabat pemerintahan dengan standar etika yang rendah akan memiliki risiko kecurangan yang tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi perilaku tidak etis yang dilakukan oleh pejabat pemerintahan maka semakin tinggi fraud yang terjadi di sektor pemerintahan.

H6: Perilaku tidak etis berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh tekanan (pressure) terhadap fraud di sektor pemerintahan

Dorongan untuk melakukan fraud bagi para pejabat berasal dari lingkungan maupun diri sendiri untuk menunjang gaya hidup. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tekanan maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan fraud.

H7: Tekanan berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh kesempatan (opportunity) terhadap fraud di sektor pemerintahan

Kesempatan akan muncul ketika pengendalian internal organisasi lemah sehingga, terdapat celah untuk melakukan fraud. Semakin tinggi jabatan atau kekuasaan maka akan semakin mudah untuk mendapatkan celah tersebut dan mendapat peluang untuk melakukan fraud. Hal ini sejalan dan dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kesempatan, maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan fraud.

H8: Kesempatan berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh rasionalisasi (rationalization) terhadap fraud di sektor pemerintahan

Sikap merasionalkan bahwa tindakan fraud adalah tindakan yang benar. Ketika akan melakukan fraud merasa bahwa gaji tidak sesuai, tindakan tersebut bukan tanggungjawabnya, dan menganggap biasa tindakan fraud menjadi factor pembenaran yang biasanya dipikirkan oleh pelaku fraud. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi

rasionalisasi maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan melakukan fraud.

H9: Rasionalisasi berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh respon audit terhadap fraud di sektor pemerintahan

Respon audit merupakan tanggapan dari pihak yang diaudit atas temuan, hasil audit, dan rekomendasi. Instansi atau pejabat pemerintahan yang terbukti melakukan fraud akan berargumen bahwa tindakan tersebut bukan tanggungjawabnya dan menganggap tindakan tersebut adalah hal yang biasa. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi respon para pegawai pemerintahan terhadap hasil audit maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan melakukan fraud.

H10: Respon audit berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh kemampuan membayar hutang terhadap fraud di sektor pemerintahan

Hutang merupakan salah satu tekanan yang dimiliki oleh pemerintahan. Organisasi pemerintahan yang memiliki jumlah hutang tinggi dengan tingkat realisasi yang rendah cenderung melakukan fraud untuk menutupi hutang tersebut. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin rendah kemampuan membayar hutang maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan fraud.

H11: Kemampuan membayar hutang berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh motivasi negatif terhadap fraud di sektor pemerintahan

Motivasi negatif merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan tindakan fraud secara sadar. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi motivasi negatif maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan fraud.

H12: Motivasi negatif berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh ketidakberesan (*irregularities*) terhadap fraud di sektor pemerintahan

Ketidakberesan pekerjaan yang dilakukan pemerintah menyebabkan kerugian finansial ketika diaudit oleh auditor pemerintah seperti BPKP (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan). Dari kerugian finansial inilah yang mengindikasikan terjadinya *fraud*. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi ketidakberesan (*irregularities*) maka akan semakin tinggi kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*.

H13: Ketidakteraturan (*irregularities*) berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh penilaian risiko terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Melalui penilaian risiko, organisasi dapat mengantisipasi setiap kejadian yang dapat menghambat pencapaian tujuan, salah satunya adalah tindakan kecurangan. Maka, semakin tinggi tingkat penilaian risiko akan semakin mengantisipasi tindakan *fraud* yang dapat dilakukan oleh pegawai pemerintahan.

H14: Penilaian risiko berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh kegiatan pengendalian terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Kegiatan pengendalian yang efektif dan efisien maka tidak akan menimbulkan celah untuk pegawai pemerintahan melakukan *fraud*. Kegiatan pengendalian merupakan kegiatan untuk menghindari kegiatan yang akan menghambat tujuan organisasi. Jika semua kegiatan pengendalian sudah terintegralkan dengan baik maka tindakan kecurangan akan lebih mudah dideteksi dan digagalkan. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kegiatan pengendalian maka, semakin rendah kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*.

H15: Kegiatan pengendalian berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh pemantauan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Menurut Budiharto (2008) tujuan pemantauan yaitu untuk mencegah terjadinya korupsi, penyalahgunaan wewenang, kebocoran, dan pemborosan kekayaan negara dari berbagai bentuk penyalahgunaan wewenang lainnya. Pemantauan juga merupakan suatu proses menilai kualitas kinerja berupa pemantauan saat pelaksanaan kegiatan, evaluasi terpisah, atau kombinasi keduanya. Maka dengan pemantauan yang kuat akan mengurangi atau bahkan mengagalkan tindakan *fraud* di pemerintahan.

H16: Pemantauan berpengaruh negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Pengaruh keserakahan (*greed*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Keserakahan merupakan penyebab tindakan *fraud* yang membuat individu melakukan segala cara untuk memuaskan hasrat keserakahannya. Maka semakin tinggi faktor keserakahan dalam diri individu akan mendorong terjadinya *fraud* di pemerintahan.

H17: Keserakahan berpengaruh positif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

METODA

Penelitian ini menggunakan metode meta analisis yang disusun oleh Hunter et. al (1982).

1. Menyeleksi basis data yang akan digunakan dan mengidentifikasi variabel *explanatory*.
2. Melakukan analisis statistik (analisis meta) dengan mengkonversi *statistic effect size* dari setiap data yang memenuhi kriteria menjadi suatu matriks yang sama, yaitu r .
3. Menentukan rata-rata korelasi (\bar{r}) dan estimasi populasi varian dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{r} = \frac{\sum(N_i r_i)}{\sum N_i}$$

N_i adalah ukuran sampel untuk studi i sedangkan r_i adalah koefisien korelasi dari Pearson untuk studi i . Dilanjutkan dengan menghitung *observed variance* dengan *avarage square error weighted* dibagi dengan jumlah sampel (N_i).

$$S_r^2 = \frac{\sum(N_i - \bar{r})^2}{\sum N_i}$$

Menghitung estimasi *sampling error variance* sebelum masuk dalam tahap untuk menghitung variansi populasi.

$$S_e^2 = \frac{(1 - \bar{r}^2)^2 K}{\sum N_i}$$

$$S_p^2 = S_r^2 - S_e^2$$

Dimana, S_p^2 adalah variansi populasi yang sesungguhnya dan S_r^2 adalah total variansi yang diamati.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal penelitian *fraud* di sektor pemerintahan yang dipublikasikan melalui media internet (*website* resmi penerbit jurnal, *google scholar*, *google*, dan lain-lain) untuk periode penelitian 2012-2019.

Populasi dan Sampel

Kriteria pengambilan sampel dari penelitian ini yaitu:

1. Jurnal penelitian *fraud* di sektor pemerintahan yang diterbitkan antara tahun 2012-2019 dengan menggunakan Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris.
2. Data yang dibutuhkan lengkap untuk memenuhi pengujian analisis meta.
3. Terdapat tabel hasil perhitungan statistik.

Diperoleh 35 jurnal penelitian yang memenuhi kriteria, terdapat 8 jurnal Bahasa Inggris dan 27 jurnal Bahasa Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fraud dapat terjadi karena adanya motivasi dan dorongan dari dalam maupun luar entitas. Adanya dorongan dan motivasi untuk melakukan *fraud* di sektor pemerintahan terjadi karena terdapat celah untuk melakukan *fraud* serta timbul rasa ketidakpuasan. Berikut ini adalah hasil penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *fraud* di pemerintahan.

Hasil

Hasil Uji Hipotesis

Berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis meta. Pengujian meta analisis untuk faktor-faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan dilakukan pengujian dengan menggunakan tujuh belas variabel independen yaitu Kelayakan Kompensasi (KK), Keadilan Distributif (KD), Keadilan Prosedural (KP), Gaya Kepemimpinan (GK), Penegakan Hukum (PH), Perilaku Tidak Etis (PTE), Tekanan (*Pressure*), Kesempatan (*Opportunity*), Rasionalisasi (*Rationalization*), Respon Audit (RA), Kemampuan membayar Hutang (*Capability*), Motivasi Negatif (MN), Ketidakberesan (*Irregularities*), Penilaian (PR), Kegiatan Pengendalian (KP), Pemantauan (PMT), dan Kecerakahan (*Greed*).

Tabel 1. Uji Hipotesis

Variable explanatory	ΣNi	K study	r	sr2	se2	sp2	se/sr %	Confidence Interval		
KK	2087	19	0,045	0,024	0,009	0,015	38,206	0,016	t	0,073
KD	481	4	-0,111	0,035	0,008	0,027	23,311	-0,163	t	-0,059
KP	566	5	0,033	0,021	0,009	0,013	41,178	0,008	t	0,057
GK	772	7	0,210	0,018	0,008	0,010	45,708	0,191	t	0,229
PH	1211	12	0,147	0,073	0,009	0,064	12,994	0,022	t	0,271
PTE	694	7	0,290	0,029	0,008	0,020	29,331	0,250	t	0,330
Pressure	1298	3	0,170	0,037	0,002	0,035	5,926	0,102	t	0,238
Opportunity	1389	4	0,099	0,043	0,003	0,040	6,534	0,020	t	0,178
Rationalization	1294	3	0,007	0,000	0,002	-0,002	2195,8	0,011	t	0,002
RA	511	1	0,005	0,000	0,002	-0,002	0,000	0,009	t	0,001
Capability	427	1	0,135	0,000	0,002	-0,002	0,000	0,140	t	0,131

MN	89	1	0,568	0,00	0,00	-	0,000	0,578	t	0,558
				0	5	0,005			o	
Irregularities	128	1	0,023	0,00	0,00	-	0,000	0,039	t	0,008
				0	8	0,008			o	
PR	64	1	-	0,00	0,01	-	0,000	-	t	-
			0,283	0	3	0,013		0,257	o	0,309
KP	64	1	-	0,00	0,01	-	0,000	-	t	-
			0,409	0	1	0,011		0,387	o	0,430
PMT	64	1	-	0,00	0,01	-	0,000	-	t	-
			0,338	0	2	0,012		0,314	o	0,362
Greed	95	1	0,120	0,00	0,01	-	0,000	0,140	t	0,100
				0	0	0,010			o	

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil analisis meta pada tabel 1 dari 19 total sampel studi yang diuji, menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) untuk variabel Kelayakan Kompensasi sebesar 0,045 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,016 hingga 0,073 yang berarti bahwa, Kelayakan Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H1 ditolak**. Untuk Keadilan Distributif menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar -0,110 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara -0,163 hingga -0,059 yang berarti bahwa, Keadilan Distributif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H2 ditolak**. Untuk Keadilan Prosedural menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar 0,032 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,008 hingga 0,057 yang berarti bahwa, Keadilan Prosedural berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H3 ditolak**. Untuk Gaya Kepemimpinan menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar 0,210 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,191 hingga 0,229 yang berarti bahwa, Gaya Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H4 ditolak**. Untuk Penegakan Hukum menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar 0,146 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,022 hingga 0,271 yang berarti bahwa, Penegakan Hukum berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H5 ditolak**. Untuk Perilaku Tidak Etis menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar 0,289 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,250 hingga 0,330 yang berarti bahwa, Perilaku Tidak Etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H6 diterima**. Untuk Tekanan (*Pressure*) menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar 0,169 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,102 hingga 0,238 yang berarti bahwa, Tekanan (*Pressure*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H7 diterima**. Untuk Kesempatan (*Opportunity*) menunjukkan nilai korelasi rata-rata (r) sebesar 0,098 dengan

tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,020 hingga 0,178 yang berarti bahwa, Kesempatan (*Opportunity*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H8 diterima**. Untuk Rasionalisasi (*Rationalization*) menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar 0,006 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,011 hingga 0,002 yang berarti bahwa, Rasionalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H9 diterima**. Untuk Respon Audit menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar 0,004 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,009 hingga 0,001 yang berarti bahwa, Respon Audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H10 diterima**. Untuk Kemampuan membayar hutang (*Capability*) menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar 0,135 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,140 hingga 0,131 yang berarti bahwa, Kemampuan membayar hutang pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H11 diterima**. Untuk Motivasi Negatif menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar 0,567 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,578 hingga 0,558 yang berarti bahwa, Motivasi Negatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H12 diterima**. Untuk Ketidakberesan (*Irregularities*) menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar 0,023 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,039 hingga 0,008 yang berarti bahwa, Ketidakberesan (*irregularities*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H13 diterima**. Untuk Penilaian Risiko menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar -0,283 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara -0,257 hingga -0,309 yang berarti bahwa, Penilaian Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H14 diterima**. Untuk Kegiatan Pengendalian menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar -0,4085 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara -0,387 hingga -0,430 yang berarti bahwa, Kegiatan Pengendalian berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H15 diterima**. Untuk Pemantauan menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar -0,3382 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara -0,314 hingga -0,362 yang berarti bahwa, Pemantauan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H16 diterima**. Untuk Keserakahan (*Greed*) menunjukkan nilai korelasi rata-rata (*r*) sebesar 0,120 dengan tingkat *confidence interval* (95%) antara 0,140 hingga 0,100 yang berarti bahwa, Keserakahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan maka, **H17 diterima**.

Pembahasan

Pengaruh Kelayakan Kompensasi terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kelayakan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan (H1 ditolak). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa kelayakan kompensasi yang tinggi tetap tidak akan menurunkan tingkat *fraud* di sektor pemerintahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa imbalan yang sesuai dengan hasil kerja pegawai atau bahkan lebih, tetap akan melakukan tindakan kecurangan untuk memenuhi hasrat ataupun untuk pemenuhan gaya hidup yang tinggi. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kelayakan kompensasi bukan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Keadilan Distributif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel keadilan distributif berpengaruh negatif dan signifikan (H2 ditolak). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa keadilan distributif yang tinggi akan menurunkan tingkat *fraud* di sektor pemerintahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa jabatan yang tinggi tidak selalu memudahkan pejabat pemerintahan untuk melakukan *fraud*, walaupun banyak pejabat pemerintahan dengan jabatan yang tinggi ditangkap karena kasus *fraud* namun, banyak pula pegawai pemerintahan dengan jabatan yang rendah melakukan *fraud* dan tidak tertangkap. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa keadilan distributif bukan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Keadilan Prosedural terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel keadilan prosedural berpengaruh positif dan signifikan (H3 ditolak). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa keadilan prosedural yang tinggi akan meningkatkan tindakan *fraud* di sektor pemerintahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan pegawai yang tinggi dalam proses pengambilan keputusan tidak selalu mengurungkan niat pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa keadilan prosedural bukan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan (H4 ditolak). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa gaya kepemimpinan yang bagus akan meningkatkan tindakan *fraud* di sektor pemerintahan. Hal

tersebut menunjukkan bahwa pemimpin yang baik dan bagus dalam mengkoordinir pegawainya belum tentu luput dari tindakan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan bukan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Penegakan Hukum terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel penegakan hukum berpengaruh positif dan signifikan (H5 ditolak). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa penegakan hukum yang bagus belum tentu menurunkan tindakan *fraud* di sektor pemerintahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penegakan hukum yang baik dan bagus dalam tatanan negara tidak menurunkan niat para pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penegakan hukum bukan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Perilaku Tidak Etis terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel perilaku tidak etis berpengaruh positif dan signifikan (H6 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa perilaku tidak etis yang sering dilakukan oleh pegawai pemerintahan dalam lingkungan kerja mengindikasikan terjadinya *fraud* di sektor pemerintahan. Semakin berani seorang pegawai untuk melakukan hal yang tidak etis maka, akan semakin berani pula dalam melakukan *fraud*. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku tidak etis akan meningkatkan kemungkinan para pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku tidak etis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Tekanan (*Pressure*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel tekanan (*pressure*) berpengaruh positif dan signifikan (H7 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa tekanan yang sering dialami oleh pegawai pemerintahan dalam lingkungan kerja memicu perbuatan *fraud* di sektor pemerintahan. Semakin tertekan seorang pegawai maka, akan semakin mungkin pula untuk melakukan *fraud*. Hal tersebut menunjukkan bahwa tekanan akan meningkatkan kemungkinan para pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tekanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Kesempatan (*Opportunity*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kesempatan (*opportunity*) berpengaruh positif dan signifikan (H8 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa kesempatan yang sering ditemui oleh pegawai pemerintahan dalam lingkungan kerja memicu perbuatan *fraud* di sektor pemerintahan. Semakin banyaknya celah dalam penegndalian internal suatu organisasi maka makin memungkinkan untuk terjadinya *fraud*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesempatan akan meningkatkan kemungkinan para pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kesempatan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Rasionalisasi (*Rationalization*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel rasionalisasi (*rationalization*) berpengaruh positif dan signifikan (H9 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa rasionalisasi yang sering dilakukan oleh pegawai pemerintahan dalam tindakan yang tidak benar akan memicu perbuatan *fraud* di sektor pemerintahan. maka makin memungkinkan untuk terjadinya *fraud*. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesempatan akan meningkatkan kemungkinan para pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kesempatan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Respon Audit terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel respon audit berpengaruh positif dan signifikan (H10 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin reaktif pegawai atau instansi pemerintahan yang diaudit atas hasil temuannya maka semakin tinggi pula kemungkinan untuk melakukan *fraud*. Respon yang diberikanpun menunjukkan bahwa tindakan yang dilakukan bukan merupakan tanggungjawab dari pelaku dan menolak hasil temuan kecurangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi respon instansi yang diaudit atas hasil auditnya maka semakin tinggipula kemungkinan para pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa respon audit menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Kemampuan Membayar Hutang (*Capability*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel respon audit berpengaruh positif dan signifikan (H11 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin besar hutang yang dimiliki dengan kemampuan membayar yang rendah suatu instansi pemerintahan maka semakin tinggi pula kemungkinan instansi untuk melakukan *fraud*. Tindakan *fraud* digunakan untuk membayar hutang yang dimiliki. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi hutang yang dimiliki maka semakin tinggipula kemungkinan instansi pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan membayar hutang (*capability*) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Motivasi Negatif terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel motivasi negatif berpengaruh positif dan signifikan (H12 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin tinggi motivasi negatif atau motivasi buruk yang dimiliki oleh pegawai pemerintahan maka semakin tinggi pula kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Tindakan *fraud* dilakukan karena pegawai pemerintahan memiliki tekanan dari dalam diri sendiri. Kepentingan pribadi yang tidak baik seperti ingin mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya juga merupakan motivasi negatif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi negatif menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Ketidakberesan (*Irregularities*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel ketidakberesan berpengaruh positif dan signifikan (H13 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin tidakberesnya pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai pemerintahan maka semakin tinggi pula kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Ketidakberesan pekerjaan yang dilakukan juga dapat menimbulkan kerugian untuk masyarakat. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ketidakberesan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Penilaian Risiko terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel penilaian risiko berpengaruh negatif dan signifikan (H14 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin

rendahnya kegiatan penilaian risiko yang dilakukan maka semakin tinggi pula kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Penilaian risiko digunakan untuk menilai risiko yang memungkinkan akan menghambat tercapainya tujuan. Jika semakin rendah kegiatan penilaian risiko maka semakin tinggi risiko yang akan terjadi salah satunya adalah *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penilaian risiko menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Kegiatan Pengendalian terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel kegiatan pengendalian berpengaruh negatif dan signifikan (H15 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin rendahnya kegiatan pengendalian yang dilakukan maka semakin tinggi pula kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Kegiatan pengendalian digunakan untuk mengetahui batasan yang akan diketahui oleh seluruh pegawai pemerintahan. Jika semakin rendah kegiatan pengendalian maka semakin tinggi risiko batasan akan dilanggar salah satunya adalah *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengendalian menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Pemantauan terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel pemantauan berpengaruh negatif dan signifikan (H16 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin rendahnya pemantauan yang dilakukan maka semakin tinggi pula kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Kegiatan pemantauan digunakan untuk mengetahui pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai pemerintahan dan tujuan yang akan dicapai. Jika semakin rendah pemantauan yang dilakukan maka semakin tinggi *fraud*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemantauan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

Pengaruh Kesenakupan (*Greed*) terhadap *fraud* di sektor pemerintahan

Hasil uji hipotesis menunjukkan variabel keserakahan berpengaruh positif dan signifikan (H17 diterima). Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa semakin tingginya keserakahan yang dimiliki pegawai pemerintahan maka semakin tinggi pula kemungkinan pegawai pemerintahan untuk melakukan *fraud*. Kesenakupan merupakan hasrat untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya walaupun dengan cara yang

tidak benar. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa keserakahan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris faktor-faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan dengan teknik Analisis Meta yang dikembangkan oleh Hunter et al. (1982). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 12 variabel *explanatory* sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya *fraud* di sektor pemerintahan, sementara variabel lainnya tidak dapat digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi *fraud* di sektor pemerintahan. Maka dapat disimpulkan bahwa Perilaku Tidak Etis, Tekanan (*Pressure*), Kesempatan (*Opportunity*), Rasionalisasi (*Rationalization*), Respon Audit, Kemampuan membayar hutang (*Capability*), Motivasi Negatif, Ketidakteraturan (*Irregularities*), Penilaian Risiko, Kegiatan Pengendalian, Pemantauan, dan Keserakahan (*Greed*) yang menjadi faktor *fraud* di sektor pemerintahan. Sementara untuk variabel lainnya ditolak. Hasil meta analisis ini kemudian menjadi konfirmasi bahwa teori segitiga *fraud* masih relevan sebagai faktor yang mempengaruhi terjadinya *fraud* di sektor pemerintahan, selain faktor-faktor lain yang kemudian muncul yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arens, A. A. (2014). Auditing and Assurance Service. Pearson.
- Arifianti, R., Santoso, B., & Handajani, L. (2015). Perspektif Triangle Fraud Theory dalam Pengadaan Barang/Jasa di Pemerintah Provinsi NTB. Jurnal InFestasi, 195-213.
- Barry Aditya Permana, H. D. (2016). Determinany of Fraud in Government Agency: Emperical Study at The Finance and Development Supervisory Agency (BPKP) of Jakarta Representative Office. Asian Pasific Fraud Journal, 93-108.
- Crowe, H. (2011). Why the Fraud Triangle is No Longer Enough. 1-56.
- Danuta, K. S. (2017). Crowe's Fraud Pentagon Theory dalam Pencegahan Fraud pada Proses Pengadaan melalui E-procurement. Jurnal Kajian Akuntansi, 164.
- Dewi, K. T., Wahyuni, M. A., & Herawati, N. T. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Kas, Implementasi Good Governance, Moralitas Aparatur Pemerintah Daerah, dan Persepsi Kesesuaian Kompensasi Terhadap Financial Fraud (Studi Empiris pada SKPD di Kabupaten Buleleng). e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha.
- Glass, G. (1978). Primary, Secondary, and Meta-Analysis of Research. Educational Researcher.
- Hayes, R. (2005). Principles of Auditing. Pearson.
- Hunter, S. (2004). Method of Meta-Analysis Correcting Error and Bias in Research Finding. Sage.
- Kusuma, I., Perdana, H. D., & Suranta, S. (2017). Fraudulent Financial Reporting by District / Municipal Government in INDONESIA. Asia Pasific Fraud Journal, 27-48.

- Maria, E., & Gudono. (2017). Empirical Test of Fraud Triangle Theory on Local Government (Evidence from Indonesia). *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 233-248.
- Maula, K. A. (2017). Analisis Pengaruh Faktor- Faktor Pendorong Tindak Kecurangan terhadap Kecendrungan Aparatur Pemerintah Melakukan Fraud (Persepsi Pegawai Dinas Kabupaten Banyumas). *Journal of Accounting and Finance*, 273-287.
- Muhtar, Sutaryo, & Sriyanto. (2018). Corruption in Indonesian local Government: Study on Triangle Fraud Theory. *International Journal of Business and Society*, 536-552.
- Oktavia, T. A., Sayekti, Y., & Prasetyo, W. (2018). The Effect of Compensation to Detection Fraud in Village Government (Empirical Study on Sub-District of Pasirian, District Of Lumajang). *International Journal of New Technology and Research (IJNTR)*, 68-70.
- Permana, B. A., Perdana, H. D., & Kurniasih, L. (2017). Determinant of Fraud in Government Agency: Empirical Study at The Finance and Development Supervisory Agency (BPKP) of Jakarta Representative Office. *Asia Pasific Fraud Journal*, 93-108.
- Praditasari, P., & Asrori. (2018). The Factors That Affect Fraudulent Financial Statements of the Local Government. *Accounting Analysis Journal*, 79-86.
- Prambudi, R., Dewangkoro, B., & Dwimulyani, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Kecurangan pada Sektor Pemerintahan (Studi Penelitian pada Kementerian Perdagangan). *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 209-228.
- Prawira, I. M., Herawati, N. T., & Darmawan, N. A. (2014). Pengaruh Moralitas Individu, Asimetri Informasi dan Efektivitas Pengendalian Internal Terhadap Kecenderungan Kecurangan (Fraud) Akuntansi (Studi Empiris pada Badan Usaha Milik Daerah Kabupaten Buleleng). *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Puspasari, N., & Suwardi, E. (2016). The Effect of Individual Morality and Internal Control on The Propensity to Commit Fraud: Evidence from Local Government. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 208-219.
- Rosyadi, C. F., & Budding, T. (2017). The Effectiveness of BPKP Fraud Audit Finding on Determining the Level of Corruption in Indonesian Provinces. *Journal of Society and Governance*, 88-109.
- Sulastris, & Simanjuntak, B. H. (2014). Fraud pada Sektor Pemerintah Berdasarkan Faktor Keadilan Kompensasi, Sistem Pengendalian Internal, dan Etika Organisasi Pemerintah (Studi Empiris Dinas Pemerintah Provinsi DKI Jakarta). *e-Journal Magister Akuntansi Trisakti*, 199-227.
- Susandra, F., & Hartina, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Fraud pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Bogor. *JURNAL AKUNIDA*, 64-83.
- Syarif, M. R. (2016). Pengaruh Pengendalian Internal, Good Governance, Peranan Auditor Internal, dan Keadilan Organisasi Terhadap Tingkat Kecurangan (Studi Pada SKPD Kabupaten Rokan Hulu). *JOM Fekon*, 2511-2524.
- Wulandari, R., & Suryandari, D. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fraud pada Satuan Kerja Pemerintah Daerah Kabupaten Temanggung. *Accounting Analysis Journal*, 76-85.
- Wulandari, S., & Achmad Zaky, M. A. (2015). Determinan Terjadinya Fraud di Instansi Pemerintahan (Persepsi pada Pegawai BPK RI Perwakilan Provinsi NTB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-32.
- Zulkarnain, R. M. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Fraud pada Dinas Kota Surakarta. *Accounting Analysis Journal*, 125-131.

KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN

Daru Setio Atmoko¹

Kartika Hendra Titisari², Suhendro³

Universitas Islam Batik Surakarta

ABSTRACT

This study discusses company size, profitability, leverage, liquidity, ownership structure, and the board of commissioners regarding the timing of financial reporting. The population and sample in this study are manufacturing companies in the metal sector and the like listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2012-2018 period. The sampling technique of this study used purposive sampling technique. The number of samples in this study were 15 metal sector manufacturing companies and the like listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2012-2018 period. The data analysis technique used in this study is logistic regression. Based on the results of the analysis conducted shows the size of the company, , and board of commissioners related to the timeliness of financial reporting. While profitability, leverage, liquidit, and ownership structure do not affect the timeliness of financial reporting

Keywords: ROA, LEV, Liquidity, SIZE, Insiders Ownership, Board Director

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, likuiditas, struktur kepemilikan, dan dewan komisaris terhadap waktu pelaporan keuangan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI periode 2012-2018. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 15 perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI periode 2012-2018. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, dan dewan komisaris berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Sedangkan profitabilitas, leverage, likuiditas, dan struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Kata Kunci: ROA, LEV, Liquidity, SIZE, Insiders Ownership, Board Director

PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan memuat informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan perubahan posisi keuangan perusahaan yang digunakan sebagai tolak ukur pengambilan keputusan pengguna laporan keuangan atau pihak-pihak yang berkepentingan di luar perusahaan seperti investor, kreditur, pemerintah, dan lain-lain (IAI, 2009). Dalam peraturan No. X.K.6, Lampiran No. Kep431/BL/2012 yang merupakan peraturan terbaru yang dikeluarkan oleh

OJK tentang penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan, menjelaskan bahwa perusahaan publik yang pernyataan pendaftarannya telah menjadi efektif wajib menyampaikan laporan tahunan kepada OJK paling lama 4 bulan setelah tahun buku berakhir.

Perusahaan yang terlambat dalam penyampaian laporan keuangan akan diberikan sanksi administrasi dan denda, perihal tersebut diatur dalam undang-undang. Sesuai dengan keputusan direksi Nomor 307/BEJ/2004 yaitu Peraturan Nomor 1-H tentang sanksi bagi perusahaan yang terlambat menyampaikan laporan keuangan. Sanksi tertulis I untuk perusahaan yang terlambat sampai dengan hari ke-30 batas waktu penyampaian. Apabila hari kalender ke-31 sampai ke-60 belum menyampaikan, maka dikenakan sanksi tertulis II dan denda Rp 50 juta. Jika hari kalender ke-61 sampai ke-90 belum menyampaikan, maka dikenakan sanksi tertulis III dan denda Rp 150 juta, sampai dikenakan sanksi berupa penghentian sementara oleh bursa.

Meskipun sudah terdapat peraturan tentang batas waktu penyampaian laporan keuangan, masih saja terdapat perusahaan yang terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan tahunannya. Pada tahun 2014, BEI mengumumkan bahwa terdapat 49 perusahaan yang terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan 2013. Pada tahun 2015, BEI mengumumkan bahwa terdapat 52 perusahaan yang terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan 2014. Hal ini meningkat pada tahun 2016, dimana BEI mengumumkan terdapat 79 perusahaan yang terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan 2015. Pada tahun tersebut perusahaan yang banyak terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan adalah perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya (IDX, 2014) dalam (Tambing, 2016).

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan terdapat inkonsistensi hasil penelitian diantara adalah: Hasil penelitian yang ditemukan masih terdapat perbedaan antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lainnya. Beberapa penelitian tersebut diantaranya penelitian yang dilakukan Akbar & Kiswara (2014); Darmiar & Ulupui (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ibadin et al (2012); Widyaswari & Suardana (2014); Imania & Kurnia (2016); serta Aprianti (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Purbasari & Rahardja (2014); Darmiari & Ulupui (2014); dan Aprianti (2017) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wahab *et al* (2012); serta Valentina & Gayatri (2018) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Peneliti yang dilakukan oleh Melia (2012) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Toding & Wira (2013); Nugraha & Hapsari, (2015); Utami & Yennisa (2017); Valentina & Gayatri (2018) menyatakan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan.

Hasil penelitian Melia (2012); Marathani (2012) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2010) menyatakan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Respati (2004); Kadir (2011) menyatakan bahwa struktur kepemilikan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Toding & Wirakusuma (2013); Rianti (2014); Utami & Yennisa (2017) menyatakan bahwa struktur kepemilikan tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan. Widaryanti (2011) menyatakan bahwa jumlah dewan komisaris berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Salipadang *et al*, 2017) menyatakan bahwa jumlah dewan komisaris tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan.

TELAAH PUSTAKA

Ketepatan waktu

Tepat waktu dapat diartikan bahwa informasi harus disampaikan sedini mungkin untuk dapat digunakan sebagai dasar yang digunakan untuk membantu dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan untuk menghindari tertundanya pengambilan keputusan tersebut (Imaniar & Kurnia, 2016). Menurut Wahab *et al* (2012), ketepatan waktu (*timeliness*) merupakan salah satu faktor penting dalam menyajikan suatu informasi yang relevan. Ketepatan waktu menunjukkan rentang waktu antara penyajian informasi yang diinginkan dengan frekuensi penyampaian laporan. Apabila informasi tidak

disampaikan dengan tepat waktu maka menyebabkan nilai dari informasi tersebut berkurang dalam pengambilan keputusan.

Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran perusahaan dapat mencerminkan kesadaran dari pihak manajemen mengenai pentingnya informasi, baik bagi pihak eksternal maupun pihak internal. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak pula informasi yang terkandung didalamnya (Wahab *et al*, 2012). Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat didasarkan pada nilai total asset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan ukuran yang sama dengan penelitian Darmiari & Ulupui (2014), yaitu natural log total asset dalam perusahaan. Ukuran Perusahaan diukur melalui logaritma natural total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Nurfadilah, *et al*. 2016):

$$SIZE = Ln (Total Asset) \times 100\%$$

Profitabilitas (X2)

Profitabilitas perusahaan menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan suatu keuntungan baik dalam penjualan, aset, serta modal saham tertentu. Jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang rendah maka hal tersebut mencerminkan bahwa kinerja manajemen yang ada dalam perusahaan tersebut buruk atau tidak maksimal. Begitu juga sebaliknya, jika profitabilitas perusahaan tersebut tinggi maka hal tersebut membuktikan bahwa kinerja manajemen dalam perusahaan tersebut baik. Profitabilitas diproksikan dengan rasio return on assets (ROA). ROA merupakan rasio yang membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset yang dimiliki (Wiagustin, 2010). Rasio ROA dapat dirumuskan:

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total Asset} \times 100\%$$

Leverage (X3)

Leverage perusahaan memperlihatkan sejauh mana perusahaan tersebut di danai oleh pihak luar. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi akan cenderung menyampaikan laporan keuangannya secara tidak tepat waktu, karena perusahaan akan berusaha untuk memperbaiki tingkat leverage terlebih dahulu sebelum menyampaikan kepada Bapepam dan pada publik. Hal tersebut akan memakan waktu yang lama sehingga ini akan menjadi salah satu faktor perusahaan terlambat menyampaikan laporan keuangannya (Mareta, 2015). Variabel ini diukur dengan rumus sebagai berikut (Richardson & Lanis, 2007):

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Likuiditas (X4)

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek yang dimilikinya, disamping itu, melalui rasio likuiditas dapat pula diketahui hal-hal lain yang lebih spesifik dimana hal tersebut masih berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya (Kasmir, 2016). Likuiditas dalam penelitian ini diproksikan dengan rasio lancar (Current Ratio) yaitu perbandingan antara aset lancar dikurangi persediaan dengan hutang lancar. Rasio lancar dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

Kepemilikan Manajerial (X4)

Kepemilikan perusahaan pada perusahaan modern biasanya sangat menyebar. Struktur kepemilikan adalah struktur kepemilikan saham yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh orang dalam (insider) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor (Sugiarto, 2009)). Struktur kepemilikan sangat penting dalam penentuan suatu nilai perusahaan. Dua aspek yang harus dipertimbangkan adalah konsentrasi kepemilikan perusahaan yang dimiliki oleh pihak luar dan juga kepemilikan yang dimiliki oleh manajer atau sering juga disebut dengan kepemilikan manajerial. Struktur kepemilikan manajerial adalah persentase jumlah saham yang dimiliki manajemen dari seluruh jumlah saham perusahaan yang dikelola (Boediono, 2005). Rumus menghitung kepemilikan manajerial:

$$\text{MOWN} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan \& Saham Manajerial}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

Dewan Komisaris (X5)

Dewan komisaris ditugaskan dan diberi tanggung jawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan. Hal ini penting mengingat adanya kepentingan dari manajemen untuk melakukan tindakan oportunistik yang berdampak pada kepercayaan investor. Jumlah dewan komisaris yang besar menguntungkan perusahaan dari sudut pandang resources. Perspektif fungsi ini memandang dewan sebagai suatu alat untuk mendapatkan informasi dan sumber daya yang penting (Dalton & Daily, 1999). Jumlah dewan komisaris dari perusahaan yang diteliti.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan

Ukuran perusahaan mencerminkan seberapa besar informasi yang terdapat didalam perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin dikenal pula perusahaan tersebut oleh masyarakat luas, dengan demikian maka perusahaan tersebut akan dituntut untuk dapat memberikan laporan keuangan mereka dengan tingkat transparansi yang semakin besar pula. Toding & Wira (2013) hasil penelitiannya menyatakan bahwa ukuran suatu perusahaan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2008), yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hipotesisi penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan

Profitabilitas perusahaan menggambarkan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk dapat menghasilkan suatu keuntungan baik dalam penjualan, asset, serta modal saham tertentu. Jika suatu perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang rendah maka hal tersebut mencerminkan bahwa kinerja manajemen yang ada dalam perusahaan tersebut buruk atau tidak maksimal. Perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah mereka akan cenderung menyampaikan laporan keuangannya secara tidak tepat waktu. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Mareta (2015) dan Putra & Ramantha (2015), dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hipotesisi penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pengaruh Leverage Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan

Leverage perusahaan memperlihatkan sejauh mana perusahaan tersebut di danai oleh pihak luar. Perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi akan cenderung menyampaikan laporan keuangannya secara tidak tepat waktu, karena perusahaan akan berusaha untuk memperbaiki tingkat leverage terlebih dahulu sebelum menyampaikan kepada Bapepam dan pada publik. Hasil demikian dapat disebabkan karena baik perusahaan yang tepat waktu ataupun yang tidak tepat waktu tidak memperhatikan

informasi mengenai DER dalam perusahaan. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Sulistyono (2010). Penelitian yang dilakukan oleh Toding & Wira (2013) juga menyatakan hal yang sama bahwa leverage perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut
H3 : Leverage berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan.

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendek yang dimiliki saat jatuh tempo. Perusahaan yang tidak mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya mereka akan cenderung menyampaikan laporan keuangannya secara tidak tepat waktu. Perusahaan yang memiliki kemampuan yang tinggi dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya akan cenderung menyampaikan laporan keuangannya secara tepat waktu. Hal ini didukung pula oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Seni & Mertha (2015), mengungkapkan bahwa likuiditas perusahaan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H4 : Likuiditas berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan

Suatu struktur kepemilikan manajerial memperlihatkan seberapa besar porsi saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen. Porsi kepemilikan saham oleh manajemen akan dapat mempengaruhi kebijakan apa yang akan digunakan terkait dengan pengambilan keputusan ekonomi pada metode akuntansi yang digunakan oleh suatu perusahaan. Struktur kepemilikan manajerial atas saham perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Toding & Wira (2013) yang menyatakan bahwa suatu kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI dari tahun 2007-2010. Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

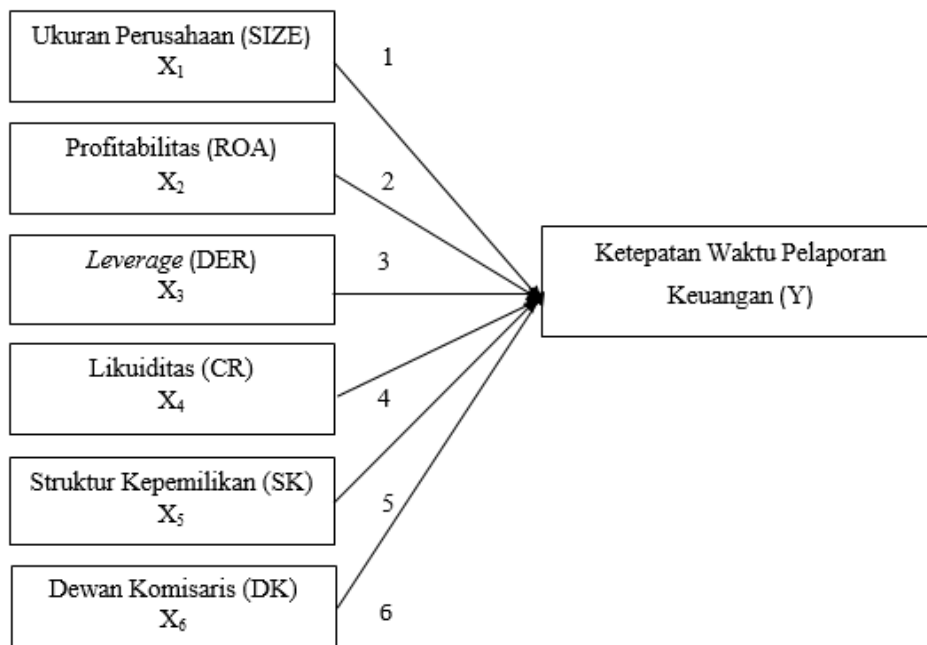
H5 : Struktur kepemilikan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pengaruh Jumlah Dewan Komisaris Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan

Dewan komisaris ditugaskan dan diberi tanggung jawab atas pengawasan kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan. Hal ini penting mengingat adanya

kepentingan dari manajemen untuk melakukan tindakan oportunistik yang berdampak pada kepercayaan investor. Jumlah dewan komisaris yang besar menguntungkan perusahaan dari sudut pandang resources. Ukuran dewan yang besar menyediakan keberagaman keahlian dari anggota dewan yang akan membantu perusahaan menyediakan sumberdaya kritis dalam mengurangi ketidakpastian lingkungan. Perusahaan yang mempunyai ukuran dewan besar mempunyai keinginan untuk mengungkapkan informasi lebih berkualitas dan tepat waktu pada website perusahaan agar dapat menarik lebih banyak investor (Ezat & El-Masry, 2008). Dari uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₆ : Dewan komisaris berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan (annual report) perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2012 sampai 2018.

Populasi & Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2018. Instrumen penelitian berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik purposive sampling, total sampel berjumlah 5 perusahaan. Berikut adalah hasil dari seleksi sampel yang dilakukan:

Tabel 1 Hasil Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan/industri barang konsumsinyang terdaftar di BEI periode 2012-2018.	15
Perusahaan mengalami kerugian selama periode tahun 2012-2018.	(9)
Perusahaan tidak memenuhi syarat terdaftar di BEI dalam periode 2012-2018 berturut-turut.	(1)
Jumlah perusahaan yang terpilih sebagai sampel penelitian.	5
Total data pengamatan (2012-2018)	35

Sumber data: www.idx.co.id

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dengan definisi dan pengukuran sebagai berikut:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Menilai kelayakan model regresi (goodness of fit test)

Pengujian kelayakan model regresi logistik dilakukan dengan menggunakan goodness of fit test yang diukur dengan nilai Chi-Square pada bagian bawah uji Hosmer and Lemeshow.

Tabel 2 Hosmer dan Lemeshow Test

Step	Chi Square	Df	Sig
1	6,206	7	0,516

Sumber : Data Diolah 2020

Karena angka probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima. Hal ini berarti model regresi layak dipakai untuk analisa selanjutnya, karena tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

Menilai keseluruhan model (overall model fit test)

Tabel 3 Overall Model Fit Test Iteration History a,b,c

	iteration	-2 Log likelihood	Coefisients Constan
Step 0	1	41,904	0,857
	2	41,879	0,916
	3	41,879	0,916

Sumber : Data Diolah 2020

Tabel 3 menunjukkan uji kelayakan dengan memperhatikan angka pada awal -2 Log Likelihood (LL) block Number = 1, sebesar 41,904 dan angka pada -2 Log Likelihood (LL) block Number = 2, sebesar 41,879. Dari model tersebut ternyata overall model fit test pada -2 LL Block Number = 1 menunjukkan adanya penurunan pada -2 LL Block Number = 2. Penurunan likelihood ini menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.

Menguji Koefisien Regresi

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik

	B	S.E	Wald	Df	Sig	Exp (β)	95% for Exp (β)		Ket
							Lower	Upper	
UP	-1,007	0,961	1,097	1	0,295	0,365	0,056	2,403	Ditolak
Pr	-6,430	7,472	0,740	1	0,390	0,002	0,000	3697,900	Ditolak
LV	1,424	0,727	3,833	1	0,049	4,152	0,998	17,266	Diterima
Lik	1,825	1,235	2,182	1	0,140	6,202	0,551	69,852	Ditolak
SK	-3,776	7,466	0,256	1	0,613	0,023	0,000	51912,686	Ditolak
DK	-2,168	1,090	3,958	1	0,047	0,114	0,014	,9686	Diterima
Constant	24,347	20,586	1,399	1	0,237	3749			

Sumber : Data Diolah 2020

Berdasarkan tabel 4 di atas diketahui nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan 0,295, sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,295 > 0,05$), dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Nilai signifikansi variabel profitabilitas 0,390, sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,390 > 0,05$) hasil tersebut menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Variabel leverage menunjukkan nilai sig 0,049 sehingga nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,049 < 0,05$), Artinya leverage berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Nilai signifikansi variabel likuiditas 0,140, sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,140 > 0,05$), dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Nilai signifikansi variabel stuktur kepemilikan 0,613, sehingga nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,613 > 0,05$) dan hasil ini menjelaskan bahwa struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Variabel dewan

komisaris menunjukkan nilai sig sebesar 0,047 sehingga nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,047 < 0,05$), hasil tersebut menjelaskan bahwa dewan komisaris berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

Hasil analisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan seperti pada tabel 4 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan yang diukur melalui total aset tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan dikarenakan ukuran perusahaan tidak dapat menjamin kualitas SIA (Sistem Informasi Akuntansi) dalam perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Kiswara (2014) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung menyampaikan laporan keuangan lebih tepat waktu dikarenakan perusahaan yang lebih besar pada umumnya akan memiliki keunggulan lebih, seperti pengendalian internal yang kuat, pembayaran *fee* audit yang lebih besar, dan juga terdapat tekanan yang lebih kuat oleh publik dan investor, sehingga terdapat dorongan yang besar untuk menyampaikan laporan keuangan secara tepat waktu.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

Hasil analisis pengaruh profitabilitas terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan seperti pada tabel 4 menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Arah koefisien regresi profitabilitas dalam penelitian ini bertanda positif yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap semakin tingginya tingkat ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melia (2012) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Sehingga mengindikasikan bahwa ROA belum layak untuk digunakan dalam mengukur ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Pengaruh *Leverage* Keuangan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

Hasil analisis pengaruh *leverage* terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan seperti pada tabel 4 menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Kesulitan keuangan perusahaan merupakan berita buruk yang akan mempengaruhi kondisi perusahaan di mata publik. Pihak manajemen cenderung akan menunda penyampaian laporan keuangan yang berisi berita buruk karena waktu yang ada akan digunakan untuk menekan *debt to equity ratio* serendah-rendahnya. Penelitian ini sejalan dengan Hilmi & Ali (2008) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan cenderung tidak tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya dibanding perusahaan yang tidak mengalami kesulitan keuangan. Kesulitan keuangan juga merupakan berita buruk (*bad news*) sehingga perusahaan dengan kondisi seperti ini cenderung tidak tepat waktu dalam pelaporan keuangannya.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

Hasil analisis pengaruh likuiditas terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan seperti pada tabel 4 menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hilmi, 2008 yang menyatakan bahwa tingkat likuiditas suatu perusahaan tidak mempengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan. Maka dapat ditarik hasil bahwa perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang tinggi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya.

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

Hasil analisis pengaruh struktur kepemilikan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan seperti pada tabel 4 menunjukkan bahwa struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Dalam hal ini pemegang saham yang menjabat dalam jajaran direksi tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan. Kepemilikan tidak lebih dari 10% sehingga tidak dapat mengatur tepat atau terlambatnya pelaporan laporan keuangan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Respati (2004) yang menyatakan bahwa struktur kepemilikan berpengaruh secara signifikan terhadap waktu pelaporan keuangan. Hal ini disebabkan karena adanya pengawasan dari pihak luar sehingga memaksa dan menuntut manajemen

perusahaan untuk menunjukkan kinerja yang baik sehingga dapat menyampaikan pelaporan keuangan perusahaan secara tepat waktu.

Pengaruh Dewan Komisaris Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan
Hasil analisis pengaruh dewan komisaris terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan seperti pada tabel 4 menunjukkan bahwa dewan komisaris berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Widaryanti (2011) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh secara signifikan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan. Ukuran dewan yang besar menyediakan keberagaman keahlian dari anggota dewan yang akan membantu perusahaan menyediakan sumberdaya kritis dalam mengurangi ketidakpastian lingkungan (Ezat & El-Masry, 2008)

SIMPULAN DAN SARAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap ketepatan waktu pelaporan laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 15 perusahaan selama lima periode dari tahun 2012-2018. Hasil hipotesis 1, 2, 4, dan 5 yaitu, ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan yang tidak di dukung bukti empiris. Hal ini mengindikasikan bahwa pada saat ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, struktur kepemilikan meningkat maka ketepatan waktu pelaporan keuangan tidak berpengaruh.

Hasil hipotesis 3 yaitu leverage berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan yang di dukung bukti empiris. Kesulitan keuangan perusahaan merupakan berita buruk yang akan mempengaruhi kondisi perusahaan di mata publik. Pihak manajemen cenderung akan menunda penyampaian laporan keuangan yang berisi berita buruk karena waktu yang ada akan digunakan untuk menekan debt to equity ratio serendah-rendahnya. Hasil hipotesis 6 yaitu jumlah dewan komisaris berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan yang di dukung bukti empiris. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah dewan komisaris yang besar akan berpengaruh terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan. Semakin banyak jumlah dewan komisaris pada perusahaan maka semakin besar pengawasan yang diberikan, hal ini membuat divisi keuangan akan lebih berhati-hati dan

lebih teliti dalam menyusun laporan keuangan, dampaknya akan mempengaruhi ketepatan waktu pelaporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. N., & Kiswara, E. (2014). Efektivitas Komite Audit Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Publik Yang Terindikasi Kesulitan Keuangan Tahun 2010-2012). *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol. 3, No. 2, 525-531.
- Ardyansah, D., & Zulaikha. (2014). Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (Etr). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*; Vol.1, No.2, 1-9.
- Darmiar, N. P., & Ulupui, I. G. (2014). Karakteristik Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia, Reputasi Kantor Akuntan Publik Dan Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana ISSN Volume 9. Nomor 1*, 2302-8556.
- Ezat, A., & El-Masry, A. (2008). The Impact Of Corporate Governance On The Timeliness Of Corporate Internet Reporting By Egyptian Listed Companies. *Managerial Finance Vol. 34 No. 12*, 848-867.
- Hilmi, U., & Ali, S. (2008). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi. XI*, 1-24.
- IAI, I. A. (2009). *Standar Akuntansi Keuangan Revisi 2009*. Jakarta: Salemba Empat.
- Imaniar, F. Q., & Kurnia. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi : Volume 5, Nomor 6*, 1-18.
- Mareta, S. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timeliness Publikasi Laporan Keuangan Periode 2009-2010 (Studi Empiris Pada Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi*, 19(01), 318-333.
- Melia, R. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Masuk Dalam Daftar Efek Syariah (DES) Periode 2008-2010). Yogyakarta: Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Putra, I. G., & Ramantha, I. W. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Dan Komite Audit Pada Ketepatan Waktu Publikasi Laporan Keuangan Tahunan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 10 No. 1*, 199-213.
- Respati, N. W. (2004). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan : Studi Empiris Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal MAKSI 4. ISSN 1412-6680*, 67-81.
- Richardson, G., & Lanis, R. (2007). Determinants Of The Variability In Corporate Effective Tax Rates And Tax Reform: Evidence From Australia. *Journal Of Accounting And Public Policy 26*, 689-704.
- Seni, N. N., & Mertha, I. M. (2015). Pengaruh Manajemen Laba, Kualitas Auditor, Dan Kesulitan Keuangan Pada Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 10.3*, 852-866.
- Stamatopoulou, I., Hadjidemaa, S., & Eleftherioua, K. (2019). Explaining Corporate Effective Tax Rates: Evidence From Greece. *Economic Analysis And Policy*, 1-42.
- Sugiarto. (2009). Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan Dan Informasi Asimetri. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sulistyo, W. A. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Pada Perusahaan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2008. Semarang: Fakultas Diponegoro Universitas Semarang.

- Tambing, E. (2016). Analisis Determinan Audit Delay Pada Perusahaan LQ 45 Yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2011-2015. Makasar: Universitas Hasanudin.
- Toding, M., & Wira, K. (2013). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 3.2, 318-333.
- Wiagustin, N. L. (2010). *Dasar –Dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar: Udayana University Press.
- Widaryanti, W. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia . *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)* .

MEMBANGUN CORPORATE SUSTAINABILITY FRAMEWORK BERDASARKAN PHILOSOFI SWASTIKA (Perspektif Akuntansi Manajemen)

IBK. Bayangkara

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggali makna dan nilai-nilai keberlanjutan dalam Swastika dan menuangkannya kedalam sebuah rerangka kerja keberlanjutan perusahaan. Menggunakan design penelitian kualitatif dengan pendekatan Phenomenologi, peneliti menggali fenomena yang dialami oleh 13 (tigabelas) partisipan pengguna Swastika dan 2 (dua) Direksi BUMN sebagai praktisi keberlanjutan. Penggalan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in depth interview) dan pengumpulan dokumen kinerja keberlanjutan yang dipublikasikan dalam bentuk laporan keberlanjutan terhadap 2 (dua) BUMN yang menjadi bagian dari objek penelitian ini. Penelitian ini mengelompokkan stakeholder berdasarkan hubungan vetikal – horizontal seperti yang tergambar pada Swastika, Nilai-nilai keberlanjutan dari Swastika sebagai pedoman harmonisasi kepentingan stakeholder berdasarkan cara kerja swastika dan rerangka kerja keberlanjutan perusahaan berdasarkan filosofi Swastika. Pengelompokan stakeholder, pedoman harmonisasi kepentingan stakeholder dan rerangka kerja keberlanjutan perusahaan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah merupakan sesuatu yang baru dan bersifat original. Belum ada penelitian-penelitian sebelumnya yang melaporkan temuan penelitian ini. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah tersedianya referensi bagi praktisi keberlanjutan dalam membangun rerangka keberlanjutannya. Sedangkan implikasi teoritis, bagi peneliti-peneliti berikutnya hasil penelitian ini dapat menjadi pintu masuk untuk menggali lebih dalam terutama berkaitan dengan perumusan nilai-nilai stakeholder sebagai dasar perumusan strategi memaksimalkan nilai stakeholder dalam keberlanjutan perusahaan

Kata kunci : *Swastika, stakeholder, rerangka kerja, keberlanjutan*

PENDAHULUAN

Mengintegrasikan tiga dimensi keberlanjutan - sosial, lingkungan dan ekonomi - dengan cara menyeimbangkan atau menyelaraskan penciptaan nilai untuk semua pemangku kepentingan, termasuk lingkungan dan masyarakat pada semua tingkatan dalam kegiatan bisnis, merupakan pendekatan holistik bisnis berkelanjutan (Bocken et al, 2015). Untuk meyakinkan investor, karyawan pelanggan dan pemasok, perusahaan harus menjaga hubungan positif dengan semua kelompok pemangku kepentingan tersebut, yang dapat menjadi sumber keunggulan bersaingnya (Susniené, dan Vanagas, 2005).

Pengelolaan keberlanjutan harus masuk dalam strategi dan inovasi perusahaan yang selalu ditingkatkan. Strategi keberlanjutan berbasis pada pelibatan seluruh stakeholder untuk secara bersama-sama berkolaborasi dalam meningkatkan nilai masing-masing. "Tujuan utama korporasi adalah meningkatkan nilai pemegang saham, dan hal ini tidak akan tercapai dengan baik jika kepentingan pemangku kepentingan lain tidak

ditangani" (Day Report, 1994). Mengabaikan pemangku kepentingan tertentu dapat menentukan efek yang tidak menguntungkan bagi organisasi, seperti kehilangan karyawan yang berkinerja baik, pelanggan yang loyal, pemasok berkualitas dan penarikan modal atau dukungan pemegang saham, yang pada akhirnya, mengarah pada citra dan penurunan situasi keuangan (Ramona Florea, 2013).

Melembagakan keberlanjutan dan terintegrasi dalam strategi keunggulan bersaing perusahaan, membutuhkan rerangka kerja keberlanjutan, sebagai acuan dalam perencanaan, implementasi, pengendalian dan evaluasi program keberlanjutan. Agar mampu memberikan acuan dengan baik, suatu rerangka kerja keberlanjutan harus terbangun dari nilai-nilai keseimbangan, harmonisasi, inovasi dan keberlanjutan.

Swastika memiliki makna keberuntungan, kesejahteraan dan keselamatan bagi penggunaannya. Garis vertikal – horizontal memberikan petunjuk kepada para penggunaannya, bahwa hubungan yang harmonis baik vertikal ke atas (Tuhan), vertikal ke bawah (alam lingkungan) dan horizontal (sesama manusia) adalah sumber dari kebahagiaan (keberuntungan, kesejahteraan dan keselamatan). Maka dari itu, untuk mendapatkan kebahagiaan, manusia sebagai pusat perputaran kehidupan di dunia ini harus mampu mengharmoniskan hubungannya baik vertikal maupun horizontal. Disamping itu hubungan vertical – horizontal dan arah perputaran Swastika menggambarkan nilai-nilai keseimbangan, harmonis, inovasi dan keberlanjutan.

Harmonisasi hubungan antar berbagai pihak juga terjadi pada berbagai sektor dan tingkatan kehidupan, baik keluarga, kelompok masyarakat, organisasi maupun perusahaan. Setiap hubungan yang terstruktur, pada tingkatan apapun bisa dipahami sebagai hubungan yang bersifat vertikal dan horizontal. Makna hubungan vertikal – horizontal yang universal ini, selalu ada pada setiap organisasi karena pada setiap organisasi pasti terdapat hubungan dengan atasan, bawahan dan teman sejawat. Kristalisasi hubungan vertical – horizontal dalam Swastika, terdeskripsikan dalam bentuk nilai-nilai : keseimbangan, harmonis, penciptaan dan inovasi, merupakan nilai-nilai penting yang harus terbangun dan selalu ditingkatkan untuk mencapai keberlanjutan perusahaan. Menuangkan nilai-nilai ini dalam rerangka kerja keberlanjutan perusahaan menjadi sebuah keunggulan, karena nilai-nilai inilah yang menjadi dasar pencapaian setiap keberlanjutan perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen Keberlanjutan

Akuntansi Manajemen yang merupakan proses identifikasi, pengukuran, akumulasi, analisis, interpretasi dan komunikasi informasi, (CIMA, 2011), bertujuan untuk memberikan informasi yang relevan bagi para manajer dalam proses perencanaan, evaluasi, pengendalian dan pengambilan keputusan mereka (Bartolomeo et al., 2000). Praktik akuntansi manajemen merupakan pengaturan yang melembagakan kerangka kerja di mana anggota organisasi menegosiasikan strategi, anggaran, dan menetapkan target kinerja (Berry et al, 2007). Lebih jauh, Burnett dan Hansen (2008) mendeskripsikan bahwa akuntan manajemen adalah fasilitator pengambilan keputusan dalam organisasi. Akuntan manajemen harus memasukkan isu keberlanjutan ke dalam proses fasilitasi ini sehingga organisasi dapat membuat keputusan seputar pembangunan berkelanjutan (Albelda, 2011). Perluasan peran ini, menuntut Profesi akuntansi manajemen memahami secara menyeluruh tentang bisnis (termasuk model bisnis) dan lingkungan operasinya agar risiko dan peluang organisasi diketahui.

Mistry, Low & Sharma (2012) mengidentifikasi beberapa pendorong untuk memasukkan pembangunan berkelanjutan ke dalam praktik akuntansi. Dua pendorong yang terkait dengan akuntansi manajemen adalah penghematan biaya dan manajemen risiko. Kewajaran sosial dan lingkungan tidak dapat berdiri sendiri dari kelayakan ekonomi. Oleh karena itu, sangat penting bahwa akuntan manajemen dan manajer untuk mempertimbangkan keberlanjutan sebagai bagian integral dari pengambilan keputusan mereka (Gould, 2011). Untuk meningkatkan kinerja lingkungan sambil menikmati manfaat ekonomi, perusahaan harus inovatif, peka terhadap lingkungan, dan dapat mengintegrasikan informasi lingkungan kedalam strategi bisnis mereka. Untuk tujuan ini, perusahaan perlu memiliki system informasi yang tepat yang mengintegrasikan semua informasi yang relevan dan menyediakan informasi tersebut untuk pengambilan keputusan manajerial, (Jayanthi, 2012)

Akuntansi keberlanjutan menjelaskan bagian dari akuntansi yang berkaitan dengan kegiatan, metode dan sistem untuk mencatat, menganalisis, dan melaporkan:

1. dampak finansial yang ditimbulkan oleh lingkungan dan sosial,
2. dampak ekologis dan sosial dari sistem ekonomi yang ditentukan
3. mungkin yang paling penting, interaksi dan keterkaitan antara masalah sosial, lingkungan dan ekonomi yang merupakan tiga dimensi keberlanjutan.

Definisi akuntansi keberlanjutan ini membantu menjawab pertanyaan tentang perannya dalam pengelolaan tanggung jawab perusahaan sebagaimana disinggung oleh McKernan (2007).

Keberlanjutan

Operasional perusahaan harus menjaga dengan baik kelestarian lingkungan dan tatanan sosial dalam mendapatkan keuntungan sesuai dengan rencana bisnisnya sebagai komitmen bersama menjaga segala sumber daya agar mampu memenuhi kepentingan generasi dimasa yang akan datang. Seperti yang diuraikan Rachel (2015), tujuan keseluruhan pembangunan berkelanjutan adalah stabilitas jangka panjang ekonomi dan lingkungan yang hanya dapat dicapai melalui integrasi dan pengakuan masalah ekonomi, lingkungan, dan sosial selama proses pengambilan keputusan.

Neubaum & Zahra, (2006), mendefinisikan keberlanjutan perusahaan sebagai kemampuan perusahaan untuk memelihara dan mendukung pertumbuhan dari waktu ke waktu dengan secara efektif memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan. Keberlanjutan perusahaan mendasarkan keberhasilannya pada kemampuan untuk memenuhi keinginan seluruh stakeholdernya.

Pembangunan berkelanjutan berarti mengadopsi strategi dan aktivitas bisnis yang memenuhi kebutuhan perusahaan dan pemangku kepentingannya saat ini sekaligus melindungi, mempertahankan dan meningkatkan sumber daya manusia dan alam yang akan dibutuhkan di masa depan. *International Institute for Sustainable Development* (1992) dalam publikasinya menyebutkan tujuh langkah diperlukan untuk mengelola perusahaan sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan meliputi :

- 1) Melakukan analisis pemangku kepentingan
- 2) Menetapkan kebijakan dan tujuan pembangunan berkelanjutan
- 3) Merancang dan melaksanakan rencana implementasi
- 4) Mengembangkan budaya perusahaan yang mendukung
- 5) Mengembangkan ukuran dan standar kinerja
- 6) Menyiapkan laporan
- 7) Meningkatkan proses pemantauan internal

Masyarakat yang berkelanjutan tidak dapat dicapai jika setiap individu atau kelompok memajukan kepentingan mereka sendiri-sendiri. Pengambilan keputusan tentang keberlanjutan melibatkan penilaian dan pertimbangan etis - analisis sosial, ekonomi dan etika, untuk menginformasikan dan mempertimbangkan berbagai bentuk

nilai, termasuk kesejahteraan manusia, nilai-nilai budaya, dan nilai-nilai manusia (IPCC, 2014). Laporan Peters (1997) secara eksplisit mendukung gagasan keseimbangan yang baik antara kepentingan penyedia modal risiko (investor) dan pemangku kepentingan lainnya.

Gladwin et al (1995) dalam artikelnya : *Shifting paradigms for sustainable development* menekankan bahwa keberlanjutan merupakan proses mencapai pengembangan manusia secara inklusif, terhubung, adil, bijaksana, dan aman. Komponen pembangunan berkelanjutan adalah: i) Inklusivitas (sistem lingkungan dan manusia, dekat dan jauh, sekarang dan masa depan); ii) Konektivitas (masalah dunia saling berhubungan dan saling tergantung); iii) ekuitas (distribusi sumber daya dan hak properti secara adil); iv) kehati-hatian (tugas perawatan dan pencegahan); dan v) keamanan (keselamatan dari ancaman kronis). Dalam operasionalnya, pencapaian keberlanjutan perusahaan dipandu oleh prinsip-prinsip keberlanjutan. Timothy C. Lindsey (2011) mengemukakan 3 prinsip utama keberlanjutan yang terdiri dari :

1. peningkatan keberlanjutan dicapai melalui pengurangan pemborosan
2. meningkatkan kualitas meningkatkan keberlanjutan
3. keberlanjutan paling baik dicapai melalui penerapan sistem yang lebih baik

Faez Saad Al-Shihri (2013) mengelompokkan prinsip-prinsip keberlanjutan sesuai dengan kategori lingkungan, ekonomi dan sosial, yang membentuk kinerja keberlanjutan berikut ini :

1) Kinerja Lingkungan

- a. Menjaga kualitas lingkungan - air bersih, udara dan tanah
- b. Melindungi ekosistem alami
- c. Perencanaan penggunaan lahan yang berkelanjutan untuk mengurangi penyebaran dan mempromosikan pertumbuhan yang cerdas
- d. Mengurangi polusi dan degradasi lingkungan

2) Kinerja ekonomi

- a. Konservasi sumber daya alam: tanah, air, udara, fauna, flora, mineral, dll
- b. Reus dan mendaur ulang bahan
- c. Memperluas peluang ekonomi: ekonomi hijau, penggunaan sumber daya lokal
- d. Kebijakan dan peraturan ekonomi yang sehat

3) Kinerja sosial

- a. Ekuitas dalam distribusi sumber daya dan pekerjaan

- b. Suara Transportasi umum
- c. Perumahan yang terjangkau untuk berbagai kelompok pendapatan
- d. Partisipasi publik yang baik: melibatkan semua pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan
- e. Kesehatan dan keselamatan masyarakat
- f. Pendidikan berkualitas dan pencerahan publik tentang keberlanjutan
- g. Kepedulian terhadap kelompok yang kurang beruntung: miskin, cacat, minoritas

Stakeholder

Perspektif pemangku kepentingan berpendapat bahwa korporasi ada tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham tetapi juga untuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan sampai batas tertentu, untuk kepentingan masyarakat (Eunsup Daniel 2014). Manajer harus melayani kepentingan semua pemangku kepentingan dan harus peduli kepada semua mitra rantai nilai (Freeman, 1983). Pemangku kepentingan adalah mereka yang memiliki hak atau kepentingan dalam suatu sistem (Mayers, 2005). Bagi sebuah organisasi misalnya, pemangku kepentingan adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi, atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Pemangku kepentingan dapat berupa individu, komunitas, kelompok sosial, atau organisasi. Semua individu atau kelompok ini, jika kepentingan mereka dalam suatu organisasi sah dan berdasarkan hasil analisis kekuatan pemangku kepentingan menunjukkan adanya legitimasi, harus dimasukkan ke dalam pembuatan dan penerapan kebijakan yang mempengaruhi keberadaan mereka terhadap organisasi.

Berdasarkan posisinya dalam organisasi, Florea RM mengelompokkan *stakeholder* menjadi internal dan eksternal stakeholder. (Florea Rm, 2007). Friedmen & Miles (2006) mengidentifikasi tiga kategori stakeholder, menurut cara mereka dipengaruhi oleh keputusan atau tindakan perusahaan, terdiri dari : *Primary stakeholders*, *Secondary stakeholders* dan *Key stakeholders*. Pemangku kepentingan utama adalah orang-orang atau kelompok yang secara langsung terkena dampak positif atau negatif dari strategi, keputusan atau tindakan dari perusahaan. Biasanya, keputusan dalam waktu yang sama, berpengaruh positif dan negatif terhadap kelompok yang berbeda. Misalnya, kenaikan gaji secara positif mempengaruhi kepentingan karyawan dan negatif kepentingan pemegang saham. Sedangkan pemangku kepentingan sekunder adalah orang-orang atau kelompok yang secara tidak langsung terpengaruh, baik positif atau negatif, oleh keputusan atau

tindakan perusahaan. Pemangku kepentingan kunci adalah orang atau organisasi yang mungkin memiliki salah satu atau tidak dari dua kelompok pertama. *stakeholder* kunci memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan dan juga dalam pelaksanaannya karena mereka terlibat dalam manajemen perusahaan atau pembiayaan, mereka pembuat kebijakan, para pejabat, profesional penting atau kepribadian masyarakat yang memiliki posisi atau pengaruh kuat.

Membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan seluruh stakeholder, membutuhkan pemahaman yang memadai terhadap stakeholder. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan pemetaan terhadap stakeholdernya. Pemetaan *stakeholder* adalah proses kolaborasi penelitian, debat, dan diskusi yang diambil dari berbagai perspektif untuk menentukan daftar kunci pemangku kepentingan di seluruh spektrum pemangku kepentingan. Pemetaan ini meliputi empat fase (BSR, 2011):

- 1) Identifikasi: daftar kelompok, organisasi, dan orang yang relevan
- 2) Menganalisa: memahami perspektif dan kepentingan pemangku kepentingan
- 3) Pemetaan: memvisualisasikan hubungan dengan tujuan dan pemangku kepentingan lainnya
- 4) Memprioritaskan: menentukan peringkat relevansi pemangku kepentingan dan mengidentifikasi masalah

Proses pemetaan pemangku kepentingan sama pentingnya dengan hasilnya, dan kualitas proses sangat bergantung pada pengetahuan orang-orang yang berpartisipasi.

Analisis kekuatan pemangku kepentingan adalah pendekatan terorganisir untuk menilai tingkat dukungan atau tantangan dari pihak-pihak berkepentingan dan memprediksi bagaimana mereka akan berperilaku jika ada perubahan. Ini adalah pendekatan untuk memahami sistem dengan mengidentifikasi pelaku utama atau pemangku kepentingan dalam sistem dan menilai kepentingan masing-masing, atau pengaruhnya dalam sistem tersebut (James Mayers, 2005). Tingkat keterlibatan adalah faktor utama yang menentukan metode yang paling relevan.

Spektrum Asosiasi Internasional untuk Partisipasi Publik (IAP2) (2007), mengusulkan lima jenis keterlibatan yang dapat dievaluasi meliputi :

- a. Menginformasikan: memberikan informasi yang seimbang dan obyektif kepada para pemangku kepentingan.

- b. Berkonsultasi: mencari pandangan dan masukan dari para pemangku kepentingan; mendapatkan umpan balik mereka tentang analisis, alternatif atau keputusan pada langkah-langkah kunci dari proses evaluasi.
- c. Melibatkan: bekerja secara langsung dengan para pemangku kepentingan di seluruh proses untuk memastikan bahwa keprihatinan dan perspektif mereka dipahami dan dipertimbangkan secara konsisten.
- d. Berkolaborasi: bermitra dengan pemangku kepentingan untuk pengambilan keputusan selama proses evaluasi (yaitu untuk pengembangan alternatif dan identifikasi posisi atau titik tindakan yang disukai). Kolaborasi menyiratkan kepemilikan bersama antara organisasi dan para pemangku kepentingan, dan memerlukan tingkat pengambilan keputusan yang lebih besar.
- e. Memberdayakan: pemangku kepentingan juga berbagi tanggung jawab untuk membuat keputusan dan pertanggungjawaban atas hasil keputusan tersebut.

Swastika

Simbol dan interpretasinya merupakan dua hal yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia. Setiap simbol memiliki makna tersendiri tergantung dari interpretasi yang diberikan atas simbol tersebut oleh subjek yang menilainya. Hal inilah yang kemudian membuat suatu simbol memiliki arti yang bisa saja sama, namun juga bisa berbeda atau bahkan bertolak belakang, tergantung daripada pengalaman subjek kelompok masyarakat terhadap simbol yang bersangkutan. Swastika merupakan salah satu symbol, bisa memiliki arti berbeda pada beberapa subjek kelompok masyarakat.

Penelitian yang telah dilakukan di berbagai belahan dunia menunjukkan bahwa Swastika merupakan simbol yang persebarannya sangat luas di masa lalu dan digunakan oleh sejumlah kelompok masyarakat. Dalam berbagai peradaban besar dunia, simbol Swastika dimaknai sebagai sebuah simbol khusus yang memberikan kesejahteraan, kemakmuran maupun kejayaan, seperti pada sloka Weda berikut ini :

swasti na indro vruddhastravaha

svastinah pusha vishvavedaha!

Swasti nastakshya arishtanemihi

svastino bruhaspatirdadhatu

semoga Tuhan Perkasa dari kemuliaan yang tak terbatas menjadi menguntungkan bagi kita, semoga semua penguasa alam semesta menjadi keberuntungan bagi kita.

Semoga perlindungan yang kuat dari semesta membawa keberuntungan kepada kita
Semoga Tuhan sebagai wujud Tertinggi membawa keberuntungan kepada kita
(Reg Weda, I. 89. 6; Sayanacarya, 2016)

Bagi peradaban Hindu, Swastika merupakan sebuah simbol yang tidak dapat dilepaskan dari praktek spiritual - keagamaan sehari-hari. Swastika memiliki arti membawa keberuntungan, kesejahteraan, dan kebaikan lainnya. Dengan kata lain bagi peradaban Hindu simbol Swastika memiliki interpretasi nilai makna yang positif. Di India simbol Swastika ada di mana-mana.

Swastika terbentuk dari perpotongan dua garis tegak lurus dengan panjang yang sama, dengan arah perputaran ke searah jarum jam (berputar ke kanan). Banyak variasi terjadi pada lambang ini sesuai dengan zaman dan penggunaannya. Tetapi Swastika yang paling tua adalah seperti yang disajikan pada gambar 1, digunakan sebagai lambang dalam agama Hindu. Di Indonesia dijadikan lambang oleh Parisada Hindu Dharma Indonesia (PHDI) yang merupakan Majelis tertinggi Umat Hindu, seperti yang disajikan pada gambar berikut ini :



Sumber : PHDI, Pusat

Gambar 1. Swastika, lambang Parisada Hindu Dharma Indonesia (PHDI)

Penggunaan lambang ini di Indonesia (terutama penganut ajaran Hindu), berkaitan dengan doa keselamatan. Simbul ini banyak digunakan di bangunan rumah, tempat ibadah, lukisan dan perlengkapan upacara-upacara keagamaan Hindu. Dengan memasang simbul ini pada tembok rumah, pemilik rumah berharap Tuhan memberikan perlindungan, keselamatan dan keberuntungan kepada seluruh penghuni rumah tersebut.

Keempat sisi atau anggota tubuh Swastika menggambarkan banyak hal yang berbeda dan memiliki filosofi mendalam yang melekat padanya. Sesuai dengan filosofi Hindu, keempat sisi Swastika adalah empat Veda yang merupakan empat pilar Hinduisme yaitu : i) Rigveda, ii) Samaveda, iii) Yajurveda dan iv) Atharvaveda. Keempat sisi juga menggambarkan, empat tahap kehidupan manusia, yaitu : i) Brahmacharya - kehidupan menuntut ilmu (menjadi siswa), ii) Grihasta - berumah tangga (kehidupan keluarga), iii)

Vanaprastha – memulai meninggalkan keterikatan Duniawi dan iv) Sanyasa - kehidupan mengabdikan diri dalam kegiatan kerohanian. Keempat sisi Swastika juga menggambarkan empat tujuan hidup yang meliputi : Dharma, Artha, Kama dan Moksha.

Swastika dalam filsafat Hindu adalah simbol yang membawa kesuksesan di semua bidang kehidupan melalui keseimbangan dan harmonisasi hubungan vertical – horizontal, yang digambarkan oleh empat lengannya.

Swastika mewakili interaksi antara dialektika horizontal dan vertical (sharma, 2003), merupakan diagram empat kekuatan : i) Kekuatan Pasar, ii) Kekuatan Negara, iii) Kekuatan Bumi (alam) dan iv) Kekuatan Jiwa (spiritual). Ketika empat kekuatan ini harmonis, ada sinergi dan ketika empat kekuatan tidak harmonis, ada kekacauan (Sharma, 2017). Sharma menggunakan model Swastika untuk menjelaskan interaksi empat kekuatan globalisasi dan mengusulkan Model Swastika dan Sastra Bumi Baru untuk Visi Keberlanjutan yang menyeimbangkan aspek-aspek : ***pasar – negara - bumi - jiwa*** dalam pembangunan manusia menuju keberlanjutan. Hubungan vertical – horizontal adalah hubungan yang senantiasa terjadi antara pelaku dengan pihak-pihak yang lebih tinggi, (berada diatasnya), dengan pihak yang lebih rendah (berada dibawahnya) dan dengan pihak yang setara (pada garis yang sama). Lambang ini menginspirasi penggunaanya bahwa kesuksesan, kebahagiaan, kesejahteraan tercapai dari keseimbangan dan harmonisasi hubungan vertical – horizontal yang mereka lakukan pada seluruh aspek kehidupannya. Perputaran Swastika searah jarum jam, melambangkan perputaran alam semesta atau proses penciptaan dan setiap penciptaan melibatkan inovasi-inovasi.

Swastika sebagai simbol keberlanjutan juga dikaitkan dengan koherensinya pada lima Prinsip Keberlanjutan Inti yang mencakup : (i) wilayah spiritual (orientasi sikap dan dasar kode etik universal), (ii) domain sosial (hubungan budaya dan sosial), (iii) wilayah kehidupan (Perilaku yang lebih baik), (iv) domain ekonomi (keberuntungan), dan (v) domain material (mengatur aliran energi) (Ben-Eli, 2005). Eksplorasi global Swastika di berbagai budaya dunia dapat secara unik menelusuri pola kerja tersembunyi di seluruh budaya manusia dan matriks peradaban. Kerja Swastika itu bisa berada dalam semua tingkatan dari abstraksi kosmologi dan ekologi yang mendalam, yang hanya terbuka untuk pikiran introspektif kontemplatif (sandhi, 2016,07)

METODE PENELITIAN

Melalui pendekatan *phenomenology*, peneliti mewawancarai secara mendalam dua kelompok partisipan. Kelompok pertama adalah partisipan yang berkaitan dengan pengalaman penggunaan Swastika. Kelompok partisipan ini terdiri dari dua kategori yaitu masyarakat umum dan cendekiawan/rohaniawan. Untuk kelompok ini peneliti telah mewawancarai 13 partisipan, dengan pertanyaan tentang : i)kebiasaan penggunaan dan manfaat yang diharapkan dari penggunaan Swastika, ii) arti dan makna lambing Swastika, iii) nilai-nilai yang terkandung dalam Swastika dan implementasinya dalam keberlanjutan perusahaan dan iv) hubungan yang tercipta dari *philosophi garis vertical – horizontal* Swastika dan bagaimana hubungan tersebut memberikan *guidelines* harmonisasi kepentingan dalam pelibatan *stakeholder*

Partisipan kelompok kedua berkaitan dengan pengalaman dalam praktek keberlanjutan perusahaan. Partisipan kelompok ini adalah para direksi. Peneliti telah mewawancarai dua direksi dari dua BUMN yang berkantor pusat di Jawa Timur, dengan pertanyaan tentang i) tujuan keberlanjutan perusahaan, ii) pemetaan *stakeholder* dan identifikasi kepentingannya, iii) bagaimana *stakeholder* mempengaruhi dan dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan dan iv) strategi harmonisasi kepentingan dalam pelibatan *stakeholder*

Pembahasan dan Diskusi

1. Pengelompokan *stakeholder* Berdasarkan *Philosophi Swastika*

Swastika mengelompokkan *stakeholder* dalam 3 kelompok dalam konteks keberlanjutan yaitu :

- a. kelompok *stakeholder* yang berada diatas titik pusat (poros) Swastika, merupakan hubungan *vertical* keatas dilandasi oleh hubungan kekuasaan. Kelompok ini biasanya adalah pembuat aturan dan kebijakan yang harus dilaksanakan oleh Direksi, sebagai pengelola perusahaan. *stakeholder* ini terdiri dari pemegang saham dan pemerintah
- b. Kelompok *stakeholder* yang berada di bawah poros Swastika, merupakan hubungan *vertical* kebawah dilandasi oleh hubungan pemberdayaan dan perlindungan. Kelompok ini adalah pihak-pihak yang terkena dampak (positif/negatif) dari operasional perusahaan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga kelestarian alam, tatanan sosial dan budaya dimana perusahaan beroperasi. *stakeholder* ini terdiri dari lingkungan (baik alam, social maupun budaya).

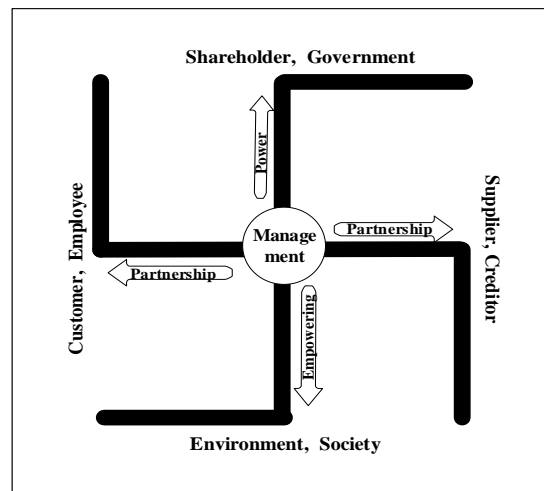
Kelestarian lingkungan tersebut dapat menjadi penyangga keberlanjutan perusahaan.

- c. Kelompok *stakeholder* yang berada sejajar dengan poros Swastika, merupakan hubungan horizontal dilandasi oleh hubungan kemitraan yang saling menguntungkan. Kontribusi yang diberikan oleh suatu pihak, sangat tergantung pada kontribusi yang diterimanya dari pihak lain baik berupa manfaat financial maupun non financial. Perusahaan memiliki hubungan ketergantungan yang saling menguntungkan dengan beberapa pihak yang mempengaruhi. Agar mendapatkan kontribusi maksimal dari para pihak ini, perusahaan harus memenuhi juga kepentingan pihak-pihak berkepentingan tersebut. Simbiosis mutualistik terjadi pada hubungan ini, layaknya hubungan harmonis antar sesama manusia yang bisa menciptakan kebahagiaan, seperti yang digambarkan pada garis horizontal Swastika. Kelompok *stakeholder* yang ada pada garis horizontal ini adalah : pelanggan, karyawan, kreditur dan pemasok. Gambar 2 menyajikan pengelompokan *stakeholder* sesuai dengan konsep Swastika.

Manajer harus melayani kepentingan semua *stakeholder* (pemegang saham, karyawan, kreditur, pelanggan dan masyarakat) dan harus peduli dengan semua mitra rantai nilai. (Freeman, R.E. and Reed, D.L., 1983)

Layaknya sebuah roda, titik pusat (poros) Swastika, harus kuat, mampu mengharmoniskan dan menopang seluruh jeruji untuk menciptakan keseimbangan perputaran tersebut dalam proses penciptaan (kreasi/inovasi), Mitchell et al (1997) mengidentifikasi *stakeholder* adalah pihak-pihak yang memiliki kekuasaan, legitimasi dan urgensi terhadap keberadaan perusahaan. Selanjutnya Florea RM (2007) mengelompokkan pemegang saham dan karyawan sebagai internal stakeholder; pelanggan, pemasok, mitra bisnis, komunitas, masyarakat sebagai eksternal stakeholder

Direksi yang menjadi pengelola perusahaan, melayani kepentingan seluruh stakeholdernya. Seperti yang digambarkan pada Swastika, Direksi adalah poros (titik pusat) perputaran, harus memiliki komitmen yang kuat dalam memuaskan seluruh stakeholdernya. Komitmen yang kuat ini terjabarkan dalam kebijakan dan strategi keberlanjutan yang terintegrasi dalam strategi keunggulan bersaing perusahaan. Bagi banyak perusahaan, hubungan pemangku kepentingan memang menawarkan potensi yang sangat besar. Bagi sebagian orang, hubungan pemangku kepentingan bahkan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing (Dalia Susnienė, Povilas Vanagas, 2005).



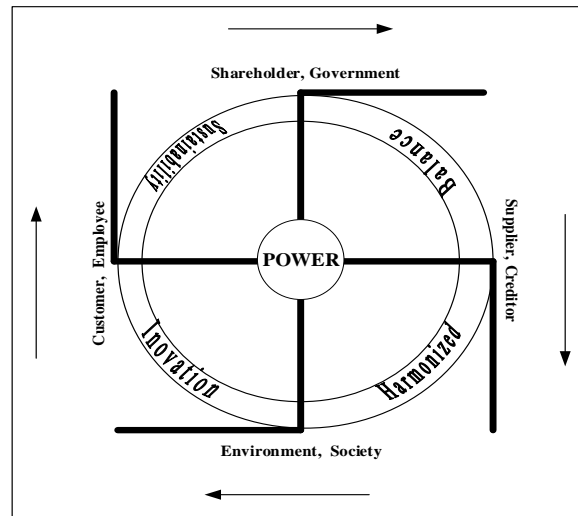
Sumber : hasil konstruksi peneliti

Gambar 2 Pengelompokan *stakeholder* dalam Swastika

2. Harmonisasi Kepentingan *stakeholder* Berdasarkan Filosofi Swastika

Panduan Swastika dalam harmonisasi kepentingan *stakeholder* mensyaratkan bahwa :

- a. Manajemen sebagai pemutar roda perusahaan (titik tengah Swastika) harus kuat, yang dicirikan dengan tujuan, kebijakan dan strategi keberlanjutannya terintegrasi dengan tujuan, kebijakan dan strategi keberhasilan.
- b. Seluruh kebijakan dan program harmonisasi *stakeholder* harus didukung peta *stakeholder* yang memberikan gambaran menyeluruh tentang keberadaan, pengaruh, kekuasaan dan kepentingannya terhadap keberadaan perusahaan. Manajemen pemangku kepentingan merupakan proses analisis kepentingan dan harmonisasi untuk mengidentifikasi solusi yang paling berkelanjutan untuk pengembangan perusahaan jangka panjang. Ini juga merupakan proses komunikasi yang memungkinkan untuk berkonsultasi, memberi informasi dan menjelaskan kepada semua pemangku kepentingan tentang strategi yang diterapkan dan implikasinya (Ramona Florea, 2013). Dari perspektif manajemen kualitas total ada tiga konsep berbeda tentang bagaimana memenuhi kepentingan pemangku kepentingan yang berbeda : akomodasi kepentingan, penyelarasan kepentingan dan penyeimbangan kepentingan (Dalia Susnienė, Povilas Vanagas, 2005). Gambar 3 berikut ini menyajikan cara kerja Swastika yang memberi panduan dalam tata kelola keberlanjutan.



Sumber : hasil konstruksi peneliti

Gambar 3. Cara Kerja Swastika

The Swastic Role :

1. Central Point (Management) Must be strong in maintaining the balance and harmonization of relationships with all Bars (Stakeholders), in the rotation of Swastika (Company Operations).
2. Each Swastika (spokes) bar represents the interests of the Stakeholders that need to be fulfilled. Management must be able to harmonize all the interests of stakeholders in the engagement strategy, so as to be able to proportionally meet the interests of all stakeholders.
3. Swastika turn to the right is the process of creating (innovation) value for the company and all its stakeholders.
4. Sustainability achieved if the central point is able to harmonize the vertical-horizontal relationship and maximize the value (benefits) of all its stakeholders

3. Rerangka Kerja Keberlanjutan Berdasarkan Filosofi Swastika

Representasi esensi yang dibangun, mewakili pengalaman partisipan atas fenomena yang dihadapi baik para pengguna Swastika maupun praktisi keberlanjutan. Esensi-esensi ini menjadi sumber bagi peneliti dalam membangun sebuah rerangka kerja keberlanjutan berdasarkan filosofi Swastika. Berdasarkan esensi yang dibangun, keberlanjutan suatu perusahaan harus memenuhi criteria sebagai berikut :

1. Keberlanjutan perusahaan harus mampu memberikan kesejahteraan (manfaat/nilai) kepada seluruh stakeholdernya seperti arti kata Swastika adalah kebaikan, keselamatan dan kesejahteraan atas lindungan Tuhan
2. Keberlanjutan perusahaan harus dibangun berdasarkan inovasi dalam penciptaan nilai, keseimbangan strategi dan dukungan sumberdaya, serta tujuan material dan spiritual seperti makna lambang Swastika
3. Kebijakan dan strategi keberlanjutan harus mengidentifikasi dengan tepat *stakeholder* perusahaan dalam sebuah peta *stakeholder (stakeholder map)* agar program-program pelibatan dapat memberikan mafaat yang maksimal baik bagi perusahaan maupun seluruh stakeholdernya. Berdasarkan hubungan dalam Swastika, Manajemen (direksi) mengelola kepentingan tiga kelompok stakeholder, seperti telah diuraikan pada point 4.1. Kebijakan dan strategi keberlanjutan perusahaan harus didukung dengan kebijakan dan strategi harmonisasi kepentingan stakeholder. Agar bisa mengharmoniskan kepentingan stakeholdernya (Esensi 4 dan 5) :
 - a. Manajemen sebagai pemutar roda perusahaan (titik tengah Swastika) harus kuat, agar bisa mengatur irama perputaran (keterlibatan) *stakeholder (jeruji Swastika)* dalam keberlanjutan perusahaan.
 - b. Setiap *stakeholder (jeruji Swastika)* memiliki peran dan kepentingan yang proporsional, berkontribusi dan mendapatkan manfaat dalam hubungannya dengan perusahaan
 - c. Perusahaan harus memiliki peta stakeholder, yang dapat memberikan gambaran tentang keberadaannya dalam keberlanjutan perusahaan
 - d. Kebijakan pelibatan *stakeholder* harus terintegrasi dengan strategi keberlanjutan perusahaan sebagai sumber kekuatan manajemen

Kriteria-kriteria diatas dituangkan dalam sebuah rerangka kerja keberlanjutan perusahaan sebagai berikut :

1. Visi dan misi perusahaan
2. Tujuan keberlanjutan
3. Identifikasi *stakeholder* dan kepentingannya
4. Harmonisasi kepentingan dalam kebijakan dan strategi pelibatan stakeholder
5. Rencana dan program inovasi
6. Implementasi program keberlanjutan

7. Evaluasi

8. Pelaporan

1. Visi dan misi perusahaan

Memuat Visi dan Misi perusahaan. Visi menjelaskan apa yang diinginkan perusahaan di masa depan dan tingkat yang ingin dicapai dan merupakan komunikasi impian mengenai masa depan yang diinginkan (Ozden, 2011). Visi yang kuat membantu bisnis untuk memprediksi kejadian di masa depan, mempersiapkan perubahan dan inovasi, berani menghadapi masa depan, memperkirakan perubahan permintaan pelanggan dan meningkatkan efisiensi karyawan (Powers, 2012). Sedangkan misi adalah langkah-langkah bagaimana perusahaan bisa mencapai visi tersebut. Cornelissen (2004) menggunakan perspektif nilai-pemangku kepentingan untuk menjelaskan penerimaan: "Suatu misi adalah ekspresi umum dari tujuan utama organisasi, yang, idealnya, sejalan dengan nilai-nilai dan harapan para pemangku kepentingan utama dan berkaitan dengan ruang lingkup dan batas-batas organisasi.

2. Tujuan keberlanjutan

Tujuan keberlanjutan perusahaan adalah untuk mensejahterakan seluruh stakeholdernya. Kesejahteraan merepresentasikan kemampuan penciptaan nilai bagi seluruh *stakeholder* tersebut. Semakin tinggi nilai stakeholder, mencerminkan tingkat ketercapaian tujuan keberlanjutan perusahaan.

3. Identifikasi *stakeholder* dan kepentingannya

Identifikasi seluruh *stakeholder* dan kepentingannya terhadap keberadaan perusahaan harus dilakukan dan dituangkan dalam peta stakeholder. Swastika mengelompokkan *stakeholder* kedalam tiga kelompok besar yaitu : i) kelompok *stakeholder* yang berada diatas titik pusat dimana manajemen memiliki hubungan vertical ke atas. *stakeholder* ini memiliki posisi superior, memiliki kekuasaan yang tinggi dan memiliki jalur perintah kepada manajemen. Hubungan vertical ke atas digambarkan sebagai hubungan kepada pemegang saham, dimana pemegang saham adalah pencipta (pemilik) perusahaan. ii) kelompok yang berada sejajar dengan titik pusat Swastika (garis horizontal), dimana manajemen memiliki hubungan yang didasari adanya kesamaan kepentingan. Hubungan dengan kelompok *stakeholder*

ini bersifat simbiosis mutualisme, dimana hubungan ini menciptakan kontrak yang saling menguntungkan antara para *stakeholder* dengan perusahaan. Hubungan horizontal dapat dilihat pada hubungan perusahaan (manajemen), baik dengan karyawan, pemasok, pelanggan dan pihak-pihak setara lainnya. iii) kelompok *stakeholder* yang berada di bawah titik pusat, dimana perusahaan menjalankan fungsi perlindungan dan pemberdayaan untuk menjaga keberadaannya. Hubungan vertical ke bawah adalah hubungan dengan lingkungan baik lingkungan alam maupun lingkungan social.

4. Harmonisasi Kepentingan dalam Kebijakan dan Strategi Pelibatan Stakeholder

Perusahaan harus mengharmonisasikan berbagai kepentingan *stakeholder* yang berbeda-beda dalam kebijakan dan strategi pelibatan untuk memaksimalkan manfaat yang diperoleh baik untuk perusahaan maupun seluruh stakeholdernya

5. Rencana dan program inovasi

Keberlanjutan dicapai melalui efisiensi menyeluruh dalam penggunaan sumber daya ekonomi. Oleh karena itu inovasi menjadi sangat penting dalam strategi keberlanjutan perusahaan. Tidak keberlanjutan tanpa inovasi dan tidak ada inovasi tanpa keberlanjutan. Perusahaan harus memiliki *roadmap* inovasi dalam kebijakan dan strategi keberlanjutannya

6. Implementasi program keberlanjutan

Implementasi program keberlanjutan terintegrasi dalam pelibatan stakeholder. Manajemen sebagai pemutar roda perusahaan (titik tengah Swastika) harus kuat, agar bisa mengatur irama perputaran (keterlibatan) *stakeholder* (jeruji Swastika) dalam keberlanjutan perusahaan. Setiap *stakeholder* (jeruji Swastika) memiliki peran dan kepentingan yang proporsional, berkontribusi dan mendapatkan manfaat dalam hubungannya dengan perusahaan. Kekuatan manajemen dalam hal ini terdeskripsikan dalam komitmen, kebijakan dan kemampuan mengintegrasikan seluruh potensi (termasuk stakeholder) dalam program-program keberlanjutan perusahaan.

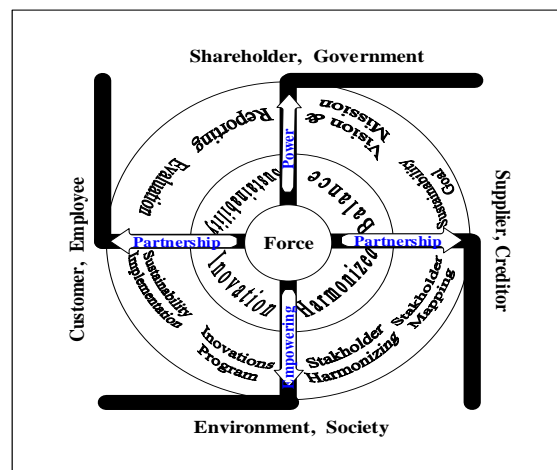
7. Evaluasi

Umpan balik atas kinerja program keberlanjutan menjadi bahan dalam peningkatan keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, untuk mengetahui

kecukupan dan keterbaruan kebijakan dan program keberlanjutan, evaluasi periodic menjadi bagian tak terpisahkan dalam rerangka kerja keberlanjutan. Perusahaan harus melakukan evaluasi secara periodic untuk seluruh aktivitas keberlanjutannya dan mensosialisasikan hasil evaluasi tersebut sebagai umpan balik kepada seluruh pihak yang terlibat.

8. Pelaporan

Bagian akhir dari tata kelola keberlanjutan adalah pelaporan. GRI Standar telah memberikan panduan dalam penyusunan laporan keberlanjutan. Tiga bidang kinerja yang wajib dilaporkan meliputi kinerja ekonomi, social dan lingkungan.



SIMPULAN

1. Makna hubungan vertical – horizontal dalam Swastika, dapat memberikan pedoman dalam mengelola kepentingan stakeholder. Swastika mengelompokkan *stakeholder* berdasarkan hubungan perusahaan dengannya, menjadi 3 kelompok utama yaitu :
 - a. kelompok *stakeholder* yang berada diatas titik pusat (poros) Swastika, merupakan hubungan vertical keatas dilandasi oleh hubungan kekuasaan. Kelompok ini biasanya adalah pembuat aturan dan kebijakan yang harus dilaksanakan oleh Direksi, sebagai pengelola perusahaan. *stakeholder* ini terdiri dari pemegang saham dan pemerintah
 - b. Kelompok *stakeholder* yang berada di bawah poros Swastika, merupakan hubungan vertical kebawah dilandasi oleh hubungan pemberdayaan dan perlindungan. Kelompok ini adalah pihak-pihak yang terkena dampak (positif/negatif) dari operasional perusahaan. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga kelestarian alam, tatanan sosial dan budaya dimana perusahaan

- beroperasi. *stakeholder* ini terdiri dari lingkungan (baik alam, social maupun budaya). Kelestarian lingkungan tersebut dapat menjadi penyangga keberlanjutan perusahaan.
- c. Kelompok *stakeholder* yang berada sejajar dengan poros Swastika, merupakan hubungan horizontal dilandasi oleh hubungan kemitraan yang saling menguntungkan. Perusahaan memiliki hubungan saling ketergantungan yang saling menguntungkan dengan beberapa pihak, dimana keberadaan masing-masing bisa saling mempengaruhi. Simbiosis mutualistik terjadi pada hubungan ini, seperti layaknya hubungan harmonis antar sesama manusia yang bisa menciptakan kebahagiaan, seperti yang digambarkan pada garis horizontal Swastika. Kelompok *stakeholder* yang ada pada garis horizontal ini adalah : pelanggan, karyawan, kreditur dan pemasok.
2. Rerangka kerja keberlanjutan dibangun dengan menetapkan terlebih dahulu criteria keberlanjutan berdasarkan esensi-esensi yang dikonstruksi dalam penelitian ini. Peneliti telah mengkonstruksi 5 esensi dan menjadi criteria keberlanjutan, sebagai berikut :
- a. Keberlanjutan perusahaan harus mampu memberikan kesejahteraan (manfaat/nilai) kepada seluruh stakeholdernya seperti arti kata Swastika adalah kebaikan, keselamatan dan kesejahteraan atas lindungan Tuhan (Esensi 1)
 - b. Keberlanjutan perusahaan harus dibangun berdasarkan inovasi dalam penciptaan nilai, keseimbangan strategi dan dukungan sumberdaya, serta tujuan material dan spiritual seperti makna lambang Swastika (Esensi 2)
 - c. Kebijakan dan strategi keberlanjutan harus mengidentifikasi dengan tepat *stakeholder* perusahaan dalam sebuah peta *stakeholder* (*stakeholder map*) agar program-program pelibatan dapat memberikan mafaat yang maksimal baik bagi perusahaan maupun seluruh stakeholdernya. Berdasarkan hubungan dalam Swastika, Manajemen (direksi) mengelola kepentingan tiga kelompok *stakeholder* yaitu : i) kelompok *stakeholder* yang berada diatas titik pusat dimana manajemen memiliki hubungan vertical ke atas. *stakeholder* ini memiliki posisi superior, memiliki kekuasaan yang tinggi dan memiliki jalur perintah kepada manajemen. Hubungan vertical ke atas digambarkan sebagai hubungan kepada pemegang saham, dimana pemegang saham adalah pencipta (pemilik) perusahaan. ii) kelompok yang berada sejajar dengan titik pusat Swastika (garis horizontal),

dimana manajemen memiliki hubungan yang didasari adanya kesamaan kepentingan. Hubungan dengan kelompok *stakeholder* ini bersifat simbiosis mutualisme, dimana hubungan ini menciptakan kontrak yang saling menguntungkan antara para *stakeholder* dengan perusahaan. Hubungan horizontal dapat dilihat pada hubungan perusahaan (manajemen), baik dengan karyawan, pemasok, pelanggan dan pihak-pihak setara lainnya. iii) kelompok *stakeholder* yang berada di bawah titik pusat, dimana perusahaan menjalankan fungsi pemberdayaan untuk menjaga keberadaannya. Hubungan vertical ke bawah adalah hubungan dengan lingkungan baik lingkungan alam maupun lingkungan social (Esensi 3).

- d. Keberlanjutan perusahaan harus dibangun berdasarkan nilai-nilai Keseimbangan, inovasi, Keharmonisan dan Kekuatan (Esensi 2)
- e. Kebijakan dan strategi keberlanjutan perusahaan harus didukung dengan kebijakan dan strategi harmonisasi kepentingan stakeholder. Agar bisa mengharmoniskan kepentingan stakeholdernya (Esensi 4 dan 5) :
 - 1) Manajemen sebagai pemutar roda perusahaan (titik tengah Swastika) harus kuat, agar bisa mengatur irama perputaran (keterlibatan) *stakeholder* (jeruji Swastika) dalam keberlanjutan perusahaan.
 - 2) Setiap *stakeholder* (jeruji Swastika) memiliki peran dan kepentingan yang proporsional, berkontribusi dan mendapatkan manfaat dalam hubungannya dengan perusahaan
 - 3) Perusahaan harus memiliki peta stakeholder, yang dapat memberikan gambaran tentang keberadaannya dalam keberlanjutan perusahaan
 - 4) Kebijakan pelibatan *stakeholder* harus terintegrasi dengan strategi keberlanjutan perusahaan sebagai sumber kekuatan manajemen.

Kriteria-kriteria diatas dituangkan dalam sebuah rerangka kerja keberlanjutan perusahaan sebagai berikut :

- 1) Visi dan misi perusahaan
- 2) Tujuan keberlanjutan
- 3) Identifikasi *stakeholder* dan kepentingannya
- 4) Harmonisasi kepentingan dalam kebijakan dan strategi pelibatan stakeholder
- 5) Rencana dan program inovasi
- 6) Implementasi program keberlanjutan
- 7) Evaluasi

8) Pelaporan

Tiga hal yang merupakan kebaruan ditemukan dalam penelitian ini, terdiri dari :

1. Pengelompokan *stakeholder* berdasarkan hubungan vertical – horizontal dalam Swastika, menjadi :
 - a. Kelompok *stakeholder* yang berada di atas poros (titik pusat) Swastika, merupakan hubungan vertical ke atas
 - b. Kelompok *stakeholder* yang berada di bawah poros (titik pusat Swastika, merupakan hubungan vertical ke bawah
 - c. Kelompok *stakeholder* yang berada sejajar dengan poros (titik pusat) Swastika, merupakan hubungan horizontal
2. Pedoman harmonisasi kepentingan *stakeholder* dalam keberlanjutan perusahaan berdasarkan cara kerja Swastika, yang dapat diuraikan sebagai berikut :
 - a. Titik Pusat (Manajemen) Harus kuat dalam menjaga keseimbangan dan harmonisasi hubungan dengan seluruh Jeruji (Stakeholder), dalam perputaran Swastika (Operasional Perusahaan).
 - b. Setiap bilah (jeruji) Swastika merepresentasikan kepentingan *stakeholder* yang membutuhkan untuk dipenuhi. Manajemen harus mampu mengharmo-nisasi seluruh kepentingan *stakeholder* dalam strategi pelibatannya, agar mampu secara proporsional memenuhi kepentingan seluruh stakeholdernya.
 - c. Perputaan Swastika ke kanan adalah proses penciptaan (inovasi) nilai bagi perusahaan dan seluruh stakeholdernya.
 - d. Keberlanjutan tercapai jika titik pusat mampu mengharmoniskan hubungan vertikal – horizontal dan memaksimalkan nilai (manfaat) seluruh stakeholdernya
3. Rerangka kerja keberlanjutan perusahaan, yang dibangun berdasarkan filosofi Swastika, memuat hal-hal sebagai berikut :
 - a. Visi dan misi perusahaan
 - b. Tujuan keberlanjutan
 - c. Identifikasi *stakeholder* dan kepentingannya
 - d. Harmonisasi kepentingan dalam kebijakan dan strategi pelibatan stakeholder
 - e. Rencana dan program inovasi
 - f. Implementasi program keberlanjutan
 - g. Evaluasi

h. Pelaporan

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini baru membangun rerangka kerja keberlanjutan perusahaan berdasarkan filosofi Swastika, melalui konstruksi esensi dari fenomena yang dialami para partisipan, baik pengguna Swastika maupun praktisi keberlanjutan. Penelitian belum menggali lebih dalam untuk merumuskan nilai-nilai *stakeholder* sebagai pembentuk keberlanjutan perusahaan. Dengan belum tergalinya rumusan nilai-nilai *stakeholder*, maka strategi memaksimalkan nilai *stakeholder* dalam keberlanjutan perusahaan juga belum bisa dirumuskan. Kedua hal ini bisa menjadi topic menarik bagi peneliti berikutnya untuk menggali lebih dalam keberlanjutan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B. Is the Resource-Based 'View' a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes // *Academy of Management Review*, 2001. P.41-56.
- Bhasya of Sayanacarya, 2016, Catur Weda Samhita, Paramita, Denpasar
- BSR, 2011, *stakeholder* Mapping,
- Dalia Susnienė, Povilas Vanagas, 2005, Integration of Total Quality Management into *stakeholder* Management Policy and Harmonization of their Interests, *Engineering Economics*. 2005. No 4 (44), ISSN 13922785 *Commerce Of Engineering Decisions*
- Day Report. Where are the directors? Guidelines for improved corporate governance in Canada. Canada: Toronto Stock Exchange Committee on Corporate Governance in Canada, 1994.
- EunSUP Daniel Shim, PhD, 2014, Sustainability, stakeholder Perspective and Corporate Success: A Paradigm Shift *International Journal of Business, Humanities and Technology* Vol. 4, No. 5; October 2014
- Faez Saad Al-Shihri, 2013, Principles of sustainable development and their application in urban planning in Saudi Arabia, *Journal of Engineering Sciences*, Assiut University, Faculty of Engineering, Vol. 41, No. 3, July, 2013, E-mail address: jes@aun.edu.eg
- Florea Rm. (2007) *Management strategic*, Tehnopress Publishing House, IASI
- Freeman, R.E. and Reed, D.L., 1983, Stakeholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance, *California Management Review*, 88-106
- Friedman A., Miles S., (2006) *Stakeholders: Theory and Practise*, Oxford University Press
- Gladwin, T. N., Kennelly, J. J., & Krause, T. S. (1995). Shifting paradigms for sustainable development: Implications for management theory and research. *Academy of Management Review*, 20, 874-907. International Association for Public Participation (2007). *IAP2 Spectrum for Public Participation*. <http://c.ymcdn.com/sites/www.iap2.org/resource/resmgr/imported/spectrum.pdf>
- IPCC, "Summary for policymakers," in O. Edenhofer, R. Pichs-Madruga, Y. Sokona, E. Farahani, S. Kadner, K. Seyboth, A. Adler, I. Baum, S. Brunner, P. Eickemeier (eds), *Climate Change 2014, Mitigation of Climate Change. Contribution of Working Group III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*, Geneva, Switzerland (2014).
- James Mayers, 2005, *stakeholder* power analysis, International Institute For Environmental and Development, 2005,

- Mark S. Reed, 2008, *stakeholder* participation for environmental management: A literature review, *Biological Conservation* 141 (2008) 2417–2431, journal homepage: www.elsevier.com/locate/biocon
- N.M.P. Bocken, P. Rana and S.W. Short, 2015, Value mapping for sustainable business thinking, *Journal of Industrial and Production Engineering*, 2015, Vol. 32, No. 1, 67–81,
- Neubaum, D. O., & Zahra, S. A. (2006). Institutional ownership and corporate social performance: The moderating effects of investment horizon, activism, and coordination. *Journal of Management*, 32, 108-131
- Peters Report, 1997, *Corporate governance in the Netherlands: Forty Recommendations*. Amsterdam, 1997.
- Ramona Florea, 2013, Stakeholders Interests Analyse and Harmonization – Starting Point of Strategic Approach, *Economy Transdisciplinarity Cognition*, Vol. 16, Issue 1/2013, pp.130-135
- Ramona FLOREA, Radu FLOREA, 2013, Stakeholders Interests Analyse and Harmonization – Starting Point of Strategic Approach, *Economy Transdisciplinarity Cognition* Vol. 16, Issue 1/2013 pp 130-135
- Sandhi The Science & Heritage Initiative, , 2016, Exploring the pattern and ideogram of Swastika A universal principle of sustainability, Indian Institute Of Tecnology, Kharagpur
- SGN, 2018, *stakeholder* Engagement Strategy, *stakeholder* Engagement Submission 2018/19
- Timothy C. Lindsey, 2011, Sustainable principles: common values for achieving sustainability, *Journal of Cleaner Production* 19 (2011) 561e565

PENDETEKSIAN KECURANGAN PELAPORAN KEUANGAN MELALUI FRAUD PENTAGON FRAMEWORK

Melia Bakti Milenia Mintara⁴⁹

Aprina Nugrahesthy Sulistya Hapsari

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This study aims to examine the effect of fraud pentagon to detect the possibility of fraudulent financial reporting on mining companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2016 to 2018. Data were collected from companies' annual report from IDX's website and companies' website. This study is a quantitative study and use multiple linear regression analysis. The result shows that financial target, nature of industry, and change of auditor have a positive significant effect on fraudulent financial reporting. While financial stability, external pressure, ineffective monitoring, rationalization, change in directors, and number of CEO's picture have no effect on fraudulent financial reporting.

Keywords: *fraud pentagon, fraudulent financial statement, fraud, earnings management.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fraud pentagon dalam mendeteksi kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 sampai 2018. Data diperoleh dari laporan tahunan yang terdapat pada website BEI dan website perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa target keuangan, sifat industri, dan pergantian auditor memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Namun stabilitas keuangan, tekanan eksternal, ketidakefektifan pengawasan, rasionalisasi, pergantian direksi, dan jumlah foto CEO tidak berpengaruh pada kecurangan laporan keuangan.

Kata kunci: *fraud pentagon, kecurangan laporan keuangan, kecurangan, manajemen laba.*

PENDAHULUAN

PT Asuransi Jiwasraya menyita perhatian masyarakat dengan skandal kecurangan laporan keuangan yang dilakukannya pada awal tahun 2020. Hal tersebut dilakukan dengan cara membukukan laba semu sejak 2006 yang kemudian terungkap dalam hasil investigasi BPK (kompas.com, 2020). Kasus ini juga melibatkan peran akuntan PT Asuransi Jiwasraya yang melakukan rekayasa pada laporan keuangan secara berkesinambungan (kompas.com, 2020). Kejanggalan juga ditemukan pada laporan keuangan PT Garuda Indonesia periode 2018. Dua komisaris Garuda Indonesia menolak untuk memberikan tanda tangan dan

⁴⁹232017015@student.uksw.edu

menganggap bahwa laporan keuangan tersebut tidak sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) (cnnindonesia.com, 2019). Pada laporan keuangan tersebut tercatat laba bersih senilai USD 809.846 yang menunjukkan peningkatan tajam dibandingkan tahun 2017 yang mengalami rugi sebesar USD 216,58 juta (liputan6.com, 2019). Selain itu ada juga kasus perusahaan properti yaitu PT Hanson International yang terbukti melakukan manipulasi laporan keuangan tahun 2016 (kompas.com, 2020). Perusahaan ini mencatatkan penjualan kavling siap bangun (kasiba) senilai Rp732 miliar sehingga pendapatannya naik drastis dibandingkan tahun sebelumnya.

Laporan keuangan merupakan bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada para pemangku kepentingan atau stakeholder. Laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan operasional perusahaan selama satu periode yang informasi tersebut sangat penting karena dapat mempengaruhi pengambilan keputusan para pemangku kepentingan (Agusputri & Sofie, 2019). Laporan keuangan harus disusun dengan jujur dan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang ditetapkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). Namun dalam praktiknya tidak semua manajemen perusahaan sadar akan pentingnya laporan keuangan yang bersih dan bebas dari kecurangan (Yesiariani & Rahayu, 2017). Hal ini dikarenakan perusahaan ingin menunjukkan citra yang baik bagi para pemangku kepentingan. Apabila informasi dalam laporan keuangan disajikan untuk memenuhi kepentingan pihak tertentu, maka dapat menimbulkan risiko terjadinya kecurangan atau fraud karena tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya. Kecurangan dalam penyajian laporan keuangan ini bisa juga disebut dengan istilah *fraudulent financial reporting*.

Penelitian mengenai kecurangan laporan keuangan sebelumnya pernah dilakukan oleh Noble (2019) yang menggunakan variabel *fraud diamond* untuk mendeteksi kecurangan laporan keuangan perusahaan pertambangan selama periode 2014-2016. Hasilnya adalah tekanan dan rasionalisasi berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan, namun variabel kesempatan dan kompetensi tidak berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan. Putriasih et al. (2019) juga meneliti kecurangan laporan keuangan menggunakan variabel *fraud diamond* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Hasilnya adalah baik secara simultan maupun parsial semua variabel *fraud diamond* dapat digunakan untuk mendeteksi adanya kecurangan pada laporan keuangan. Septriani dan Handayani (2018) meneliti kecurangan laporan keuangan dengan analisis *fraud pentagon*. Objek yang digunakan adalah perusahaan perbankan dan manufaktur yang terdaftar di BEI periode

2013-2016. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa financial stability, external pressure, pergantian auditor dan pergantian dewan direksi berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan perusahaan manufaktur, sedangkan financial target, financial stability, ineffective monitoring dan rationalization berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan perusahaan perbankan. Selanjutnya Selano et al. (2017) meneliti faktor-faktor yang berpengaruh pada kecenderungan melakukan kecurangan laporan keuangan dengan objek perusahaan property, real estate and building yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel financial stability dan external pressure tidak berpengaruh terhadap kecenderungan untuk melakukan kecurangan laporan keuangan. Lain halnya dengan variabel financial target, nature of industry, ineffective monitoring, dan rationalization yang berpengaruh terhadap kecenderungan untuk melakukan kecurangan laporan keuangan. Adapun Handoko dan Ramadhani (2017) meneliti tentang pengaruh komite audit, keahlian keuangan, dan ukuran perusahaan terhadap kecurangan laporan keuangan dengan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecurangan laporan keuangan tidak dipengaruhi oleh komite audit independen dan ukuran perusahaan, sedangkan keahlian keuangan komite audit berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh dari elemen-elemen fraud pentagon untuk mendeteksi kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, variabel independen penelitian ini menggunakan elemen-elemen fraud pentagon yang terdiri dari tekanan (pressure), kesempatan (opportunity), rasionalisasi (rationalization), kompetensi (competence), dan arogansi (arrogance). Selain itu periode laporan keuangan yang diamati pada penelitian ini adalah tahun 2016-2018. Alasan memilih perusahaan pertambangan sebagai objek adalah karena menurut Association of Certified Fraud Examiners (ACFE) (2020) melalui Report to the Nations 2020 menunjukkan bahwa sektor pertambangan mengalami kerugian terbesar akibat kasus kecurangan yaitu sebesar USD 475.000. Selain itu penelitian ini menggunakan objek laporan keuangan karena ACFE (2016) melalui Survai Fraud Indonesia tahun 2016 menyatakan bahwa banyak kasus kecurangan laporan keuangan di Indonesia yang masih belum terungkap, misalnya penipuan informasi pajak dan penipuan informasi di bursa efek.

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis terkait kecurangan dalam laporan keuangan dan manfaat praktis bagi para pengguna laporan keuangan. Manfaat tersebut adalah dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor di dalam kerangka kerja fraud pentagon yang dapat mendeteksi kecurangan laporan keuangan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018. Informasi tersebut dapat dipakai sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dan menambah literatur khususnya di bidang audit berperilaku yang membahas mengenai faktor-faktor kerangka kerja fraud pentagon yang dapat mendeteksi kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan.

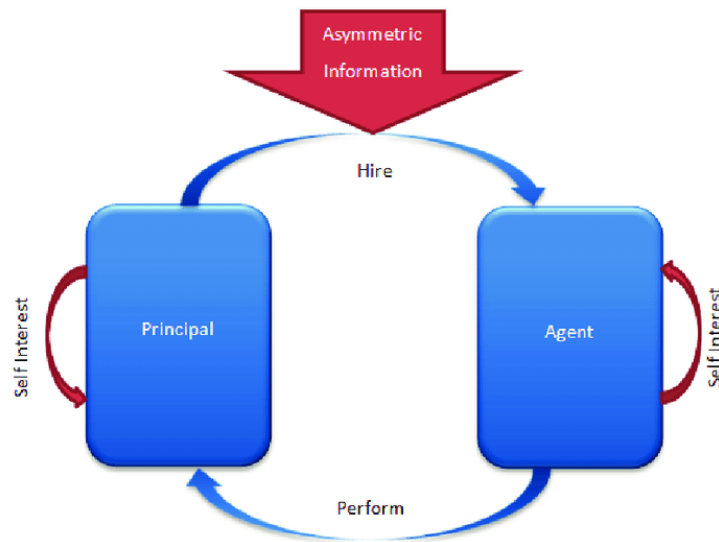
TELAAH PUSTAKA

Agency Theory

Agency theory merupakan sebuah teori yang berkaitan dengan masalah antara prinsipal dan agen mengenai pemisahan kepemilikan dan kontrol atas suatu perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Hubungan keagenan timbul dari kontrak ketika salah satu pihak (prinsipal) memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu hal dan mendelegasikan wewenang kepada agen tersebut untuk mengambil keputusan (Jensen & Meckling, 1976). Dalam suatu perusahaan, pemegang saham menginginkan hasil pengembalian yang tinggi dari investasinya, sedangkan manajer memiliki kepentingan tersendiri untuk memperoleh hasil atau kompensasi yang lebih tinggi atas kinerjanya (Bawakes et al., 2018). Hal ini dapat menimbulkan konflik karena masing-masing pihak memiliki kepentingan yang berbeda. Selain itu Kurniawansyah et al. (2019) mengatakan bahwa konflik tersebut dapat menimbulkan beberapa masalah. Pertama, prinsipal tidak dapat mengawasi secara penuh agen tersebut melakukan tugasnya secara jujur atau tidak. Kedua, masalah mengenai pembagian risiko yang muncul ketika prinsipal dan agen memiliki perilaku yang berbeda ketika menghadapi risiko.

Agency theory digunakan dalam penelitian ini karena perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajer dapat menyebabkan manajer melakukan kecurangan dalam membuat laporan keuangan. Pemegang saham tidak dapat mengawasi secara penuh ketika manajer menjalankan tugasnya dalam mengelola perusahaan, sehingga dapat menimbulkan celah bagi manajer untuk melakukan kecurangan karena pemegang saham juga tidak mengetahui informasi mengenai perusahaan sedetail manajer. Selain itu manajer

juga dapat melakukan kecurangan dalam pembuatan laporan keuangan demi kepentingannya sendiri supaya kinerjanya terlihat bagus dan selalu mencapai target.



Sumber: Jensen dan Meckling (1976)

Gambar 1. Agency Theory

Kecurangan (Fraud)

Karyono (2013) melalui bukunya “Forensic Fraud” mendefinisikan kecurangan sebagai penyimpangan dan perbuatan ilegal atau melanggar hukum yang dilakukan secara sengaja untuk mencapai tujuan tertentu, misalnya dengan cara menipu atau memberikan gambaran yang keliru kepada pihak lain, dan dapat dilakukan oleh pihak baik dari dalam maupun luar organisasi. Albrecht et al. (2012) dalam bukunya “Fraud Examination” berpendapat bahwa kecurangan adalah tindakan penipuan dengan sengaja yang dilakukan seseorang atau lebih secara sadar dan tidak ada unsur paksaan serta dapat merugikan orang lain (korban) dan menguntungkan pelakunya. Selain itu ACFE (2016) melalui Survei Fraud Indonesia tahun 2016 menyatakan bahwa kecurangan adalah tindakan melawan hukum secara sengaja untuk suatu tujuan tertentu (misalnya memanipulasi atau menyajikan laporan yang keliru kepada pihak lain) dan dilakukan oleh pihak internal maupun eksternal organisasi untuk memperoleh keuntungan pribadi atau kelompok dan dapat merugikan pihak lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Definisi kecurangan yang dipakai dalam penelitian ini adalah menurut (ACFE, 2016).

ACFE (2016) membagi kecurangan menjadi beberapa jenis, yaitu asset misappropriation, fraudulent statements, dan corruption. Kecurangan laporan keuangan atau fraudulent financial reporting termasuk dalam kategori fraudulent statements. Definisi

kecurangan laporan keuangan menurut ACFE (2020) adalah suatu tindakan yang dilakukan karyawan secara sengaja untuk menyebabkan salah saji atau kelalaian informasi bersifat material dalam pembuatan laporan keuangan organisasi. Kecurangan laporan keuangan dapat dilakukan dengan menyajikan nilai lebih tinggi dari yang seharusnya (*overstatements*) atau menyajikan nilai lebih rendah dari yang seharusnya (*understatements*). Contoh salah saji yang biasa dilakukan adalah melebihi jumlah aset, penjualan, laba, dan juga mengurangi jumlah hutang, biaya, dan kerugian (Noble, 2019). Kecurangan laporan keuangan dilakukan dengan tujuan untuk menarik perhatian investor, memperoleh harga jual yang lebih tinggi untuk akuisisi, mencapai tujuan perusahaan, menghilangkan persepsi negatif dalam pasar, dan dapat menerima kompensasi lebih tinggi atas kinerja yang baik (Wilopo, 2014). Tanda-tanda atau gejala adanya kecurangan laporan keuangan menurut Albrecht et al. (2012) yaitu adanya anomali akuntansi, pengendalian internal yang lemah, anomali analisis, gaya hidup yang berlebihan, perilaku yang tidak biasa, dan komplain. Pada penelitian ini kecurangan laporan keuangan akan diproksikan dengan manajemen laba yang dihitung dengan nilai discretionary accrual menggunakan model yang diperkenalkan oleh Jones (1991) yang telah dimodifikasi Dechow et al. (2015).

Fraud Pentagon

Awalnya Cressey (1953) memperkenalkan sebuah kerangka kerja untuk melihat faktor-faktor yang mendorong seseorang melakukan kecurangan. Kerangka kerja ini disebut dengan istilah fraud triangle yang terdiri dari tekanan (*pressure*), kesempatan (*opportunity*), dan rasionalisasi (*rationalization*). Kerangka kerja ini kemudian dikembangkan oleh Wolfe dan Hermanson (2004) menjadi fraud diamond dengan menambahkan faktor baru yaitu kemampuan (*capability*). Kemampuan dalam hal ini adalah kemampuan untuk mengetahui dan memanfaatkan kesempatan melalui posisi yang dimiliki dalam perusahaan (Artani & Wetra, 2017). Selanjutnya kerangka kerja ini kembali dikembangkan oleh Horwath (2011) menjadi fraud pentagon. Faktor tambahan dalam fraud pentagon ini adalah kompetensi (*competence*) yang bermakna sama dengan kemampuan (*capability*), dan arogansi (*arrogance*) yang merupakan sikap seseorang yang menganggap segala kebijakan dan peraturan tidak berlaku bagi dirinya sehingga tidak merasa bersalah apabila melakukan kecurangan (Bawakes et al., 2018).



Sumber: Horwath (2011)

Gambar 2. Kerangka Kerja *Fraud Pentagon*

Pada penelitian ini faktor-faktor dalam kerangka kerja fraud pentagon akan diproksikan menggunakan beberapa variabel. Tekanan akan diproksikan menggunakan variabel target keuangan, stabilitas keuangan, dan tekanan eksternal. Kesempatan akan diproksikan menjadi variabel ketidakefektifan pengawasan dan sifat industri. Rasionalisasi akan diproksikan menggunakan variabel pergantian auditor dan rasionalisasi. Kompetensi akan diproksikan menggunakan variabel pergantian direksi. Faktor terakhir yaitu arogansi akan diproksikan menggunakan variabel jumlah foto CEO.

Pengembangan Hipotesis (Kerangka konseptual)

Pengaruh Target Keuangan (Financial Target) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Target keuangan merupakan target yang ditetapkan oleh direksi mengenai kinerja keuangan yang harus dicapai oleh perusahaan, misalnya laba (Agusputri & Sofie, 2019). Apabila kondisi keuangan perusahaan sedang menurun, target keuangan dapat menjadi tekanan bagi pihak manajemen. Tekanan akibat target keuangan ini mengakibatkan manajer akan melakukan berbagai cara demi tercapainya target laba yang diberikan, termasuk melakukan kecurangan dalam pembuatan laporan keuangan. Pada penelitian ini target keuangan dihitung menggunakan Return on Asset (ROA) karena dapat mengukur tingkat laba yang mampu dihasilkan perusahaan. Selain itu hasil penelitian Putriasih et al. (2019) dan Noble (2019) menunjukkan hasil bahwa target keuangan berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis :

H₁ : Target keuangan (financial target) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Stabilitas Keuangan (Financial Stability) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Stabilitas keuangan merupakan kondisi keuangan perusahaan yang stabil (Agusputri & Sofie, 2019). Umumnya perusahaan menginginkan kondisi keuangannya meningkat atau setidaknya tidak turun (stabil). Investor lebih suka berinvestasi pada perusahaan yang keuangannya stabil karena risikonya dinilai lebih rendah dari perusahaan yang keuangannya fluktuatif. Stabilitas keuangan dapat menjadi tekanan bagi pihak manajemen untuk menjaga kestabilan keuangan perusahaan agar tidak menurun. Ketika kondisi keuangan sedang tidak stabil, manajemen dapat menutupinya dengan melakukan kecurangan laporan keuangan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian Sihombing dan Rahardjo (2014) serta Bawakes et al. (2018) yang menyatakan bahwa stabilitas keuangan berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Pada penelitian ini stabilitas keuangan diukur dengan jumlah perubahan total aset dari tahun ke tahun. Hal ini karena Bawakes et al. (2018) berpendapat bahwa banyaknya aset yang dimiliki perusahaan menjadi daya tarik bagi para pemangku kepentingan. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis :

H₂ : Stabilitas keuangan (financial stability) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Tekanan Eksternal (External Pressure) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Tekanan eksternal merupakan tekanan yang dialami manajemen untuk memenuhi harapan atau persyaratan dari pihak ketiga (Yesiariani & Rahayu, 2017). Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan membutuhkan sumber pendanaan dari pihak eksternal seperti pinjaman bank. Pada penelitian ini tekanan eksternal dihitung menggunakan rasio leverage, yaitu perbandingan antara total liabilitas dan total aset perusahaan yang dapat menunjukkan tingkat risiko kredit suatu perusahaan. Jika rasio leverage perusahaan tinggi maka dapat dikatakan perusahaan memiliki hutang yang banyak dan risiko kreditnya tinggi. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya kecurangan laporan keuangan misalnya dengan menurunkan jumlah hutang yang dimiliki supaya dapat memperoleh pinjaman dari pihak eksternal. Penelitian Yesiariani dan Rahayu (2017) serta Putriasih et al. (2019) memperoleh hasil bahwa tekanan eksternal berpengaruh positif dan dapat digunakan untuk mendeteksi kecurangan laporan keuangan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis :

H₃ : Tekanan eksternal (external pressure) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Ketidakefektifan Pengawasan (Ineffective Monitoring) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Ketidakefektifan pengawasan merupakan kondisi yang menunjukkan bahwa sistem pengawasan internal perusahaan tidak berjalan dengan efektif (Septriani & Handayani, 2018). Hal ini dapat membuka kesempatan untuk melakukan kecurangan laporan keuangan karena manajemen merasa tidak diawasi dengan ketat (Agusputri & Sofie, 2019). Dalam penelitian ini ketidakefektifan pengawasan dihitung menggunakan proporsi antara jumlah dewan komisaris independen dengan jumlah total dewan komisaris. Penelitian Agusputri dan Sofie (2019) memperoleh hasil bahwa ketidakefektifan pengawasan memiliki pengaruh positif terhadap laporan keuangan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis :

H₄ : Ketidakefektifan pengawasan (ineffective monitoring) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Sifat Industri (Nature of Industry) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Sifat industri merupakan keadaan ideal perusahaan dalam suatu industri (Yesiariani & Rahayu, 2017). Pada laporan keuangan terdapat beberapa akun yang saldonya ditentukan berdasarkan estimasi, misalnya piutang tak tertagih dan persediaan usang (Septriani & Handayani, 2018). Hal ini dapat meningkatkan kesempatan melakukan kecurangan laporan keuangan karena manajemen dapat memainkan akun-akun tersebut dengan subjektif supaya terlihat ideal. Perusahaan akan terlihat ideal jika jumlah piutangnya kecil dan pemasukan kasnya besar (Sihombing & Rahardjo, 2014). Dalam penelitian ini sifat industri akan dihitung menggunakan rasio perubahan piutang perusahaan. Penelitian Sihombing dan Rahardjo (2014) mendapatkan hasil bahwa sifat industri memiliki pengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan, sehingga dirumuskan hipotesis :

H₅ : Sifat industri (nature of industry) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Pergantian Auditor (Change in Auditor) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Laporan keuangan perusahaan harus diaudit oleh auditor eksternal untuk mendapatkan opini mengenai wajar tidaknya laporan keuangan tersebut. Pihak manajemen

akan selalu berusaha mendapatkan atau mempertahankan opini wajar. Rasionalisasi diproksikan dengan pergantian auditor karena pendapat auditor mengenai wajar tidaknya laporan keuangan merupakan rasionalisasi auditor terhadap kecurangan yang dilakukan perusahaan. Perusahaan melakukan pergantian auditor atau kantor akuntan publik bisa saja bertujuan untuk menghapuskan jejak kecurangan perusahaan yang telah diketahui auditor sebelumnya (Agusputri & Sofie, 2019). Selain itu perusahaan dapat juga mengganti auditornya untuk mengurangi kemungkinan pendeteksian kecurangan oleh auditor yang lama (Tiffani & Marfuah, 2009). Hasil penelitian Faradiza dan Suyanto (2017) serta Wahyuni dan Budiwitjaksono (2017) menunjukkan adanya pengaruh positif pergantian auditor terhadap kecurangan laporan keuangan perusahaan. Semakin banyak melakukan pergantian auditor memungkinkan semakin tinggi adanya kecurangan laporan keuangan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis :

H₆ : Pergantian auditor (change in auditor) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Rasionalisasi (Rationalization) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Definisi rasionalisasi menurut Albrecht et al. (2012) melalui bukunya "Fraud Examination" adalah suatu pembenaran atau alasan yang salah terhadap suatu perilaku yang salah. Manajemen laba merupakan awal terjadinya kecurangan laporan keuangan dan merupakan akibat dari adanya prinsip akrual yang telah disepakati dalam menyusun laporan keuangan (Septriani & Handayani, 2018). Prinsip akrual dapat digunakan pihak manajemen untuk mengubah laba sehingga dapat termasuk sebagai kecurangan laporan keuangan (Sihombing & Rahardjo, 2014). Dalam penelitian ini rasionalisasi dihitung menggunakan rasio total akrual per total aset. Semakin tinggi rasio total akrual per total aset maka semakin tinggi rasionalisasi terhadap kecurangan laporan keuangan. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Yesiariyani dan Rahayu (2017) bahwa rasionalisasi berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan, sehingga diperoleh hipotesis: H₇ : Rasionalisasi (rationalization) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Pergantian Direksi (Change of Director) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Wolfe dan Hermanson (2004) mengatakan bahwa kecurangan tidak akan terjadi tanpa orang yang memiliki kompetensi untuk melakukan setiap detail kecurangan dengan

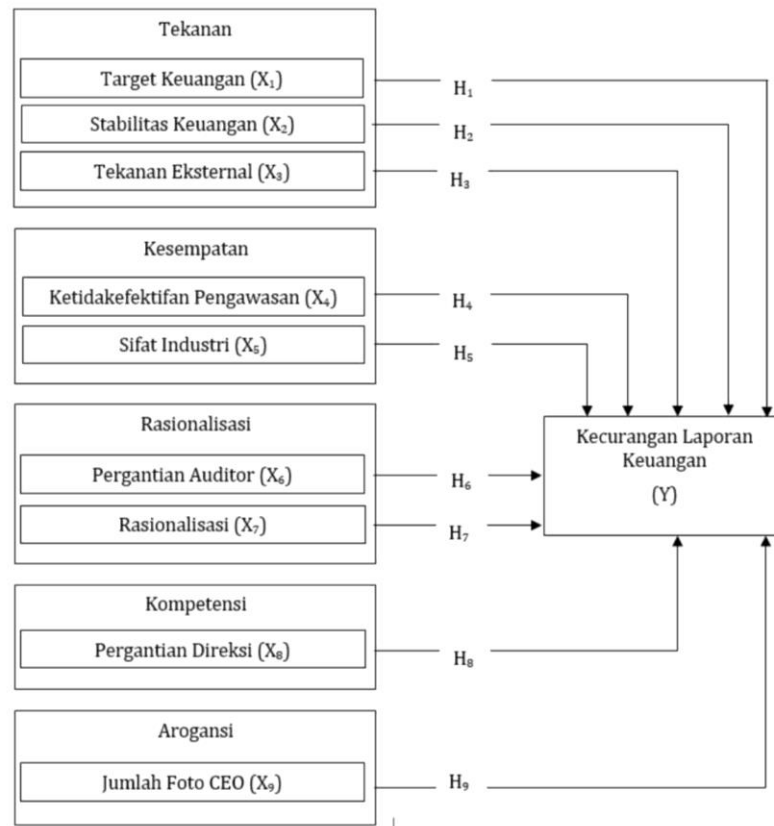
baik. Pada penelitian ini kompetensi diproksikan dengan banyaknya pergantian direksi yang dilakukan perusahaan. Direksi merupakan orang yang berpengaruh dalam perusahaan dan membuat kebijakan. Perusahaan melakukan pergantian direksi sebagai upaya untuk memperbaiki kinerja para direksi yang sebelumnya dan merekrut direksi baru yang dianggap lebih kompeten (Septriani & Handayani, 2018). Semakin banyak pergantian direksi maka semakin sedikit kecurangan laporan keuangan yang dilakukan karena direksi semakin kompeten untuk mengawasi kinerja manajemen. Hal ini didukung dengan penelitian Septriani dan Handayani (2018) yang menunjukkan hasil adanya pengaruh negatif pergantian direksi terhadap kecurangan laporan keuangan perusahaan manufaktur. Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan hipotesis :

H_8 : Pergantian direksi (change in director) berpengaruh negatif terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Jumlah Foto CEO (Frequent Number of CEO Picture) terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Banyaknya foto CEO yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan dapat menunjukkan tingkat arogansi CEO tersebut (Yusof, 2016). Semakin banyak foto yang ada maka semakin ingin CEO menunjukkan status dan posisinya dalam perusahaan karena tidak ingin kehilangan posisinya tersebut (Septriani & Handayani, 2018). Kekuasaan yang dimiliki CEO juga dapat memunculkan sifat arogan karena menganggap tidak ada orang yang mampu menghentikan tindakannya termasuk kebijakan pengendalian internal perusahaan (Agusputri & Sofie, 2019). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Apriliana dan Agustina (2017) yaitu jumlah foto CEO dalam laporan keuangan berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Berdasarkan uraian di atas dapat diperoleh hipotesis :

H_9 : Jumlah foto CEO (frequent number of CEO's picture) berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan.



Gambar 3. Model Penelitian

METODA

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat sembilan variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari target keuangan, stabilitas keuangan, tekanan eksternal, ketidakefektifan pengawasan, sifat industri, pergantian auditor, rasionalisasi, pergantian direksi, dan jumlah foto CEO. Variabel dependennya adalah kecurangan laporan keuangan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan dari perusahaan yang diperoleh melalui website BEI dan website perusahaan yang dijadikan sampel. Penelitian ini mengambil populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Perusahaan sektor pertambangan yang sudah terdaftar di BEI selama periode 2016-2018.

- b. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan tahunannya yang telah diaudit dalam website BEI atau *website* perusahaan selama periode 2016-2018 dan satuannya dinyatakan dalam Rupiah.
- c. Perusahaan tidak terkena *delisting* atau penghapusan pencatatan saham oleh BEI selama periode 2016-2018.
- d. Data yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini tersedia dengan lengkap dalam laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018.

Pengukuran Variabel

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Nama Variabel	Pengukuran
Kecurangan laporan keuangan (Y)	Nilai <i>Discretionary Accrual</i> $DACC_{it} = \frac{\text{Total akrual perusahaan}_i \text{ pada tahun}_t}{\text{Total aset perusahaan}_i \text{ pada tahun}_{t-1}} - \text{nondiscretionary accrual perusahaan}_i \text{ pada tahun}_t$
Target keuangan (X ₁)	Rasio profitabilitas $ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$
Stabilitas keuangan (X ₂)	Rasio perubahan aset $ACHANGE = \frac{(\text{Total aset}_t - \text{Total aset}_{t-1})}{\text{Total aset}_{t-1}}$
Tekanan eksternal (X ₃)	Rasio <i>leverage</i> $LEV = \frac{\text{Total liabilitas}}{\text{Total aset}}$
Ketidakefektifan pengawasan (X ₄)	Rasio jumlah dewan komisaris independen $BDOUT = \frac{\text{Jumlah dewan komisaris independen}}{\text{Jumlah total dewan komisaris}}$
Sifat industri (X ₅)	Rasio total piutang $RECEIVABLE = \frac{\text{Total piutang}_t}{\text{Penjualan}_t} - \frac{\text{Total piutang}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$
Pergantian auditor (X ₆)	Menggunakan variabel <i>dummy</i> , jika terdapat pergantian auditor selama periode 2016-2018 maka diberi kode 1, namun jika tidak diberi kode 0
Rasionalisasi (X ₇)	Rasio Total Akrua per Total Aset $TATA = \frac{\Delta \text{Modal kerja} - \Delta \text{Kas} - \Delta \text{Hutang pajak lancar} - \Delta \text{Beban depresiasi dan amortisasi}}{\text{Total aset}}$
Pergantian direksi (X ₈)	Menggunakan variabel <i>dummy</i> , jika terdapat pergantian direksi selama periode 2016-2018 maka diberi kode 1, namun jika tidak diberi kode 0
Jumlah foto CEO (X ₉)	Jumlah foto CEO yang terdapat pada laporan keuangan tahunan

Sumber: Data Diolah (2020)

Teknik Analisis Data

Hipotesis diuji menggunakan model regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yaitu uji multikolinearitas. Adapun model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$DACC_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it} + \beta_2 ACHANGE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 BDOU_{it} + \beta_5 RECEIVABLE_{it} + \beta_6 CPA_{it} + \beta_7 TATA_{it} + \beta_8 DCHANGE_{it} + \beta_9 CEOPIC_{it} + e_{it}$$

Keterangan :

β_0	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_9$	= Koefisien regresi
$DACC_{it}$	= Nilai <i>Discretionary Accrual</i> perusahaan i pada tahun t
ROA	= <i>Return on Asset</i>
ACHANGE	= Rasio perubahan total aset
LEV	= Rasio total liabilitas per total aset
BDOU	= Rasio dewan komisaris independen
RECEIVABLE	= Rasio perubahan piutang
CPA	= Pergantian auditor independen
TATA	= Rasio total akrual per total aset
DCHANGE	= Pergantian direksi
CEOPIC	= Jumlah foto CEO
It	= i: <i>cross section</i> , t: <i>time</i>
e	= <i>Error term</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Jumlah populasi yang diperoleh pada penelitian ini adalah 48 perusahaan sektor pertambangan. Dari jumlah tersebut diperoleh 13 perusahaan yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel. Sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut, disajikan terlebih dahulu hasil statistika deskriptif yang memberikan deskripsi atau gambaran mengenai karakteristik variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari rata-rata, standar deviasi, minimum, dan maksimum.

Tabel 2. Statistika Deskriptif

Test	Prob.	Model Estimasi Terbaik
Uji Chow	0.0000	FEM
Uji BPLM	0.0000	REM
Uji Hausman	0.9623	REM

Sumber: Data Diolah (2020)

Uji Estimasi Model Data Panel

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data panel sehingga perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu untuk memilih model regresi data panel yang akan digunakan yaitu antara Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Berikut ini tabel hasil uji chow, uji breusch and pagan lagrangian multiplier (BPLM), dan uji hausman.

Tabel 3. Hasil Uji Estimasi Model Data Panel

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ROA	39	-0.0730	0.6380	-3.9332	0.2119
ACHANGE	39	0.3269	1.5786	-0.8147	9.7438
LEV	39	0.5125	0.1956	0.0334	1.0682
BDOUT	39	0.4120	0.0811	0.3333	0.6000
RECEIVABLE	39	0.0090	1.0084	-3.1575	4.4422
CPA	39	0.2308	0.4268	0.0000	1.0000
TATA	39	-0.2023	0.2157	-0.4780	0.5574
DCHANGE	39	0.5128	0.5064	0.0000	1.0000
CEOPIC	39	5.3846	7.0845	1.0000	30.0000

Sumber: Data Diolah (2020)

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 berikut ini merupakan hasil dari uji multikolinearitas antar variabel independen. Hasil angka yang ditunjukkan tidak ada yang lebih dari 0.75 sehingga tidak ada korelasi antar variabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

	ROA	ACHANGE	LEV	BDOUT	RECEIVABLE	CPA	TATA	DCHANGE	CEOPIC	
ROA	1.0000									
ACHANGE	0.1137	1.0000								
LEV	-	-0.3692	1.0000							
BDOUT	0.4810	-	-	1.0000						
RECEIVABLE	-	0.1718	0.0584	-	1.0000					
CPA	0.2063	-	-	0.1498	-	1.0000				
TATA	0.2211	-0.1180	0.0581	-	-	-	1.0000			
DCHANGE	0.1631	0.0039	0.0885	0.2447	-0.0427	-	-	1.0000		
CEOPIC	0.1727	0.1975	-0.2811	0.0602	-0.2157	0.1563	-	0.1762	1.0000	
	0.1154	-0.1048	-	-0.1349	-0.0229	0.1967	-	-	0.0756	1.0000
			0.2606			0.1955	0.1179			

Sumber: Data Diolah (2020)

Uji Hipotesis

Hipotesis diuji menggunakan regresi linear berganda untuk data panel dengan model yang terpilih adalah REM. Data disajikan dalam jutaan Rupiah. Pada hasil pengujian diperoleh R Square sebesar 0.0374 yang artinya variabel independen mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen sebesar 0.0374 atau 3.74 persen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Untuk konstanta diperoleh hasil sebesar 0.0343 yang berarti bahwa besarnya jumlah DACC yang disebabkan oleh variabel lain selain variabel independen adalah sebesar 0.0343 atau 3.43 persen.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Rsquare = 0.0374			
DACC	Coef.	Std. Err.	P> z
ROA	0.1469	0.0143	0.0000
ACHANGE	-0.0004	0.0089	0.9610
LEV	0.1798	0.2708	0.5070
BDOUT	-0.3945	0.2733	0.1490
RECEIVABLE	0.0376	0.0180	0.0370
CPA	0.0591	0.0272	0.0300
TATA	0.0472	0.0917	0.6070
DCHANGE	0.0354	0.0451	0.4320
CEOPIC	0.0029	0.0065	0.6510
_cons	0.0343	0.1405	0.8070

Sumber: Data Diolah (2020)

Pengaruh Target Keuangan terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Faktor tekanan dalam fraud pentagon diprosikan dengan tiga variabel, yang pertama adalah target keuangan. Target keuangan dihitung menggunakan rasio profitabilitas yaitu Return on Asset (ROA). Pada hasil pengujian hipotesis untuk ROA diperoleh koefisien 0.1469 dan $P>|z| < \alpha 0.05$ yaitu 0.0000 sehingga ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap DACC. Setiap terjadi kenaikan ROA sebesar Rp1.000.000 maka akan meningkatkan DACC sebesar 0.1469. Oleh karena itu hipotesis pertama (H_1) diterima. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Agusputri dan Sofie (2019) serta Septriani

dan Handayani (2018) yang menyatakan bahwa target keuangan berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Perusahaan yang memiliki ROA tinggi mampu menghasilkan laba yang tinggi dan cenderung menargetkan laba yang lebih tinggi lagi pada periode selanjutnya. Kenaikan target keuangan ini dapat menjadi tekanan bagi manajemen sehingga terdorong untuk melakukan kecurangan laporan keuangan supaya target yang telah ditetapkan tersebut dapat terpenuhi (Septriani & Handayani, 2018).

Pengaruh Stabilitas Keuangan terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel yang kedua untuk memproksikan tekanan adalah stabilitas keuangan. Pada penelitian ini stabilitas keuangan dihitung menggunakan rasio perubahan aset (ACHANGE). Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil koefisien sebesar -0.0004 dan $P > |z| > \alpha 0.05$ yaitu 0.9610, sehingga tidak signifikan dan hipotesis kedua (H_2) ditolak. Stabilitas keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Aset dapat digunakan untuk menggambarkan seberapa besar kekayaan yang dimiliki perusahaan. Kondisi perusahaan yang tidak stabil dapat terjadi jika perubahan total aset terlalu tinggi atau terlalu rendah karena manajemen tidak dapat mengelola aset dengan baik (Septriani & Handayani, 2018). Namun kondisi keuangan yang tidak stabil tidak menjadi tekanan bagi manajemen untuk memanipulasi laporan keuangan perusahaan karena hal tersebut kemungkinan akan semakin memperburuk kondisi keuangan perusahaan kedepannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Arisandi dan Verawaty (2017) yang mendapat hasil bahwa stabilitas keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan.

Pengaruh Tekanan Eksternal terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel ketiga yang memproksikan tekanan adalah tekanan eksternal yang dihitung menggunakan rasio leverage (LEV). Hasil hipotesis ketiga (H_3) ditolak karena hasil yang diperoleh menunjukkan $P > |z| > \alpha 0.05$ yaitu -0.5070 sehingga pengaruhnya tidak signifikan. Adapun koefisien yang diperoleh adalah sebesar 0.1798 sehingga dapat dikatakan tekanan eksternal tidak mempengaruhi kecurangan laporan keuangan. Hasil yang sama juga terdapat pada penelitian Septriani dan Handayani (2018), Apriliana dan Agustina (2017) serta Bawakes et al. (2018) bahwa tekanan eksternal tidak berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Tekanan eksternal berupa risiko kredit akibat banyaknya pinjaman/hutang terhadap pihak eksternal tidak menjadi tekanan bagi perusahaan untuk melakukan kecurangan laporan keuangan. Hal ini bisa jadi karena perusahaan mampu melunasi hutang yang dimiliki.

Pengaruh Ketidakefektifan Pengawasan terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Faktor kedua yang terdapat dalam fraud pentagon adalah kesempatan yang diproksikan dengan ketidakefektifan pengawasan dan sifat industri. Ketidakefektifan pengawasan dihitung menggunakan proporsi antara jumlah dewan komisaris independen dengan jumlah total dewan komisaris yang ada di perusahaan (BDOUT). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh koefisien untuk BDOUT sebesar -0.3945 dan $P > |z| > \alpha 0.05$ yaitu 0.1490 sehingga tidak signifikan. Maka hipotesis keempat (H_4) ditolak karena ketidakefektifan pengawasan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Yesiariani dan Rahayu (2017) serta (Septriani & Handayani, 2018). Kecurangan dapat diminimalisir dengan adanya pengawasan yang efektif. Namun dalam penelitian ini semakin banyak dewan komisaris independen belum tentu menjamin bahwa pengawasan akan berjalan dengan efektif (Yesiariani & Rahayu, 2017).

Pengaruh Sifat Industri terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel sifat industri memproksikan faktor kesempatan dan dihitung menggunakan rasio perubahan piutang (RECEIVABLE). Pada koefisien diperoleh angka sebesar 0.0376 dan $P > |z| < \alpha 0.05$ yaitu 0.0370 sehingga signifikan. Oleh karena itu hipotesis kelima (H_5) diterima, sifat industri berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Setiap terjadi kenaikan piutang perusahaan sebesar Rp1.000.000 maka DACC akan bertambah sebesar 0.0376 . Hal tersebut sejalan dengan penelitian Sihombing dan Rahardjo (2014) serta Indriani dan Terzaghi (2017). Jumlah piutang yang tinggi pada perusahaan menyebabkan jumlah kas yang dapat digunakan untuk kegiatan operasionalnya menjadi sedikit (Sihombing & Rahardjo, 2014). Hal ini dapat mendorong pihak manajemen untuk melakukan kecurangan laporan keuangan supaya menarik investor.

Pengaruh Pergantian Auditor terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Faktor rasionalisasi yang pertama diproksikan dengan pergantian auditor (CPA) yang dihitung menggunakan variabel dummy. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh koefisien sebesar 0.0591 dan $P > |z| < \alpha 0.05$ yaitu 0.0300 , maka hipotesis keenam (H_6) diterima, pergantian auditor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Setiap terjadi pergantian auditor maka DACC akan bertambah sebesar 0.0591 . Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Faradiza dan Suyanto (2017) serta Wahyuni dan Budiwitjaksono (2017) bahwa pergantian auditor berpengaruh positif terhadap

kecurangan laporan keuangan. Perusahaan mengganti auditornya bisa jadi untuk mengurangi pendeteksian adanya kecurangan laporan keuangan oleh auditor lama.

Pengaruh Rasionalisasi terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Variabel rasionalisasi dihitung menggunakan rasio total akrual per total aset (TATA). Koefisien yang diperoleh untuk variabel rasionalisasi adalah 0.0472 dan $P > |z| > \alpha$ 0.05 yaitu 0.6070 sehingga tidak signifikan. Hipotesis ketujuh (H_7) ditolak karena rasionalisasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Septriani dan Handayani (2018) bahwa rasionalisasi tidak berpengaruh pada kecurangan laporan keuangan perusahaan manufaktur. Besarnya total akrual suatu perusahaan tergantung dari keputusan yang dibuat manajemen (Sihombing & Rahardjo, 2014). Akan tetapi dalam penelitian ini nilai akrual tidak digunakan oleh pihak manajemen untuk memanipulasi laporan keuangan, namun untuk menunjukkan kinerja dan posisi keuangan perusahaan berdasarkan transaksi yang ada (Septriani & Handayani, 2018).

Pengaruh Pergantian Direksi terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Faktor kompetensi dalam fraud pentagon diproksikan dengan pergantian direksi (DCHANGE) yang dihitung menggunakan variabel dummy. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan koefisien DCHANGE sebesar 0.0354 dan $P > |z| > \alpha$ 0.05 yaitu 0.4320. Berdasarkan hal tersebut maka pergantian direksi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan sehingga hipotesis kedelapan (H_8) ditolak. Penelitian Sihombing dan Rahardjo (2014), Bawakes et al. (2018) serta Indriani dan Terzaghi (2017) juga memperoleh hasil yang sama. Pergantian direksi dilakukan supaya memperoleh direksi yang lebih kompeten dari sebelumnya (Septriani & Handayani, 2018). Adanya direksi baru yang lebih kompeten diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik dan bukan untuk mengurangi adanya kecurangan laporan keuangan (Annisa, 2016).

Pengaruh Jumlah Foto CEO terhadap Kecurangan Laporan Keuangan

Faktor dalam fraud pentagon yang terakhir adalah arogansi. Dalam penelitian ini arogansi diproksikan dengan jumlah foto CEO yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan koefisien sebesar 0.0029 dan $P > |z| > \alpha$ 0.05 yaitu 0.6510. Berdasarkan hal tersebut maka jumlah foto CEO berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan, sehingga hipotesis kesembilan (H_9) ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Agusputri dan Sofie (2019) bahwa jumlah

foto CEO tidak menggambarkan arogansi CEO. Foto CEO yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan bertujuan untuk memperkenalkan pemimpin perusahaan dan banyaknya foto tersebut adalah hasil dokumentasi dari kegiatan-kegiatan yang diikuti perusahaan (Agusputri & Sofie, 2019).

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor fraud pentagon yang terdiri dari tekanan, kesempatan, rasionalisasi, kompetensi, dan arogansi untuk mendeteksi kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018. Terdapat populasi sebanyak 48 perusahaan pertambangan dan dari jumlah tersebut diperoleh 13 perusahaan yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, untuk faktor tekanan variabel target keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan. Namun variabel stabilitas keuangan dan tekanan eksternal tidak berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan. Faktor kedua yaitu kesempatan memperoleh hasil ketidakefektifan pengawasan tidak berpengaruh, sedangkan sifat industri berpengaruh positif terhadap kecurangan laporan keuangan. Untuk faktor rasionalisasi, pergantian auditor berpengaruh positif terhadap kemungkinan terjadinya kecurangan laporan keuangan, sedangkan rasionalisasi tidak berpengaruh. Faktor keempat yaitu kompetensi yang diproksikan dengan pergantian direksi dan faktor kelima yaitu arogansi yang diproksikan dengan jumlah foto CEO terbukti tidak berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Rentang waktu pengamatan dalam penelitian ini hanya tiga periode laporan keuangan. Adapun nilai R Square yang diperoleh adalah 0.0374 sehingga variabel independen hanya mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen sebesar 3.74 persen. Selain itu jumlah sampel pada penelitian ini hanya 13 perusahaan pertambangan sehingga kurang mampu merepresentasikan populasi yang ada.

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya. Pertama, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas rentang waktu pengamatan laporan keuangan misalnya menjadi lima tahun. Kedua, diharapkan dapat menggunakan objek perusahaan sektor industri lain yang masih belum

banyak diteliti. Apabila sampel yang diperoleh terlalu sedikit maka dapat memperkecil kriteria sampel. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat menggunakan alternatif pengukuran lain selain manajemen laba untuk memproksikan kecurangan laporan keuangan supaya dapat memberikan keberagaman dan dapat dijadikan perbandingan dengan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- ACFE Indonesia Chapter #111. (2016). Survei fraud Indonesia, Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). <https://doi.org/10.1201/9781315178141-3>
- Agusputri, H. dan Sofie. (2019). Faktor - faktor yang berpengaruh terhadap fraudulent financial reporting dengan menggunakan analisis fraud pentagon. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 14(2), 105. <https://doi.org/10.25105/jipak.v14i2.5049>
- Albrecht, W. S., Albrecht, C. O., Albrecht, C. C., & Zimbelman, M. F. (2012). *Fraud Examination*. In Boston, MA: Cengage Learning (4th Edition).
- Annisya, M., Lindrianasari, & Asmaranti, Y. (2016). Pendeteksian kecurangan laporan keuangan menggunakan fraud diamond. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 23(1), 72–89.
- Apriliana, S., & Agustina, L. (2017). The analysis of fraudulent financial reporting determinant through fraud pentagon approach. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 9(2), 154–165. <https://doi.org/10.15294/jda.v7i1.4036>
- Arisandi, D., & Verawaty. (2017). Fraud pentagon dalam mendeteksi kecurangan laporan keuangan pada perusahaan keuangan dan perbankan di indonesia. *Seminar Nasional Global Competitive Advantage*, 3, 312–323.
- Artani, K. T. B., & Wetra, I. W. (2017). Pengaruh academic self efficacy dan fraud diamond terhadap perilaku kecurangan akademik mahasiswa akuntansi di Bali. *Jurnal Riset Akuntansi*, 7(2), 123–132.
- Bawakes, H. F., Simanjuntak, A. M., & Daat, S. C. (2018). Pengujian teori fraud pentagon terhadap fraudulent financial reporting. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, 13(1), 114–134.
- Cressey, D. R. (1953). *Other People's Money*. Montclair, NJ: Patterson Smith, 1–300.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., Sweeney, A. P., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (2015). Detecting earnings management. *Asian Financial Statement Analysis*, 70(2), 73–105. <https://doi.org/10.1002/9781119204763.ch4>
- Dorris, B., Examiners, F., & Dorris, B. (2020). Report to the Nations: Global Study on Occupational Fraud and Abuse. In Association of Certified Fraud Examiners. Diunduh dari <https://www.acfe.com/report-to-the-nations/2020/>
- Faradiza, S. A., & Suyanto. (2017). Fraud diamond: Pendeteksi kecurangan laporan keuangan. *Seminar Nasional Riset Terapan 2017*, 196–201.
- Halim, D. (2020). 5 fakta baru kasus Jiwasraya, laba semu hingga janji Jaksa Agung ungkap tersangka. Diakses pada 1 Juli 2020, dari <https://nasional.kompas.com/read/2020/01/09/07172091/5-fakta-baru-kasus-jiwasraya-laba-semu-hingga-janji-jaksa-agung-ungkap?page=all>
- Handoko, B. L., & Ramadhani, K. A. (2017). Pengaruh karakteristik komite audit, keahlian keuangan dan ukuran perusahaan terhadap kemungkinan kecurangan laporan keuangan. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 12(1), 86–113. <https://doi.org/10.19166/derema.v12i1.357>

- Horwath, C. (2011). Putting the Freud in Fraud: Why the fraud triangle is no longer enough. IN Horwath, Crowe.
- Idris, M. (2020). Jejak hitam PT Hanson International, manipulasi laporan keuangan 2016. Diakses pada 1 Juli 2020, dari <https://money.kompas.com/read/2020/01/15/160600526/jejak-hitam-pt-hanson-international-manipulasi-laporan-keuangan-2016?page=all>
- Indriani, P., & Terzaghi, M. T. (2017). Fraund diamond dalam mendeteksi kecurangan laporan keuangan. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.19109/ifinance.v3i2.1690>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Thery of the firm : Manajerial behavior, agency cost and owership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360.
- Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193. <https://doi.org/10.2307/2491047>
- Karyono. (2013). Forensic Fraud. CV Andi Offset.
- Kurnia, T. (2019). 7 fakta gonjang-ganjing laporan keuangan Garuda Indonesia. Diakses pada 1 Juli 2020, dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4000383/7-fakta-gonjang-ganjing-laporan-keuangan-garuda-indonesia>
- Kurniawansyah, D., Kurnianto, S., & Rizqi, F. A. (2019). Teori agency dalam pemikiran organisasi ; Pendekatan positivist dan principle-agen. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 3(2), 435–446. <https://doi.org/10.31093/jraba.v3i2.122>
- Noble, M. R. (2019). Fraud diamond analysis in detecting financial statement fraud. *The Indonesian Accounting Review*, 9(2), 121–132. <https://doi.org/10.14414/tiar.v9i2.1632>
- Pratiwi, H. R. (2019). Kronologi kisruh laporan keuangan Garuda Indonesia. Diakses pada 1 Juli 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190430174733-92-390927/kronologi-kisruh-laporan-keuangan-garuda-indonesia>
- Putriasih, K., Herawati, N. N. T., & Wahyuni, M. A. (2019). Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud: Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 1(3), 2. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5780>
- Selano, E. C. D., Tedjasuksmana, B., & Wardani, R. P. (2017). Faktor-Faktor yang mempengaruhi kecenderungan kecurangan laporan keuangan pada perusahaan property, real estate and building yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 162–182.
- Septriani, Y., & Handayani, D. (2018). Mendeteksi kecurangan laporan keuangan dengan analisis fraud pentagon. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Bisnis*, 11(1), 11–23.
- Sihombing, K. S., & Rahardjo, S. N. (2014). Pengaruh fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud (studi empiris pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3, 1–12.
- Tiffani, L., & Marfuah. (2009). Deteksi financial statement fraud dengan analisis fraud triangel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 19(2), 112–125.
- Ulya, F. N. (2020). Kasus Jiwaraya, beberkan juga peran akuntan. Diakses pada 1 Juli 2020, dari <https://money.kompas.com/read/2020/01/09/135638726/kasus-jiwarsaya-beberkan-juga-peran-akuntan>
- Wahyuni, & Budiwitjaksono, G. S. (2017). Fraud triangle sebagai pendeteksi kecurangan laporan keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 21(1), 47. <https://doi.org/10.24912/ja.v21i1.133>
- Wilopo, R. (2014). *Etik profesi akuntan: Kasus-kasus di Indonesia (Edisi Kedua)*. STIE Per-banas Press.
- Wolfe, D., & Hermanson, D. (2004). The fraud diamond: Considering the four elements of fraud. *The CPA Journal*, 74, 38–42.

- Yesiariani, M., & Rahayu, I. (2017). Deteksi financial statement fraud: Pengujian dengan fraud diamond. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 21(1), 49–60.
<https://doi.org/10.20885/jaai.vol21.iss1.art5>
- Yusof, K. M. (2016). Fraudulent financial reporting: An application of fraud models to malaysian public listed companies. *Jarle*, 9(5), 35.

PENERAPAN AKUNTANSI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDI PADA PUSAT KULINER KRIDANGGO SALATIGA)

Meidiantyo Adi Nugroho

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

Micro, Small and Medium-sized Enterprise (MSME) is one of important sectors in empowering populist economy in Indonesia. Both the central and regional government keep supporting the development of Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME) to reduce unemployment in Indonesia. However, there are still a lot of Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME) which have not implemented accounting in running the enterprises. The objectives of this research were for revealing the implementation of accounting and the obstacles in implementing accounting faced by Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME) at the Pusat Kuliner Kridanggo in Salatiga. The data for this research was obtained from 19 owners of Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME) at the Pusat Kuliner Kridanggo in Salatiga. The data obtained was in the form of a primary data obtained from interview and questionnaire. This research employed qualitative analysis with descriptive type as the analysis technique. The result of this study revealed that all of the Micro, Small and Medium-sized Enterprises at the Pusat Kuliner Kridanggo did recording for their cash receipt and cash payment note, only few of them which also did recording for their selling, purchasing and cost transaction. While for the financial statement, not all Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME) at Pusat Kuliner Kridanggo in Salatiga made it. The obstacles faced in implementing accounting by Micro, Small and Medium-sized Enterprises (MSME) at Pusat Kuliner Kridanggo in Salatiga was lack of awareness about the important role of accounting in improving their business as the result of not having enough basic knowledge of accounting.

Keywords: Accounting, Micro Small and Medium-sized Enterprises (MSME)

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan di Indonesia. Pemerintah pusat maupun daerah terus mendukung perkembangan UMKM untuk membantu mengurangi pengangguran di Indonesia. Hingga saat ini masih banyak UMKM yang belum menerapkan akuntansi yang diyakini dapat membantu UMKM untuk memajukan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan akuntansi serta kendala yang dihadapi UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo kota Salatiga. Penelitian ini mengambil data dari para pemilik UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo yang berjumlah 19 UMKM. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan tipe deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo melakukan pencatatan kas masuk dan kas keluar, hanya sebagian kecil yang juga mencatat transaksi penjualan, pembelian dan biaya. Sedangkan untuk pelaporan keuangan, semua UMKM tidak membuat laporan keuangan. Kendala yang dialami para pemilik UMKM dalam menerapkan akuntansi adalah tidak memiliki dasar pengetahuan yang cukup mengenai akuntansi sehingga timbul kurangnya kesadaran mengenai peranan penting akuntansi dalam memajukan usahanya.

Kata kunci: Akuntansi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

232019@student.uksw.edu

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang sering disebut dengan UMKM merupakan salah satu sektor yang penting untuk pemberdayaan ekonomi kerakyatan di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM menampung sebesar 97 persen tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop, 2020). Hal ini menjadi pendorong pemerintah pusat maupun daerah untuk terus mendukung perkembangan UMKM di daerah masing-masing dalam rangka mengurangi pengangguran.

Sebagai salah satu contoh bentuk keseriusan pemerintah dalam mendukung perkembangan UMKM, pada awal tahun 2020 Pemerintah Kota Salatiga telah menyelesaikan pembangunan Pusat Kuliner Kridanggo yang terletak di tengah kota Salatiga, tepatnya di jalan Adi Sucipto. Pusat kuliner ini memiliki kios-kios yang bertujuan untuk memfasilitasi para pelaku UMKM di bidang kuliner untuk memasarkan produknya di lokasi yang strategis dan dengan harga sewa kios yang terjangkau.

Inisiatif pemerintah yang telah terlaksana dapat dikatakan cukup membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Namun perlu disadari juga bahwa terdapat tantangan utama lain berupa pengelolaan keuangan UMKM. Pengelolaan keuangan yang baik merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu UMKM. Sofiningsih (2012) mengungkapkan bahwa banyak UMKM yang mengalami kebangkrutan dikarenakan para pelakunya kurang memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan.

Untuk melaksanakan pengelolaan keuangan yang baik diperlukan penerapan akuntansi yang memadai. Para pelaku UMKM diharapkan melakukan pencatatan tiap transaksi yang terjadi dan membuat laporan keuangan. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat memperoleh informasi keuangan yang berguna sebagai dasar pengambilan keputusan usahanya.

Meskipun akuntansi dapat menyediakan informasi keuangan yang dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM, tetapi masih banyak para pelaku UMKM yang belum menerapkan akuntansi yang memadai. Putra dan Kurniawati (2012) menyatakan bahwa para pelaku UMKM masih sering mengabaikan tentang pencatatan dan pelaporan keuangan, mereka lebih mementingkan kegiatan operasional ketimbang pencatatan dan pelaporan keuangan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka permasalahan pada penelitian ini difokuskan pada para pelaku UMKM yang masih belum menerapkan akuntansi secara

memadai yang dikhawatirkan dapat menghambat keberhasilan UMKM. Masalah penelitian yang dibahas adalah bagaimana penerapan akuntansi yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo Salatiga dan kendala apa saja yang dialami oleh para pelaku UMKM dalam penerapan akuntansi.

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan informasi kepada Pemerintah Kota Salatiga mengenai kendala yang dialami para pelaku UMKM dalam menerapkan akuntansi. Sehingga selain menyediakan area untuk memasarkan produknya, Pemerintah Kota Salatiga juga dapat melakukan pendampingan kepada para pelaku UMKM dalam menerapkan akuntansi yang diharapkan dapat membantu UMKM untuk terus berkembang dan sejahtera.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri berbentuk perseorangan, persekutuan, maupun perseroan terbatas yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan dari usaha menengah maupun usaha besar. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008, UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualannya yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria UMKM berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008

No		Kriteria	
		Kekayaan Bersih (Rp)	Penjualan (Rp)
1	Usaha Mikro	< 50 Juta	< 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta–500 Juta	> 300 Juta–2,5 Milliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta–10 Milliar	> 2,5 Milliar– 50Milliar

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008

Akuntansi

Secara umum akuntansi diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan keuangan kepada berbagai pihak yang memiliki kepentingan untuk mengetahui aktivitas dan kondisi perusahaan. (Warren, 2006). Suwardjono (2014:10) menyatakan bahwa akuntansi dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari perikayasaan penyediaan jasa berupa informasi laporan keuangan organisasi dalam suatu lingkungan negara dan cara pelaporannya kepada berbagai pihak yang memiliki kepentingan sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2016) dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah terdiri dari 3 (tiga) yaitu laporan laba rugi, laporan posisi keuangan dan catatan atas laporan keuangan.

Laporan laba rugi melaporkan mengenai kinerja entitas secara keuangan dalam satu periode yang terdiri dari akun pendapatan dan beban yang relevan. Laporan laba rugi berisi semua pendapatan dan beban yang diakui dalam satu periode kecuali disyaratkan lain oleh SAK EMKM. (SAK EMKM, 2016:13).

Laporan posisi keuangan menyediakan informasi yang berguna bagi entitas mengenai aset, liabilitas, dan ekuitas. Laporan posisi keuangan berisi informasi mengenai akun kas atau setara kas, piutang, persediaan, aset tetap, utang usaha, utang bank, dan ekuitas. Entitas menyajikan akun yang relevan agar dapat dipahami posisi keuangan suatu entitas. (SAK EMKM, 2016:11).

Catatan atas laporan keuangan berisi mengenai pernyataan bahwa SAK EMKM digunakan sebagai dasar dalam menyusun laporan keuangan, kebijakan akuntansi yang dibuat oleh entitas, dan tambahan informasi mengenai penjelasan material bagi para pihak pengguna laporan keuangan. Informasi disajikan secara sistematis dan bergantung pada jenis kegiatan usaha entitas (SAK EMKM, 2016:14).

Akuntansi berguna untuk menghasilkan laporan keuangan yang bertujuan untuk memberikan informasi keuangan dan kinerja sebagai dasar pengambilan keputusan bagi para pihak yang memiliki kepentingan. (SAK EMKM, 2016:2)

Penelitian Terdahulu

Kurniawati *et al* (2012) melakukan penelitian dengan judul “*Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah*” dengan data yang diperoleh dari UMKM di pertokoan jalan Jendral Sudirman Salatiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di kota Salatiga sudah melakukan pencatatan atas penjualan, pembelian, persediaan, biaya gaji, dan biaya lainnya. Untuk laporan yang dibuat adalah laporan penjualan, pembelian, persediaan dan penggajian. Kendala yang dialami UMKM dalam menerapkan akuntansi antara lain adalah latar belakang pendidikan, belum pernah mengikuti pelatihan akuntansi dan belum ada kebutuhan terhadap penerapan akuntansi.

METODA

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan wawancara dengan responden penelitian. Responden dari penelitian ini merupakan pemilik maupun pengelola UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo kota Salatiga.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian dengan teknik analisis kualitatif merupakan suatu cara yang

dilakukan peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya dengan data berupa narasi. (Wahidmurni, 2017). Tipe penelitian deskriptif bertugas untuk menghasilkan narasi deskriptif dan sistematis sesuai dengan fakta di lapangan. (Moleong, 2007). Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan narasi deskriptif dan sistematis sesuai dengan fakta di lapangan untuk menjawab masalah penelitian mengenai penerapan akuntansi dan kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM yang berada di Pusat Kuliner Kridanggo Salatiga.

Langkah-langkah analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah (1) mengklasifikasikan data berdasarkan pencatatan akuntansi, pelaporan keuangan dan kendala yang dialami UMKM untuk menerapkan akuntansi, (2) mengidentifikasi pencatatan serta pelaporan akuntansi, (3) Melakukan analisis kendala yang dihadapi pemilik maupun pengelola UMKM dalam menerapkan akuntansi, (4) Mengolah data dan menyimpulkan secara menyeluruh berdasarkan data yang sudah diklasifikasikan dan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek penelitian ini adalah Pusat Kuliner Kridanggo yang berada di Jalan Adi Sucipto Salatiga. Pusat Kuliner Kridanggo merupakan program dari pemerintah kota Salatiga untuk meringankan beban para pelaku UMKM dengan menyediakan kios yang berada di lokasi strategis dan harga sewa yang terjangkau. Total dari 24 kios yang tersedia terdapat 19 kios UMKM yang beroperasi, 2 kios yang sudah lama tidak beroperasi kembali dan 3 kios masih kosong belum disewakan. Sesuai dengan Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang UMKM, 19 UMKM ini termasuk dalam kriteria UMKM. Dari 19 kios UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo terdapat 14 UMKM yang tergolong sebagai usaha mikro dan 5 UMKM tergolong sebagai usaha kecil. Seluruh UMKM dikelola oleh pemiliknya sendiri dengan mayoritas merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas atau sederajat (73,7%).

Agar dapat mengetahui bagaimana penerapan akuntansi yang dilakukan oleh UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo maka perlu diketahui apa saja pencatatan yang dilakukan oleh para pemilik UMKM. Berdasarkan penggalan data melalui kuesioner dan wawancara mengenai pencatatan yang dilakukan oleh para pemilik UMKM, hasil yang diperoleh ditampilkan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 2. Pencatatan yang dilakukan oleh pelaku UMKM

No	Transaksi yang Dicatat	Responden				Jumlah Responden	
		Mencatat		Tidak Mencatat		Total	%
		Jumlah	%	Jumlah	%		
1	Penjualan	6	31,57	13	68,43	19	100
2	Pembelian	9	47,36	8	42,64	19	100
3	Kas Masuk	19	100	0	0	19	100
4	Kas Keluar	19	100	0	0	19	100
5	Biaya	5	26,31	14	73,69	19	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Dari tabel 2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo tidak melakukan pencatatan transaksi secara lengkap. Untuk transaksi kas masuk dan kas keluar menjadi transaksi yang dicatat oleh semua pelaku UMKM, para pemilik maupun pengelola beranggapan dengan mencatat kas masuk dan kas keluar akan dengan mudah mengetahui perolehan laba maupun rugi usahanya. Dari 19 pelaku UMKM yang ada semuanya melakukan pencatatan secara manual dan belum terkomputerisasi.

Selain pencatatan transaksi yang dilakukan perlu diketahui juga laporan keuangan apa saja yang dibuat oleh para pelaku UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo yang tersaji pada tabel 3.

Tabel 3. Laporan Keuangan yang Dibuat oleh pelaku UMKM

No	Laporan Keuangan yang Dibuat	Responden				Jumlah Responden	
		Membuat		Tidak Membuat		Total	%
		Jumlah	%	Jumlah	%		
1	Laporan Laba Rugi	0	0	19	100	19	100
2	Laporan Posisi Keuangan	0	0	19	100	19	100
3	Catatan atas Laporan Keuangan	0	0	19	100	19	100

Sumber: Data primer yang diolah

Dari informasi yang tersaji pada tabel 3 dapat diketahui bahwa semua pelaku UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo tidak membuat laporan keuangan sesuai dengan SAK EMKM. Sebagian responden (89,47%) mengaku tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai akuntansi dan pembuatan laporan keuangan. Sisanya sebesar 10,53 persen mengaku memahami mengenai akuntansi dan pembuatan laporan keuangan, namun mereka memilih untuk tidak membuat laporan keuangan karena menurut mereka laporan keuangan hanya diperlukan untuk perusahaan besar saja.

Dari penelitian ini kendala yang dialami para pelaku UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo untuk menerapkan akuntansi adalah kurangnya pengetahuan dan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan untuk merepakan akuntansi. Hal ini berakibat pada kurangnya kesadaran pentingnya penerapan akuntansi dalam usahanya. Seluruh pemilik ataupun pengelola mengaku belum pernah sama sekali mengikuti pelatihan akuntansi. Hanya sebagian kecil (36,84%) pemilik datau pengelola UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo menyatakan tertarik untuk mengikuti pelatihan akuntansi agar usahanya dapat berkembang. Sebagian besar (63,16%) menyatakan tidak terlalu tertarik untuk mengikuti pelatihan akuntansi karena menganggap bukan prioritas utama yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pencatatan yang dilakukan UMKM di Pusat Kuliner Kridanggo meliputi pencatatan penjualan (31,57%), pembelian (47,36%), kas masuk (100%), kas keluar (100%) dan biaya (26,31%). Semua UMKM tidak melakukan pelaporan keuangan yang dapat digunakan sebagai informasi mengenai kondisi riil UMKM. Dengan kata lain penerapan akuntansi pada UMKM di Pusat Kuliner Salatiga belum sesuai dengan SAK EMKM. Kendala yang dialami pemilik UMKM dalam menerapkan akuntansi adalah tidak memiliki dasar pengetahuan yang cukup mengenai akuntansi sehingga timbul kurangnya kesadaran mengenai peranan penting akuntansi dalam memajukan usahanya.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah ketidakakuratan data. Responden tidak memiliki data yang jelas dan terarsip secara rapi mengenai pencatatan yang dilakukan, sehingga membatasi kelengkapan data dan dapat muncul subyektivitas dari penulis.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan ada penelitian lebih mendalam bersama dengan pemerintah maupun pihak terkait untuk terus menggali informasi mengenai UMKM. Diharapkan dari informasi-informasi baru yang digali dapat memunculkan solusi baru bagi para pelaku UMKM untuk mennyelesaikan kendala yang dialami khususnya di bidang akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

Ikatan Akuntan Indonesia. 2020. Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil dan Menengah. [Online] Available at: <http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/emkm>

- Kemenkop. 2020. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Usaha Besar 2017-2018.
- Kurniawati, E. P., Nugroho, P. I., & Arifin, C. (2015). Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2).
- Moleong, J Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Putra, H.A. and Kurniawati, E.P., 2012. Penyusunan Laporan Keuangan Untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). *Proceeding Call for Paper Pekan Ilmiah Dosen*.
- Sofiningsih. 2012. Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan dan Beban Berdasarkan Standar Akuntansi Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) (Studi Kasus UMKM XX Ceramics). *Jurnal Ilmiah Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 2(1).
- Suwardjono. 2014. *Teori Akuntansi (Perekayasaan Pelaporan Keuangan)* Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPF.
- Wahidmurni. 2017. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang.
- Warren, Carl S., James Reeve dan Philip E. Fees, 2006, *Pengantar Akuntansi*, Edisi Dua Puluh Satu, Jakarta: Salemba Empat.

PENERAPAN E-SYSTEM PAJAK DAN SOSIALISASI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WPOP PADA MASA COVID 19

Ela Aulia Sesarizki Cahyani

Ridwan Wahyudi

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

Abstract

In 2020, the world was shocked by the appearance of the Corona Virus outbreak. WHO announces this COVID-19 outbreak as a pandemic. This condition has a considerable impact on many sectors, as well as the taxation sector. The taxes play a critical role in the source of state income as economic development and national expenditure. However, compliance by taxpayers in Indonesia is still low. These results in low state revenues with the unstable economy due to the COVID-19 pandemic. This research aims to test the implementation of the tax e-system and do tax socialization to individual taxpayers' compliance during the COVID-19 period. This research uses a quantitative approach. The population of this research is an individual taxpayer who registered in KPP Pratama Karanganyar. To determine the number of samples using accidental sampling, a method to collect data from the respondent who accidentally met with the researcher at the research location. The number sample used was 100 respondents with subject data. The data subject was primary data using the questionnaire method. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The result showed that the implementation of the tax e-system and taxes socialization had a positive and significant outcome on individual taxpayer compliance during the COVID-19 period.

Keyword: *The implementation of e-system, Tax socialization, Individual taxpayer's compliance, COVID-19 pandemic*

Abstrak

Pada tahun 2020 dunia digemparkan oleh wabah virus corona sehingga WHO menetapkan kondisi ini sebagai pandemi. Kondisi ini berdampak besar pada berbagai sektor, begitupun di sektor perpajakan. Pajak berperan penting dalam sumber penerimaan negara yang digunakan untuk pengembangan ekonomi dan sumber dana pembiayaan nasional. Namun, kepatuhan pajak oleh Wajib Pajak di Indonesia masih dikatakan rendah. Sehingga menyebabkan masih rendahnya penerimaan negara ditambah dengan keadaan ekonomi yang kurang stabil karena pandemi covid-19 ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penerapan e-system pajak dan sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada masa covid-19. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Karanganyar. Untuk menentukan jumlah sampel menggunakan accidental sampling, yaitu pengumpulan data dari responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan data subjek, sumber data adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-system pajak dan sosialisasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada masa Covid-19.

Kata kunci: *Penerapan e-system, sosialisasi pajak, kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang, pada era digital 4.0 banyak melakukan pembangunan disegala bidang. Pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah ini merupakan wujud dari pemenuhan kewajiban terhadap rakyatnya. Pembangunan suatu negara akan berjalan lancar jika dapat mengelola dengan baik berbagai sumber dana yang diperoleh serta diimbangi dengan meningkatkan pendapatan nasional negara untuk memenuhi kebutuhan dana yang relatif besar. Dana yang dikeluarkan dipengaruhi dengan seiringnya pembangunan yang dilakukan secara merata oleh pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah (Panggabean, 2019).

Pemerintah Indonesia terus berusaha meningkatkan 3 sumber penerimaan negara yang menjadi pokok andalan dalam pembiayaan pembangunan, yaitu penerimaan dari sektor pajak, migas (minyak dan gas bumi) dan penerimaan dari sektor bukan pajak. Penerimaan dari sektor pajak adalah salah satu sumber penerimaan terbesar yang diperoleh negara untuk pembangunan (Widodo, dkk, 2010:1)

Pajak merupakan wujud partisipasi dari seluruh elemen masyarakat yang berbentuk iuran, bersifat memaksa, diatur dalam perundang-undangan, dan manfaatnya (timbang balik) tidak dapat dirasakan secara langsung, karena dipergunakan untuk peningkatan pembangunan suatu negara demi kepentingan bersama (UU Nomor 6 Tahun 1983).

Pemerintah selalu berupaya untuk memaksimalkan penerimaan pendapatan negara di sektor pajak. Upaya pemerintah di sektor pajak, yaitu dengan melakukan reformasi besar-besaran di bidang perpajakan pada tahun 1983 dengan menggantikan official assessment system yang sebelumnya sudah diterapkan menjadi self assesment system. Official assessment system merupakan sistem penerapan pajak dengan memberikan wewenang sepenuhnya kepada petugas pajak dalam menentukan besarnya pajak terutang yang ditanggung oleh wajib pajak. Self assesment system merupakan sistem yang memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada wajib pajak, sehingga lebih menekankan kepada kesadaran wajib pajak akan setiap tanggung jawab dan wewenangnya sebagai wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan diri besarnya pajak yang harus dibayar sesuai dengan peraturan perundang-undangan pajak (Pranadata, 2014).

Wajib pajak khususnya orang pribadi, seperti yang sudah dijelaskan dalam PP No. 46 Tahun 2013 bahwa kebijakan pemerintah yang mengatur mengenai pajak penghasilan

atas penghasilan dari usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu. Kebijakan Pemerintah dengan memberlakukan PP No 46 Tahun 2013 ini didasari dengan maksud untuk memberikan kemudahan dan penyederhanaan aturan perpajakan; mengedukasi masyarakat untuk tertib administrasi; mengedukasi masyarakat untuk transparansi; memberikan kesempatan masyarakat untuk berkontribusi dalam penyelenggaraan negara. Tujuannya antara lain untuk mencapai kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan kewajiban perpajakan; meningkatnya pengetahuan tentang manfaat perpajakan bagi masyarakat; terciptanya kondisi kontrol sosial dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Terpenuhinya maksud dan tujuan tersebut maka diharapkan diperoleh penerimaan pajak meningkat sehingga kesempatan untuk mensejahterakan masyarakat meningkat.

Pada awal tahun 2020 dunia digemparkan oleh wabah virus corona, hal tersebut dianggap sebagai penyebab utama merosotnya kepatuhan Wajib Pajak. Kepatuhan Wajib Pajak di Karanganyar menurun pada masa covid 19 seperti yang disampaikan oleh media (www.suaramerdekasolo.com) bahwa pajak dan retrebusi turun sebanyak 16 miliar. Hal tersebut dikarenakan menurunnya omset bahkan penutupan usaha sehingga berdampak pada pembayaran pajaknya.

Atas dasar fenomena tersebut di atas, dapat di simpulkan bahwa pentingnya kepatuhan wajib pajak, sehingga memberikan dukungan besar bagi penerimaan negara. Maka dalam penelitian ini akan dikaji lebih mendalam berbagai variabel yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak.

Mengingat vitalnya peran pajak, sudah seharusnya wajib pajak lebih patuh melaksanakan kewajiban perpajakan mulai dari menyetor hingga melaporkan pajak dalam bentuk pelaporan SPT Tahunan. Pemerintah sudah memberikan kemudahan kepada masyarakat dengan diterapkannya sistem Self Assessment dan adanya sistem elektronik pajak. Kesadaran Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakan ternyata belum sepenuhnya merata di masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk DJP maupun KPP untuk melakukan sosialisasi ke masyarakat.

Dalam rangka merespon harapan masyarakat pada masa covid 19 demi memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya seperti yang dikutip pada (www.sipp.menpan.go.id) KPP Pratama Karanganyar kembali mengadakan sosialisasi atau kelas pajak secara daring yang disampaikan oleh tim penyuluh KPP Pratama Karanganyar melalui aplikasi Zoom dan diikuti oleh 200 peserta.

Menurut Sudrajat (2015:194) sosialisasi perpajakan berarti suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai perpajakan yang memiliki tujuan agar seseorang ataupun kelompok paham tentang perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Sejalan dengan pernyataan Sudrajat, dalam penelitiannya Sudrajat dan Ompusunggu (2015), Putra dan Suryono (2020) juga menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berbeda dengan hasil tersebut, Jamalinda (2017) yang menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Atas dasar fenomena pentingnya sosialisasi pajak, landasan teori dan kesenjangan antara para peneliti terdahulu, maka dalam penelitian ini akan diuji kembali pengaruh sosialisasi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, hal tersebut dalam penelitian ini juga digunakan dasar oleh peneliti untuk merumuskan masalah penelitian, tujuan dan hipotesis penelitian.

Sejalan dengan imbaun pemerintah dalam rangka mencegah perluasan penyebaran virus corona atau covid 19, maka pelayanan perpajakan di KPP seluruh Indonesia ditiadakan. Semua pengurusan pajak dilakukan secara online dari rumah sehingga dapat memudahkan wajib pajak dalam melaksanakan pelaporan maupun pendaftaran pajak dengan menggunakan teknologi informasi berbasis sistem elektronik (e-system). Menurut Pandiangan (2008:35), e-system merupakan suatu sistem yang digunakan untuk menunjang kelancaran adminitrasi melalui teknologi internet karena wajib pajak diberi kemudahan untuk memenuhi kewajibannya secara efisien efektif, tanpa harus menghampiri kantor pajak. Penerapan sistem perpajakan yang diperbarui ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan serta kepercayaan masyarakat khususnya para wajib pajak dalam pelaksanaan admiritrasi pajak. Sedangkan pemanfaatan teknologi informasi yang digunakan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi wajib pajak dengan menghemat waktu, pelaksanaannya yang mudah, serta akurat.

Penerapan Electronic System atau e-system merupakan langkah awal kemajuan modernisasi sistem perpajakan di Indonesia. e-system yang diluncurka berupa e-Registration, e-SPT, e-filling, dan e-billing. Dalam penelitian ini hanya meneliti 2 dari e-system yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak yaitu e-filling dan e-billing.

E-Filing dan e-Billing merupakan wujud dari bagian adanya penerapan e-system perpajakan. Budiarto (2016:77) e-filling merupakan sistem perpajakan online yang digunakan untuk melaporkan SPT oleh wajib pajak. Sistem ini bersifat pribadi yang artinya

tidak dapat diwakilkan dan cuma-cuma karena dapat dilakukan tanpa mengeluarkan biaya, hanya bermodalkan terhubung dengan internet dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa perlu datang ke kantor pajak untuk melaporkan SPT Pajak.

Menurut Direktorat Jendral Pajak, E-Billing merupakan sistem perpajakan online yang digunakan oleh wajib pajak untuk melakukan pembayaran pajak secara online dengan menggunakan kode billing. Dalam melakukan transaksi pembayaran atau penyetoran pajak secara elektronik oleh wajib pajak, dapat dilakukan melalui bank atau pos persepsi dengan menggunakan kode billing.

Atas dasar fenomena pentingnya e-system pajak dan landasan teori, maka dalam penelitian ini akan diuji kembali pengaruh e-system pajak terhadap kepatuhan wajib pajak, hal tersebut dalam penelitian ini juga digunakan dasar oleh peneliti untuk merumuskan masalah penelitian, tujuan dan hipotesis penelitian

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan sebelumnya, research gap dan penelitian yang belum maksimal dikarenakan perbedaan kondisi selama pandemi covid 19 serta kurangnya pemahaman wajib pajak terhadap *e-filling* dan *e-billing*, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas masalah tersebut dengan judul “Penerapan *E-system* Pajak dan Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Masa Covid 19”

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

E-System Pajak

Menurut Pandiangan (2008:35) menyatakan “e-system merupakan suatu sistem yang digunakan untuk menunjang kelancaran administrasi melalui teknologi internet sehingga diharapkan semua proses kerja dan pelayanan perpajakan berjalan baik, lancar, cepat dan akurat”.

Terdapat empat jenis dalam e-system yaitu e-registration, E-SPT, e-filling dan e-billing. Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil batasan pada e-filling dan e-billing saja. Budiarto (2016:77) menjelaskan bahwa sistem e-filling adalah sistem pelaporan pajak yang dilakukan secara online menggunakan media internet. Sistem ini dilakukan untuk memudahkan para wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya, karena dengan sistem ini akan menghemat waktu dan dapat dilakukan dimana saja oleh para wajib pajak. Sedangkan menurut Direktorat Jendral Pajak e-billing merupakan sistem perpajakan online yang digunakan untuk pembayaran pajak dengan menggunakan kode billing yang

diterbitkan, berwujud 15 digit kode angka untuk mengakses pembayaran pajak secara elektronik.

Sosialisasi Pajak

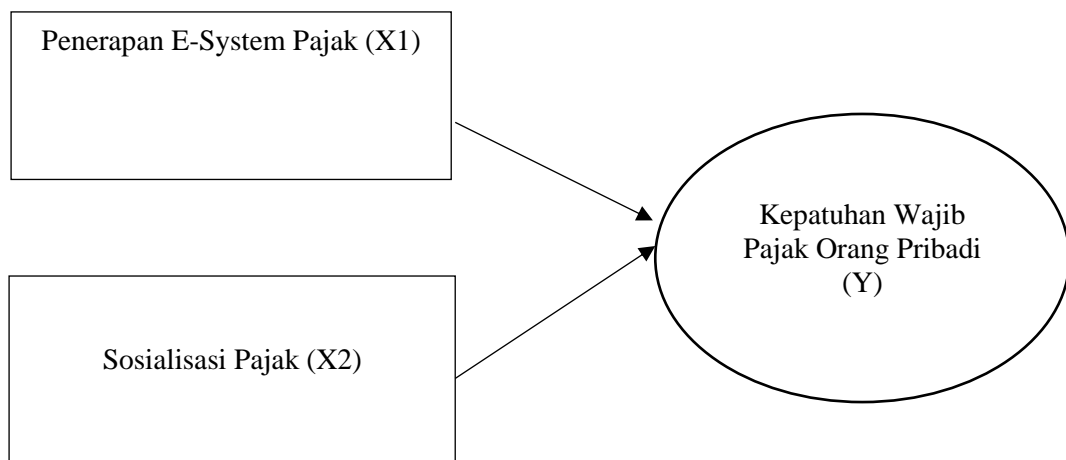
Sosialisasi Pajak adalah suatu konsep umum yang dimaknakan sebagai proses belajar melalui interaksi dengan orang lain, tentang cara berfikir, merasakan dan bertindak dimana kesemuanya itu merupakan hal-hal yang sangat penting dalam menghasilkan partisipasi sosial yang efektif (Wurianti dkk, 2015:6).

Kepatuhan Wajib Pajak

Rahayu (2010:138) mengatakan bahwa kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan bahwa Wajib Pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS (KERANGKA KONSEPTUAL)

Berikut kerangka fikir yang digunakan dalam penelitian ini :



Sumber : Pratami, dkk (2017) dan Ajat Sudrajat, Arles Parulian Ompusunggu (2015)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari kerangka penelitian diatas, dapat dijelaskan bahwa penelitian ini melihat penerapan e-system pajak (e-filling dan e-billing) (X1) dan sosialisasi pajak (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada masa covid 19 (Y).

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan, kesimpulan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan di dalam rumusan masalah (Sugiyono, 2009). Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ke tiga dalam penelitian setelah

peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berpikir. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Penerapan e-System pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

H2 : Sosialisasi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

METODA

Pengumpulan data dilakukan dengan cara survei kuesioner. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Kuesioner penelitian ini disebarkan secara langsung ke beberapa wajib pajak orang pribadi yang menjadi sampel dalam penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan di KPP Pratama Karanganyar dan pengumpulan kuesioner dilakukan pada saat itu juga setelah responden melakukan pengisian kuesioner.

Skala penelitian yang digunakan untuk keperluan analisis adalah Skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur respon subyek ke dalam 5 (lima) poin skala interval yang sama dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Likert

Kriteria	Poin
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2010:93)

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai hal yang berkaitan dengan penerapan *e-system* pajak dan sosialisasi pajak. Sumber data primer ini berasal dari wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Pratama Karanganyar.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Penelitian populasi dilakukan apabila seseorang ingin meneliti semua elemen-elemen yang ada dalam wilayah yang

digunakan sebagai penelitian (Arikunto, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Karanganyar.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Abdurrohman, 2010). Jika Subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10%-15% atau 20%-25% atau lebih (Arikunto, 2010:112). Maka penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 wajib pajak orang pribadi yang terdaftar di KPP Prtama Karanganyar dengan teknik pengambilan *accidental sampling* yaitu pengumpulan data dari responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi pengambilan sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Ghazali (2011: 52-53) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian apabila nilai *person correlation* < r tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid, sedangkan apabila nilai *pearson correlation* > r tabel maka butir pertanyaan dapat dikatakan valid. Jumlah responden kuesioner sebanyak 100 responden, sehingga r tabel yang diperoleh adalah 0,194. Hal ini berarti masing-masing item dari variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsisten atau tidaknya responden terhadap kuesioner penelitian. Pengujian reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dan sebaliknya penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 (Ghozali, 2001:42). Hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien *Cronbach Alpha* > dari 0.60. Jadi instrumen Penerapan *E-System* Pajak, Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak adalah reliabel.

Uji normalitas sebaran data yang dilakukan pada instrumen Penerapan *E-System* Pajak, Sosialisasi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak, berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov data menunjukkan bahwa angka-angka signifikansi lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas yang diuji dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel bebas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas nilai VIF dari masing-masing variabel bebas berjumlah kurang dari 10. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa data tidak mempunyai gejala multikolinieritas atau tidak ada hubungan antar variabel independen.

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa nilai signifikan antar variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas.

Setelah data yang diuji memenuhi persyaratan untuk uji kualitas data dan uji asumsi klasik, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis yakni menggunakan uji regresi berganda.

Tabel 2. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,684 ^a	,467	,456	2,974	1,984

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Pajak , Penerapan E-System Pajak

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui hasil uji koefisien determinasi untuk kedua variabel bebas terhadap kepatuhan wajib pajak terlihat bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,456 yang berarti bahwa variabel independen yaitu Penerapan *E-System* Pajak dan Sosialisasi Pajak dapat menerangkan variabel dependen yaitu Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi 45,6% sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,840	3,672		2,680	,009		
	Penerapan E-System Pajak	,230	,061	,305	3,794	,000	,852	1,174
	Sosialisasi Pajak	,662	,105	,506	6,302	,000	,852	1,174

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Pengaruh Penerapan *E-System* Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Penerapan *E-System* Pajak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, hal ini terlihat dari hasil uji t, nilai t hitung (3,794) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan

(0,000) < 0,05. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Putu kania Asri Wahyuni Pratami, Nu Luh Gede Erni Sulindawati dan Made Arie Wahyuni (2017) “Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Singaraja” dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa penerapan seluruh E-System berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Pengaruh Sosialisasi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Sosialisasi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, hal ini terlihat dari hasil uji t, nilai t hitung (6,302) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan (0,000) < 0,05. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajat Sudrajat, Arles Parulian Ompusunggu (2015) “Pemanfaatan teknologi informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Pajak”. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa Sosialisasi Pajak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Berbeda dengan hasil tersebut penelitian Satrianila Agustin Jamalinda (2017) “Pengaruh E-Spt, Account Representative, Sosialisasi Pajak Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten)”. Dalam penelitian menyatakan bahwa sosialisasi perpajakan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan WPOP.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linier berganda
 - a. Penerapan *E-System* Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, artinya apabila Penerapan *E-System* Pajak ditingkatkan, maka Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi akan meningkat, dengan asumsi Sosialisasi Pajak konstan atau tetap.
 - b. Sosialisasi Pajak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, artinya apabila Sosialisasi Pajak ditingkatkan, maka Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi akan meningkat, dengan asumsi bahwa Penerapan *E-System* Pajak konstan atau tetap.

2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa secara parsial Penerapan *E-System* Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. Sosialisasi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa Penerapan *E-System* Pajak dan Sosialisasi Pajak secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.
4. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,456 berarti 45,6% faktor-faktor Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dapat dijelaskan oleh Penerapan *E-System* Pajak dan Sosialisasi Pajak. Sedangkan 54,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Misalnya Sanksi Pajak, Pengetahuan Pajak dan Pelayanan Pajak.

Saran

Peneliti memiliki beberapa saran yang dapat membantu penelitian selanjutnya antara lain :

1. Disarankan pihak Direktorat Jendral Pajak untuk meningkatkan Sosialisasi Pajak mengenai peraturan perpajakan maupun sistem-sistem perpajakan yang baru terutama pada program *E-System* dan meningkatkan menerapkan *E-System* kepada seluruh Wajib Pajak.
2. Untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini seperti sanksi pajak, pengetahuan pajak, pelayanan pajak dan kepuasan wajib pajak.
3. Hendaknya Wajib Pajak memanfaatkan teknologi yang ada sehingga dapat menambah pengetahuan tentang perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Mulyono. 2010. *Pendidikan Bagi Anak Berkesulitan Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, S. 2010. *Porsedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budiarto, Astrid. 2016. *Pedoman Praktis Membayar Pajak*. Yogyakarta: Genesis Learning.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro; Semarang
- <https://money.kompas.com/read/2020/04/02/210614226/ini-cara-praktis-urus-pajak-saat-wabah-corona?page=all>
- <https://www.ortax.org/ortax/?mod=aturan&page=show&id=12761>
- <https://sipp.menpan.go.id/berita/detil/upp-kpp-pratama-karanganyar/kelas-pajak-daring-kpp-pratama-karanganyar-terkait-e-bupot-pph-pasal-23>
- <https://suaramerdekasolo.com/2020/06/04/selama-triwulan-pendapatan-pajak-karanganyar-turun-rp-16-miliar/>
- Jamalinda. 2017. *Pengaruh Penerapan E-SPT, Account Representative, Sosialisasi Pajak dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi*. Skripsi. Universitas Widya Dharma Klaten.
- Pandiangan, Liberti. 2008. *Modernisasi dan Reformasi Pelayanan Perpajakan Berdasarkan Undang-Undang Terbaru*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Panggabean, C, E. 2019. *Pengaruh Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Penerapan E-System Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta
- Pranadata, I Gede. 2014. *Pengaruh Pemahaman Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Perpajakan, dan Pelaksanaan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan WPOP di KPP Pratama Batu*. Skripsi. Universitas Brawijaya.
- Pratami, Sulindawati, Wahyuni. 2017. *Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dalam Membayar Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Singaraja*. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha. Vol 7, No 1 Tahun 2017
- Permana Putra, Bambang Suryono, 2020. *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan, Sosialisasi, Dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Vol 9, No 3, Maret 2020. E-ISSN : 2460-0585.
- Rahayu, Siti Kurnia. 2010. *PERPAJAKAN INDONESIA : Konsep dan Aspek Formal*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sudrajat, Ajat dan Ompusunggu, Arles Parulian. 2015. *Pemanfaatan teknologi informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan dan Kepatuhan Pajak*. Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan JRAP Vol. 2, No. 2, Desember 2015, hal 193 – 202. ISSN 2339 – 1545.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widodo Widi. 2010. *Moralitas, Budaya, dan Kepatuhan Pajak*. Cetakam Kesatu. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Wurianti , Exti Lusiani Ega. 2015. *“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak di Wilayah KPP Pratama”*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Vol.4, No.6.

PENGARUH ARUS KAS OPERASI TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018)

Muhammad Abdul Wahab
Nurul Latifah Pancawardani
Widaryanti
STIE Pelita Nusantara Semarang

Abstract

This study aims to analyze the effect of operating cash flow on stock returns and to analyze whether dividend policy can be used as an intervening variable in the relationship between operating cash flow and stock returns. This research is a quantitative research. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2015-2018 period. The sampling technique used purposive sampling method. The sample in this study were 20 companies. The data in this study are secondary data taken from the official website of the Indonesia Stock Exchange. The data analysis used is Multiple Linear Regression Analysis and Path Analysis. The analysis shows that operating cash flow has a positive and significant effect on dividend policy, operating cash flow and dividend policy have a positive and significant effect on stock returns, dividend policy is able to mediate the relationship between operating cash flow and stock returns.

Keyword: Stock Return, Operating Cash Flow and Dividend Policy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh arus kas operasi terhadap return saham dan menganalisis apakah kebijakan dividen dapat dijadikan sebagai variabel intervening pada hubungan antara arus kas operasi terhadap return saham. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling. Sampel pada penelitian ini sebanyak 20 perusahaan. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diambil dari web resmi Bursa Efek Indonesia. Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan Path Analysis. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen, arus kas operasi dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham, kebijakan dividen mampu memediasi hubungan antara arus kas operasi terhadap return saham.

Kata Kunci: Return Saham, Arus Kas Operasi dan Kebijakan Dividen

PENDAHULUAN

Secara umum, Pasar modal merupakan suatu pasar yang mempertemukan pihak yang kelebihan dana (*lender*) dan pihak yang membutuhkan dana (*borrower*). Pasar modal memberikan peranan yang besar bagi perekonomian suatu negara karena dapat menjalankan dua fungsi sekaligus yaitu ekonomi dan keuangan. Sebagai fungsi ekonomi, pasar modal menyediakan fasilitas yang dapat mempertemukan antara pihak yang

kelebihan dana (investor) dan pihak yang memerlukan dana (*issuer*). Bagi pihak yang kelebihan dana (investor) dapat menginvestasikan dana tersebut dengan harapan memperoleh imbalan (*return*) sementara bagi pihak yang memerlukan dana (*issuer*) dapat memanfaatkan dana tersebut untuk kepentingan pembiayaan tanpa harus menunggu tersedianya dana dari operasional perusahaan. Sementara sebagai fungsi keuangan, pasar modal memberikan kemungkinan dan kesempatan bagi pemilik dana untuk memperoleh imbalan (*return*) sesuai dengan karakteristik investasi yang dipilih (Darmadji dan Fakhruddin, 2012).

Sebelum berinvestasi di pasar modal, investor atau calon investor akan mengamati secara detail prospek perusahaan dimasa yang akan datang, salah satunya dengan melihat informasi kinerja keuangan pada emiten yang bersangkutan. Laporan keuangan merupakan salah satu informasi yang dapat dijadikan investor sebagai alat analisis dalam pengambilan keputusan investasi. Laporan arus kas merupakan salah satu komponen laporan keuangan yang melaporkan kas yang diterima atau yang dibayarkan dan perubahannya dari kas yang dihasilkan dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan dari bisnis selama satu periode dalam sebuah format yang menyatakan saldo kas awal dan akhir (Trisnawati, 2013).

Arus kas merupakan bagian penting dalam badan usaha karena tanpa adanya arus kas maka kelangsungan badan usaha akan tersendat-sendat. Data arus kas ini seringkali dijadikan sebagai landasan investor dalam menganalisa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas. Arus kas perusahaan dapat dikelompokkan dalam tiga bentuk yaitu arus kas dari aktivitas operasi, arus kas dari investasi dan arus kas dari aktivitas pendanaan.

Arus kas operasi membantu investor menganalisis sejauh mana efisiensi perusahaan dalam mengelola kasnya, sehingga investor dapat melihat kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividen dari informasi arus kas tersebut (Prastowo, 2011). Arus kas operasi lebih diperhitungkan dari pada arus kas investasi dan arus kas pendanaan dikarenakan arus kas operasi merupakan penghasil utama pendapatan perusahaan, yang digunakan untuk memelihara operasi perusahaan, melunasi pinjaman dan membayar dividen. Arus kas operasi menjadi perhatian penting bagi manajemen perusahaan, karena untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Sehingga aktivitas operasi suatu bisnis harus menghasilkan arus kas yang positif. Arus kas operasi yang positif akan mempengaruhi naiknya harga saham perusahaan. Dengan demikian besarnya kemungkinan investor untuk memperoleh return saham juga akan meningkat.

Selain untuk memperoleh return saham, investor pada umumnya juga memperhatikan kebijakan dividen perusahaan. Kebijakan dividen pada dasarnya adalah penentuan seberapa besarnya porsi keuntungan yang akan diberikan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen merupakan sebuah kebijakan yang menyangkut tentang penggunaan laba yang menjadi hak para pemegang saham. Pada dasarnya laba tersebut bisa dibagi sebagai dividen atau ditahan untuk diinvestasikan kembali (Tamonsangno *et al.*, 2014). Kebijakan dividen dapat mempengaruhi kesempatan investasi perusahaan, struktur finansial, harga saham, arus pendanaan dan posisi likuiditas. Dengan kata lain, kebijakan dividen juga menyediakan informasi mengenai performa (*performance*) perusahaan. Oleh karena itu, masing-masing perusahaan menetapkan kebijakan dividen yang berbeda-beda. Dalam hal ini, perusahaan harus mempertimbangkan antara besarnya laba yang akan ditahan untuk mengembangkan perusahaan dengan besarnya pembayaran dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham. Dividen diberikan setelah mendapatkan persetujuan para pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Penelitian terdahulu mengenai return saham telah banyak dilakukan, diantaranya Sarifudin & Manaf (2016) menunjukkan bahwa variabel arus kas operasi tidak berpengaruh terhadap return saham, Penelitian yang dilakukan Sari (2017) menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap return saham. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryatih (2016) menunjukkan bahwa variabel arus kas operasi berpengaruh secara signifikan terhadap return saham sedangkan penelitian yang dilakukan Fitri (2017) menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap return saham. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Alasan memilih perusahaan manufaktur sebagai obyek penelitian adalah karena perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI terdiri dari berbagai sub sektor industri sehingga dapat mencerminkan reaksi pasar modal secara keseluruhan. Alasan yang lain disebabkan karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki produksi yang berkesinambungan sehingga diperlukan pengelolaan arus kas operasi yang baik sehingga dapat menghasilkan laba yang besar. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar diharapkan mampu memberikan return yang besar pula kepada para pemegang sahamnya, dengan demikian laba yang besar dapat menarik investor untuk menanamkan dananya di dalam perusahaan.

Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa hasil penelitian mengenai arus kas operasi dan kebijakan dividen terhadap return saham menunjukkan masih adanya inkonsistensi. Dengan hasil tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk menguji kembali apakah arus kas operasi berpengaruh terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel intervening. Alasan menjadikan kebijakan dividen sebagai variabel intervening karena, biasanya masing-masing perusahaan akan menerapkan kebijakan dividen yang berbeda, sehingga pembayaran dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham pun berbeda. Pembayaran dividen erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, sementara arus kas operasi merupakan salah satu komponen penghasil utama pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, berdasarkan adanya keterkaitan antara arus kas operasi dengan kebijakan dividen, maka dalam penelitian ini berjudul "Pengaruh Arus Kas Operasi Terhadap Return Saham dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018).

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Return Saham

Return saham merupakan pendapatan yang berhak diperoleh investor karena menginvestasikan dananya (Jariyah, 2017). Konsep return adalah semakin tinggi tingkat return yang diharapkan maka semakin tinggi pula resiko yang akan diterima dan semakin rendah tingkat return yang diharapkan maka semakin rendah juga return yang diterima sehingga dapat dikatakan bahwa return mempunyai hubungan positif terhadap resiko (Sutriani, 2014). Return adalah hasil yang diperoleh dari investasi (Jogiyanto, 2014). Return menjadi salah satu faktor yang menjadi motivasi para investor dalam berinvestasi, karena return merupakan imbalan atas keberanian investor dalam menanggung resiko atau investasi yang dilakukannya (Tandelilin, 2010). Return saham atau yang biasa disebut dengan return merupakan pembayaran yang diterima karena hak kepemilikannya, ditambah dengan perubahan dalam harga pasar yang dibagi dengan harga awal (Horne dan John, 2012).

Menurut Jogiyanto (2014) return saham dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Ri_t = \frac{(Pi_t - Pi_{t-1})}{Pi_{t-1}}$$

Keterangan:

Ri_t = Return Saham

Pi_t = Harga saham i pada periode t

Pi_{t-1} = Harga saham i pada periode t sebelumnya

Arus Kas Operasi

Arus kas dari aktivitas operasi memberikan informasi yang dapat digunakan perusahaan untuk menilai kinerja aktivitas operasional suatu perusahaan. Arus kas dari aktivitas operasi adalah kas yang diperoleh dari aktivitas penghasil utama pendapatan perusahaan, seperti penjualan, penerimaan piutang, membayar utang usaha, pembelian barang dan biaya lainnya (Anwar, 2014). Semakin tinggi arus kas dari aktivitas operasi menunjukkan bahwa perusahaan mampu beroperasi secara *profitable*, karena dari aktivitas operasinya, perusahaan dapat menjalankan bisnisnya dengan baik.

Menurut IAI (2009) arus kas operasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$AKO = KMO - KKO$$

Keterangan :

AKO = Arus kas operasi

KMO = Kas masuk dari kegiatan operasi

KKO = Kas keluar dari kegiatan operasi

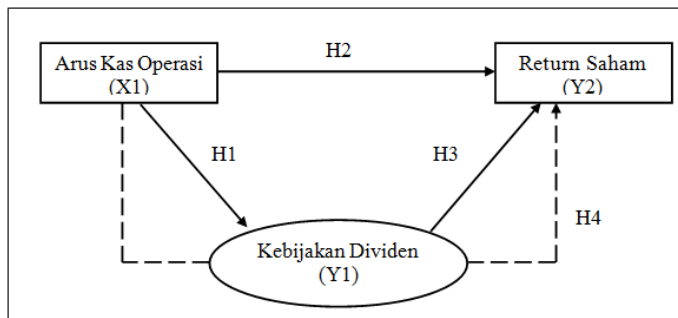
Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan sebuah keputusan yang menentukan apakah laba perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan sebagai laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa mendatang (Sartono, 2014). Dividen pada dasarnya merupakan keuntungan yang diperoleh investor atas investasi modal yang telah dilakukan selama satu atau lebih periode akuntansi. Kebijakan dividen biasanya ditetapkan ketika dewan direksi menggelar Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) dan dalam RUPS tersebut akan diketahui berapa jumlah laba ditahan dalam perusahaan sebagai unsur pembelanjaan intern perusahaan (Nurhayati, 2013).

Kebijakan dividen dalam penelitian ini diukur dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR), menurut Gumanti (2011) DPR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Dividen\ Payout\ Ratio = \frac{Dividen\ Per\ Lembar\ Saham}{Laba\ Per\ Lembar\ Saham}$$

Kerangka konseptual



Pengembangan hipotesis

Jumlah arus kas yang berasal dari aktivitas operasi perusahaan merupakan salah satu indikator yang menentukan apakah kegiatan operasi perusahaan dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk membayar dividen yang telah ditetapkan. Perusahaan yang membayarkan dividen secara tunai harus memiliki ketersediaan kas yang memenuhi. Dalam hal ini, perusahaan yang mampu mengelola kas dengan baik maka akan mempunyai ketersediaan kas untuk membayar dividen. Ini berarti bahwa arus kas operasi berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Semakin besar arus kas operasi yang dihasilkan perusahaan akan berpengaruh terhadap kenaikan dividen perusahaan (Cita dan Waluyo, 2017).

H1: Arus kas operasi berpengaruh terhadap kebijakan dividen

Arus kas operasi adalah aktivitas penghasil utama pendapatan perusahaan, biasanya berasal dari transaksi dan peristiwa lain yang dapat mempengaruhi penetapan laba atau rugi bersih dan merupakan indikator yang menentukan apakah dari aktivitas operasi perusahaan dapat menghasilkan kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar dividen dan melakukan investasi baru tanpa harus mengandalkan pendanaan dari luar perusahaan. Sehingga, dengan adanya peningkatan arus kas operasi akan memberikan signal positif kepada para investor, akibatnya investor akan membeli saham perusahaan tersebut yang pada akhirnya akan meningkatkan return saham (Sachiyudin, 2019).

H2: Arus kas operasi berpengaruh terhadap return saham

Kebijakan dividen merupakan keputusan yang menentukan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dengan bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa mendatang. Pembayaran dividen yang tinggi akan mengurangi kemampuan perusahaan untuk investasi sehingga akan menurunkan tingkat pertumbuhan perusahaan dan selanjutnya akan

menurunkan harga saham. Dari sisi yang lain, pembayaran dividen yang tinggi akan memberikan informasi atau sinyal positif kepada para investor bahwa perusahaan dalam kondisi baik dan mampu membagikan dividennya kepada para pemegang saham perusahaan. Dengan demikian para investor akan menerima return saham yang tinggi atas investasi yang diberikan (Najahiyah, 2018).

H3: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap return saham

Arus kas operasi menunjukkan aliran penerimaan serta pengeluaran kas selama kegiatan operasional perusahaan. Arus kas operasi merupakan aktivitas penghasil utama pendapatan perusahaan, biasanya berasal dari setiap transaksi atau peristiwa lain yang dapat mempengaruhi penetapan laba atau rugi bersih. Dengan adanya arus kas operasi yang positif, perusahaan dapat menyediakan kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan sumber pendanaan dari luar. Selain itu arus kas operasi dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam menganalisis sejauh mana efisiensi perusahaan dalam mengelola kasnya, termasuk dalam hal ini untuk melihat kemampuan perusahaan dalam membayarkan dividen bagi para pemegang sahamnya.

Setiap perusahaan yang mampu membagikan dividen menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi yang baik serta memiliki ketersediaan kas yang memenuhi. Kemampuan perusahaan membagikan dividen sesungguhnya dapat menjadi signal atau informasi yang baik bagi para investor bahwa perusahaan memiliki arus kas yang cukup untuk membiayai kegiatan operasionalnya sehingga perusahaan mampu membayarkan dividen kepada para pemegang sahamnya. Seiring dengan hal tersebut menyebabkan naiknya harga saham perusahaan sehingga dapat mempengaruhi return saham yang akan diterima oleh investor (Yesita et al., 2019).

H4: Arus kas operasi berpengaruh terhadap return saham melalui kebijakan dividen

METODA

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018. Data penelitian ini diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan www.sahamok.com.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018 sejumlah 20 perusahaan. Penarikan sampel berdasarkan *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan yaitu: 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018; 2) Laporan keuangan yang digunakan adalah laporan tahunan (*annual report*) dalam satuan Rupiah; 3) Perusahaan yang secara konsisten membagikan dividen selama periode penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif dari setiap variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Return Saham	80	-.619	.953	.03596	.263059
Arus Kas Operasi	80	-70251	26290000	2790013.78	4978863.763
Kebijakan Dividen	80	6.510	100.000	43.47713	24.749796
Valid N (listwise)	80				

Sumber: Data Sekunder Olahan SPSS, 2020

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.26197399
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.047
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
Model		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.030	.060		.503	.616		
	Arus Kas Operasi	4.934	.000	.093	.798	.427	.941	1.063
	Kebijakan Dividen	.000	.001	-.018	-.151	.880	.941	1.063

a. Dependent Variable: Return Saham

Berdasarkan hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF menunjukkan kurang dari 10. Hasil ini berarti dalam model regresi yang dihasilkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Unstandardized		Standardized	T	Sig.
Model		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.205	.037		5.521	.000
	Arus Kas Operasi	2.566	.000	.008	.067	.946
	Kebijakan Dividen	-2.533	.001	-.004	-.033	.974

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas di dalam setiap model regresi karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.091 ^a	.008	-.018	.265354	1.545

a. Predictors: (Constant), Arus Kas Operasi, Kebijakan Dividen

b. Dependent Variable: Return Saham

Berdasarkan hasil tabel menunjukkan nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,597 dimana nilai tersebut berada diantara -2 dan +2, maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

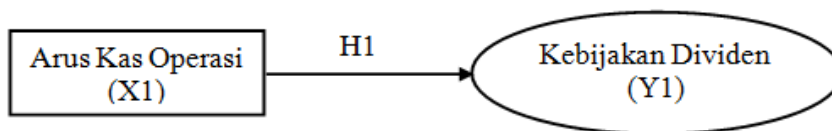
Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah

hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi ini dilakukan melalui 2 tahap yaitu:

Tahap 1 $Y_1 = \beta_1 X_1 + \epsilon$

Dimana:

- Y_1 : Variabel terikat (kebijakan dividen)
- β_1 : Koefisien korelasi kuadrat (arus kas operasi)
- X_1 : Variabel bebas (arus kas operasi)
- ϵ : Error (kebijakan dividen)

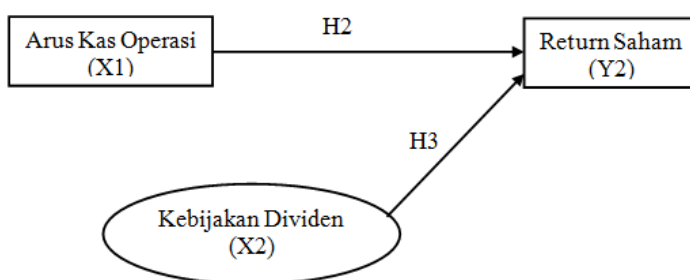


Gambar 1. Model regresi Tahap 1

Tahap 2 $Y_2 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$

Dimana:

- Y_2 : Variabel terikat (return saham)
- β_1, β_2 : Koefisien korelasi kuadrat (arus kas operasi, kebijakan dividen)
- X_1, X_2 : Variabel bebas (arus kas operasi, kebijakan dividen)
- ϵ : Error (return saham)



Gambar 2. Model Regresi Tahap 2

Pengujian Hipotesis (Uji t)

a. Pengujian H1 dengan Persamaan Regresi Linear Berganda Tahap 1

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen

Coefficient ^a						
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.529	.153		36.052	.000
	Arus Kas Operasi	2.869	.000	.769	10.626	.000

Dependent Variable: Kebijakan Dividen

Sumber: Data Sekunder Olahan SPSS, 2020

Hasil pengujian pengaruh arus kas operasi terhadap kebijakan dividen menunjukkan $t_{hitung} = 10,626$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dan $t_{tabel} = 1,665$. Probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen, dengan demikian H1 diterima. Arus kas operasi berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

b. Pengujian H2 dan H3 dengan Persamaan Regresi Linear Berganda Tahap 2

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Arus Kas Operasi dan Kebijakan Dividen Terhadap Return Saham

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.748	.030		-25.082	.000
	Arus Kas Operasi	8.573	.000	.162	4.388	.000
	Kebijakan Dividen	.120	.005	.848	22.922	.000

Dependent Variable: Return Saham

Sumber: Data Sekunder Olahan SPSS, 2020

Hasil pengujian pengaruh arus kas operasi terhadap return saham menunjukkan $t_{hitung} = 4,388$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dan $t_{tabel} = 1,665$. Probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham, dengan demikian H2 diterima. Arus kas operasi berpengaruh terhadap return saham.

Hasil pengujian pengaruh kebijakan dividen terhadap return saham menunjukkan $t_{hitung} = 22,922$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dan $t_{tabel} = 1,665$. Probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa kebijakan dividen

berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham, dengan demikian H3 diterima. Kebijakan dividen berpengaruh terhadap return saham.

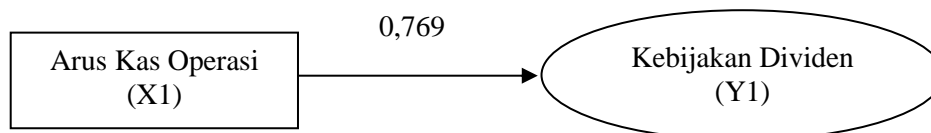
Pengujian H4 dengan Path Analysis

Pengujian pengaruh arus kas operasi terhadap return saham dengan kebijakan dividen sebagai variabel intervening dianalisis menggunakan *Path Analysis*, yaitu dengan menentukan nilai pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Apabila pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung atau variabel mediating.

Tabel 8. Nilai Pengaruh Langsung Tahap 1

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Arus Kas Operasi → Kebijakan Dividen	0,769	0,000	0,769	-	0,769

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tingkat signifikansi variabel arus kas operasi sebesar 0,000 yang menandakan tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf nyata ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa variabel arus kas operasi berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen. Besarnya pengaruh dilihat dari angka standardized coefficient sebesar 0,769 atau 76,9 persen. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh diagram jalur model tahap 1 sebagai berikut:

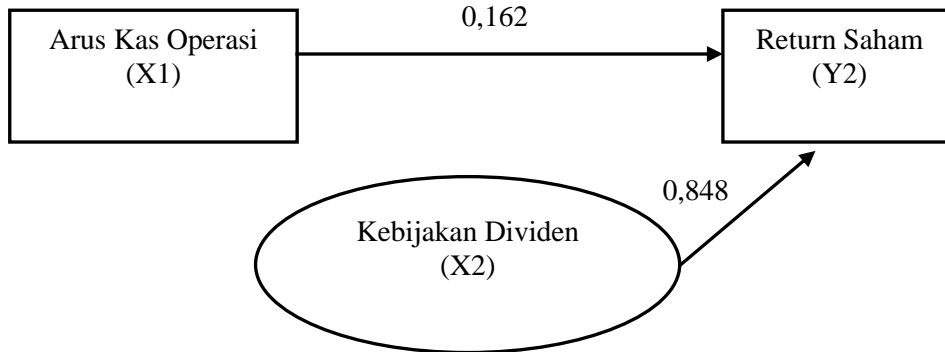


Tabel 9. Nilai Pengaruh Langsung Regresi Tahap 2

Regresi	Beta	Sig	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Arus Kas Operasi → Return Saham	0,162	0,000	0,162	-	0,162
Kebijakan Dividen → Return Saham	0,848	0,000	0,848	-	0,848

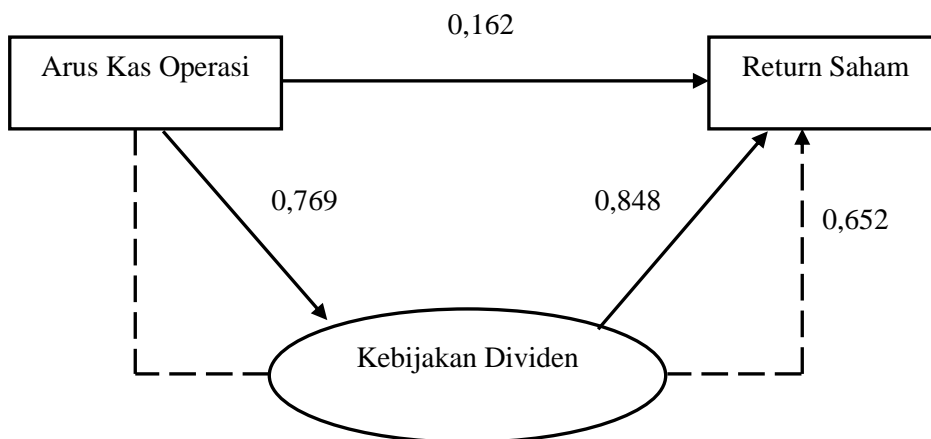
Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi dari variabel arus kas operasi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf nyata ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel arus kas operasi berpengaruh signifikan terhadap return saham. Besarnya pengaruh dilihat dari angka standardized coefficient sebesar 0,162 atau 16,2 persen. Sedangkan nilai signifikansi kebijakan dividen sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf nyata ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel kebijakan dividen berpengaruh terhadap return saham.

Besarnya pengaruh dilihat dari angka standardized coefficient sebesar 0,848 atau 84,8 persen. Dengan demikian diperoleh dari diagram jalur model tahap 2 sebagai berikut:



Tabel 10. Nilai Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Regresi	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect	Kriteria	Kesimpulan
Arus Kas Operasi => Kebijakan Dividen	0,769	-	0,769	-	-
Arus Kas Operasi => Return Saham	0,162	0,769 x 0,848 = 0,652	0,162+0,652 = 0,814	Direct Effect < Indirect Effect	Kebijakan Dividen sebagai variabel intervening
Kebijakan Dividen => Return Saham	0,848	-	0,848	-	-



Gambar 3. Model Regresi dengan Variabel Intervening

Pembahasan

Pengaruh Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan hasilnya menunjukkan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen, dimana pada penelitian ini H1 diterima yang menyatakan bahwa arus kas operasi berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Sehingga dengan hasil tersebut menunjukkan semakin tinggi nilai arus kas operasi akan berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

Arus kas dari aktivitas operasi merupakan indikator yang menentukan apakah kegiatan operasi perusahaan dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar dividen dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan sumber pendanaan dari luar. Sehingga dalam hal ini arus kas operasi dapat dijadikan sebagai alat ukur bagi investor dalam mengukur sejauh mana efisiensi perusahaan dalam mengelola kas yang ada, serta untuk menilai kinerja dan prospek keberlanjutan operasi bisnis perusahaan dimasa mendatang.

Perusahaan yang memiliki kinerja baik dapat diukur salah satunya dengan melihat bagaimana kemampuan operasi perusahaan dalam memperoleh pendapatan serta laba yang diterima. Arus kas operasi merupakan aktivitas penghasil utama pendapatan perusahaan, yang pada umumnya berasal dari setiap transaksi dan operasi bisnis perusahaan. Laba yang dihasilkan akan disalurkan dalam berbagai kepentingan perusahaan, salah satunya untuk menyejahterakan para pemegang sahamnya (dividen). Dengan demikian, arus kas operasi menjadi perhatian penting bagi manajemen karena akan berdampak pada penentuan laba atau rugi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mengelola kasnya dengan baik maka akan mempunyai ketersediaan kas yang cukup untuk memelihara setiap aktivitas perusahaannya serta mampu membayar dividen kepada para pemegang sahamnya.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Noviyanto (2016) dan Purba *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen serta tidak konsisten dengan hasil penelitian Febrina (2016) dan Utari (2018) yang menyatakan bahwa arus kas operasi tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen.

Pengaruh Arus Kas Operasi Terhadap Return Saham

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan hasilnya menunjukkan bahwa arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham. Dimana pada penelitian ini H2 diterima yang menyatakan bahwa arus kas operasi

berpengaruh terhadap return saham. Sehingga dengan hasil tersebut menunjukkan semakin tinggi nilai arus kas operasi akan berpengaruh terhadap return saham.

Arus kas operasi pada dasarnya berisi tentang ringkasan penerimaan atau pengeluaran kas selama aktivitas operasi perusahaan. Arus kas operasi mengukur sejauhmana kemampuan internal operasi perusahaan dalam mengelola kas yang ada untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayarkan dividen dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan sumber pendanaan dari luar. Dengan melihat arus kas operasi perusahaan, investor dapat mengukur seberapa jauh pertanggung jawaban manajemen atas pengelolaan dana yang diberikan kepada mereka untuk menjalankan roda bisnis perusahaan.

Bagi investor, informasi arus kas operasi yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan dinilai mampu mengelola kegiatan operasional bisnisnya dengan baik serta dalam jangka panjangnya memiliki prospek menjanjikan. Sehingga secara tidak langsung perusahaan telah menyampaikan sinyal positif kepada investor berupa informasi yang dapat dijadikan landasan untuk mengambil keputusan investasi. Semakin tinggi arus kas operasi perusahaan maka semakin tinggi pula investor akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat memicu naiknya harga saham perusahaan serta pada akhirnya dapat meningkatkan return saham.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Haryatih (2016) yang menyatakan bahwa arus kas operasi berpengaruh dan signifikan terhadap return saham serta tidak konsisten dengan hasil penelitian Sachiyudin (2019) dan Sarifudin & Manaf (2016) yang menyatakan bahwa arus kas operasi tidak berpengaruh terhadap return saham.

Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Return Saham

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan hasilnya menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham. Dimana pada penelitian ini H3 diterima yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap return saham. Sehingga dengan hasil tersebut menunjukkan semakin tinggi kebijakan dividen akan berpengaruh terhadap return saham.

Dividen pada dasarnya merupakan pembagian proporsi laba usaha perusahaan kepada para pemegang sahamnya. Jika perusahaan memutuskan untuk membagi keuntungan dalam bentuk dividen, maka semua pemegang saham akan mendapatkan pembayaran berdasarkan banyaknya saham yang dimiliki. Untuk memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham, perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan

citranya dengan cara setiap peningkatan laba akan diikuti dengan peningkatan porsi laba yang dibagi sebagai dividen.

Kebijakan dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang mampu membagikan dividennya berarti perusahaan tersebut dalam kondisi yang baik serta menunjukkan prospek keuntungan dimasa mendatang. Melalui pembagian dividen yang rutin perusahaan dapat menunjukkan tentang posisi likuiditasnya, dengan demikian diharapkan kinerja perusahaan dimata investor cukup baik. Besarnya dividen yang dibayarkan perusahaan dapat menjadi informasi seberapa jauh tingkat pertumbuhan laba saat ini dan masa mendatang, sehingga harga saham cenderung akan mengikuti naik turunnya besaran dividen. Seiring meningkatnya pembagian dividen yang dibayarkan maka akan meningkat pula nilai harga sahamnya, dengan demikian investor akan memiliki kepastian penerimaan return saham yang besar.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Yesita *et al.*, (2019) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham dan tidak konsisten dengan penelitian Sari (2017) dan Fitri (2017). Sari (2017) menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap return saham sementara Fitri (2017) menyatakan kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap return saham.

Pengaruh Arus Kas Operasi Terhadap Return Saham Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening

Pada penelitian ini pengaruh tidak langsung arus kas operasi terhadap return saham melalui kebijakan dividen sebesar $(0,769 \times 0,848) = 0,652$ sedangkan pengaruh langsung arus kas operasi terhadap return saham sebesar 0,162 lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsungnya sehingga dari perhitungan tersebut dapat dinyatakan bahwa kebijakan dividen mampu memediasi antara arus kas operasi dengan return saham.

Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya kebijakan dividen yang ditunjukkan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) dapat menjadi penghubung antara arus kas operasi terhadap return saham. Hal ini menunjukkan faktor fundamental arus kas operasi perusahaan pada tingkat pengembalian saham digunakan investor sebagai tolak ukur memperoleh keuntungan yang didapat melalui DPR. Peningkatan nilai arus kas operasi menjadi indikator dalam mengukur kinerja aktivitas operasional perusahaan, semakin tinggi arus kas operasi perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mampu beroperasi dengan baik dan mampu mengelola arus kas nya. Dalam hal ini perusahaan yang mampu

membayarkan dividen berarti perusahaan tersebut memiliki arus kas yang baik atau dengan kata lain memiliki ketersediaan kas yang memenuhi. Peningkatan kebijakan dividen yang diukur melalui DPR dapat mendorong adanya kenaikan harga saham perusahaan. Hal tersebut menunjukkan sejumlah dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham memiliki pengaruh terhadap return saham.

Dengan adanya pembagian dividen kepada para pemegang saham secara berkala setiap tahunnya, maka dapat menimbulkan pandangan positif terhadap perusahaan tersebut di Pasar Bursa. Pandangan positif tersebut timbul karena perusahaan mampu menghasilkan arus kas yang cukup untuk memelihara kemampuan operasinya serta mampu membayarkan dividen kepada para pemegang sahamnya. Dengan demikian pandangan tersebut dapat memicu naiknya permintaan terhadap saham perusahaan dan selanjutnya akan berpengaruh terhadap return saham.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen (*Dividend Payout Ratio*) ditunjukkan dengan nilai t hitung = 10,626 dengan sig. 0,000
2. Variabel arus kas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham ditunjukkan dengan nilai t hitung = 4,388 dengan sig. 0,000
3. Variabel kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham ditunjukkan dengan nilai t hitung = 22,922 dengan sig. 0,000
4. Variabel kebijakan dividen mampu memediasi hubungan antara arus kas operasi terhadap return saham yang ditunjukkan dengan nilai pengaruh tidak langsungnya sebesar 0,652.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini diantaranya:

1. Bagi Investor

Penelitian ini menunjukkan arus kas operasi dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham. Sehingga untuk menilai return saham investor perlu melihat besarnya arus kas operasi dan kebijakan dividen yang ada

didalam perusahaan. Namun, selain mengetahui arus kas operasi dan kebijakan dividen, sebaiknya investor perlu mengetahui analisis eksternal perusahaan seperti: mengetahui kondisi ekonomi, stabilitas politik, serta fluktuasi kurs rupiah terhadap mata uang asing agar dapat mengurangi resiko yang tidak diharapkan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen mampu memediasi hubungan antara arus kas operasi terhadap return saham. Sehingga pembagian dividen oleh manajemen harus didasarkan atas pertimbangan yang seksama dengan memperhatikan sekurang-kurangnya aspek keuangan perusahaan. Dalam hal ini, arus kas operasi perlu untuk dijaga agar tetap sehat serta profitable dan manajemen mampu menimbang dengan baik terkait perlakuan laba yang ditetapkan sebagai dividen atau ditahan dalam rangka pengembangan perusahaan.

3. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Diharapkan untuk meneliti obyek lain, tidak hanya sebatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- b. Menggunakan proksi selain *Dividend Payout Ratio* (DPR) sebagai alat ukur kebijakan dividen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. 2014. Pengaruh Arus Kas Dari Aktivitas Operasi Dan Laba Akuntansi Terhadap Return Saham Perusahaan Industri Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 2(3).
- Darmadji Tjiptono dan Fakhruddin Hendy M. 2012. *Pasar Modal Di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab Edisi 3*. Jakarta : Salemba Empat.
- Dianah, D. 2016. Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Kasus Pada Perusahaan Perdagangan yang terdaftar di Indonesia Stock Exchange). (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Palembang).
- Febrina, R. D. 2016. Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016.
- Fitri, R. 2017. Pengaruh Kebijakan Dividen, Leverage Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 32-37.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gumanti, Tatang Ary. 2013. *Kebijakan Dividen Teori, Empiris, dan Implikasi*. Jakarta: UPP STIM YKPN.
- Haryatih, H. H. 2016. Analisa Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Food and Beverages: Studi Empiris Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 2(2).
- Horne, James C. Van dan John M Wachowicz, Jr. 2012. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13. Jakarta : Salemba Empat.

- Jariyah, A. 2017. Analisa Pengaruh Arus Kas Dan Laba Akuntansi Terhadap Return Saham. In Prosiding SENMAKOMBIS (Seminar Nasional Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis). (Vol. 1, No. 1, pp. 48-60).
- Jogiyanto, Harton . 2014. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Sembilan. Yogyakarta: BPFE.
- Noviyanto, A. 2016. Pengaruh Laba Bersih, Arus Kas Operasi, dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 4(8).
- Nurhayati, M. 2013. Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5(2),144-153.
- Prastowo, Andi. 2011. Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Purba, I. L. P., Suzan, L., & Mahardika, D. P. K. 2017. Pengaruh Laba Bersih, Arus Kas Operasi, Dan Investment Opportunity Set (ios) Terhadap Kebijakan Dividen. *eProceedings of Management*, 4(2).
- Sachiyudin, A. 2019. Analisis Pengaruh Laba Bersih, Arus Kas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018.) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Sari, R. N. 2017. Pengaruh profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap return saham perusahaan manufaktur dengan nilai perusahaan sebagai variabel intervening periode 2010-2014. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 6(1), 88-95.
- Sarifudin, A., & Manaf, S. 2016. Pengaruh Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi, Arus Kas Pendanaan dan Laba Bersih Terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Dharma Ekonomi*, 23(43).
- Sartono, Agus. 2014. Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi, Edisi Empat. Yogyakarta: BPFE.
- Sutriani, A. 2014. Pengaruh profitabilitas, leverage dan likuiditas terhadap return saham dengan nilai tukar sebagai variabel moderasi pada saham LQ-45. *jurnal bisnis dan banking*. volume 4. No. 1 .pp. 67-80.
- Tamonsangno, M., Arochman, M., & Herawati, W. (2014, November). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden (Deviden Payout Ratio) Sebagai Variabel Mediasi. In *Seminar Nasional Riset Inovatif* (Vol. 2).
- Trisnawati, W. 2013. Pengaruh Arus Kas Operasi, Investasi dan Pendanaan serta Laba Bersih terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 1(1), 77-92.
- Yesita Astarina, Laili Dimyati dan Widia Nopita Sari. 2019. Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Industri Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomia*, 9(2), 72-78.

www.idx.co.id

www.sahamok.com

PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT PADA PERUSAHAAN LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2019

Heru Suwasono

Atika Prasetya

STIE St. Pignatelli Surakarta

Abstract

This study aims to test empirically the effect of Corporate Governance and Company Characteristics on Sustainability Report Disclosure. The company's Sustainability Report disclosure uses the indicators GRI (Global Reporting Initiatives)-G4. Corporate Governance is proxied with the Independent Board of Commissioners and the Audit Committee, while Company Characteristics is represented by Company Size and Company Age. The population in this study was all LQ45 companies listed on the IDX from 2016 to 2019. The sample of this study was determined by purposive sampling method so that 39 companies were obtained. The type of data used is secondary data obtained from www.idx.co.id. The analysis method used is multiple regression analysis. Based on the results of multiple regression analysis, the results of this study indicate that: 1) The Independent Commissioner has a positive effect on the disclosure of the Sustainability Report, 2) The Audit Committee has a positive effect on the disclosure of the Sustainability Report, 3) Company size has a positive effect on the disclosure of the Sustainability Report, 4) Age The company has no effect on Sustainability Report disclosure.

Keywords: Sustainability Report, Corporate Governance, Independent Commissioner Board, Audit Committee, Company Characteristics, Company Size, Company Age

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sustainability Report. Pengungkapan Sustainability Report perusahaan menggunakan indikator GRI (Global Reporting Initiatives)-G4. Corporate Governance diproksikan dengan Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit, sedangkan Karakteristik Perusahaan diproksikan dengan Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2019. Adapun sampel penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling sehingga diperoleh 39 perusahaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dewan Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan Sustainability Report, Komite Audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan Sustainability Report, Umur Perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan Sustainability Report.

Kata Kunci: Sustainability Report, Corporate Governance, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan

PENDAHULUAN

Keberadaan perusahaan sangat berperan penting dalam memajukan perekonomian masyarakat, daerah dan negara. Dalam menjalankan usahanya suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban yang bersifat ekonomis namun mempunyai kewajiban yang bersifat etis. Dalam pemenuhan etika dalam berbisnis, perusahaan tidak hanya menjadikan profit sebagai tujuan utama perusahaan melainkan pemberdayaan masyarakat juga harus menjadi tujuan utama perusahaan sehingga dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Hermawati, 2011).

Pada era ini, tanggung jawab sosial semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru terhadap perusahaan tentang pentingnya melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) (Daniri, 2008). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sendiri dapat diartikan bahwa sebuah perusahaan harus bertanggung jawab untuk setiap tindakannya yang mempengaruhi orang-orang, masyarakat, dan lingkungan.

Seiring dengan adanya perkembangan CSR, perusahaan mulai menyadari untuk mengungkapkan sebuah laporan yang tidak hanya berpijak pada single bottom line, yaitu kondisi keuangan perusahaan saja tetapi berpijak pada triple bottom line, yaitu selain informasi keuangan juga menyediakan informasi sosial dan lingkungan, yang kemudian disebut sustainability report. Secara definisi, sustainability report adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal (www.globalreporting.org).

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Sustainability Report

Sustainability Report adalah praktek pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. (*Global Reporting Initiative* (GRI) (dalam *G3 Guidelines*)) Sebuah laporan keberlanjutan harus menyediakan gambaran yang berimbang dan masuk akal dari kinerja keberlanjutan sebuah organisasi- baik kontribusi yang positif maupun negatif.

Corporate Governance

Corporate Governance adalah rangkaian proses terstruktur yang digunakan untuk mengelola serta mengarahkan atau memimpin bisnis dan usaha-usaha korporasi dengan tujuan untuk meningkatkan nilai-nilai perusahaan serta kontinuitas usaha. Indikator *corporate governance* dalam penelitian ini menggunakan Dewan Komisaris Independen dan Komite Audit:

a. Dewan Komisaris Independen

Dewan Komisaris Independen bertujuan untuk menyeimbangkan pengambilan keputusan dewan komisaris. Proporsi dewan komisaris harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak secara independen. Jumlah Komisaris Independen dalam perusahaan menurut Ketentuan Umum Pencatatan Efek yaitu minimum 30 % dari jumlah seluruh anggota komisaris independen

b. Komite Audit

Komite Audit adalah suatu badan yang berada dibawah Komisaris yang sekurang-kurangnya minimal satu orang anggota Komisaris, dan dua orang ahli yang bukan merupakan pegawai BUMN yang bersangkutan yang bersifat mandiri baik dalam pelaksanaan tugasnya maupun pelaporannya dan bertanggung jawab langsung kepada Komisaris atau Dewan Pengawas.

Karakteristik Perusahaan

Karakteristik perusahaan merupakan salah satu pendorong sebuah perusahaan mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan tahunan. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik (Sembiring, 2005).

Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* diproksikan ke dalam ukuran perusahaan (*size*) dan umur perusahaan :

a. Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva (Jogiyanto (2013:282))

Dalam penelitian ini total asset digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan karena secara umum masyarakat melihat besar kecilnya perusahaan dilihat berdasarkan total asset yang dimiliki perusahaan.

b. Umur Perusahaan

Umur perusahaan menunjukkan seberapa lama perusahaan dapat bertahan dan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha. (Ulum, 2009: 173). Dalam penelitian ini Umur perusahaan diukur dari sejak tahun berdirinya perusahaan tersebut hingga saat perusahaan mencatatkan sahamnya di lantai bursa (*company listing*).

Pengembangan hipotesis (Kerangka konseptual)

Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Komisaris independen merupakan pihak yang tidak mempunyai hubungan bisnis dan kekeluargaan dengan pemegang saham pengendali, anggota direksi dan dewan komisaris, serta dengan perusahaan itu sendiri (KNKG, 2006). Dewan komisaris independen bertanggung jawab untuk menentukan apakah manajemen memenuhi tanggung jawab mereka dalam mengembangkan dan menyelenggarakan pengendalian intern (Mulyadi, 2002). Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Marsono (2013) dan Suryono dan Prastiwi (2011) menunjukkan dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report* Berdasarkan analisis di atas, maka peneliti membuat hipotesis :

Hipotesis 1: Dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Komite audit berfungsi untuk mengontrol perusahaan, sehingga perusahaan dapat melakukan *sustainability report* dengan baik. Karena itu komite audit berpengaruh positif terhadap *sustainability report*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Marsono (2013) dan Ria Aniktia dan Muhammad Khafid (2015) menyatakan bahwa Komite Audit berpengaruh positif signifikan

terhadap pengungkapan *Sustainability Report*. Berdasarkan analisis di atas, maka peneliti membuat hipotesis :

Hipotesis 2: Komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Perusahaan memiliki fungsi untuk menyelesaikan perselisihan atau konflik kepentingan antara principal dan agen. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui laporan keuangan, maka perusahaan dapat terhindar dari konflik tersebut. Semakin besar suatu perusahaan akan semakin disorot oleh para *stakeholder*. Dalam kondisi demikian perusahaan membutuhkan upaya yang lebih besar untuk memperoleh legitimasi *stakeholder* dalam rangka menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu semakin besar perusahaan akan semakin berkepentingan untuk mengungkap informasi yang lebih luas (Suryono dan Prastiwi, 2011). Hasil ini didukung dengan penelitian Aziz (2014) Luthfia (2012), serta Kamil dan Herusetya (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan analisis di atas, maka peneliti membuat hipotesis :

Hipotesis 3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*

Pengaruh Umur Perusahaan Independen terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam publikasi laporan keuangan. Perusahaan yang memiliki pengalaman lebih banyak akan lebih mengetahui kebutuhan konstituennya akan informasi tentang perusahaan. Informasi tanggung jawab sosial ini sebagai legitimasi perusahaan kepada masyarakat agar mendapatkan nilai tambah di mata masyarakat. Menurut Utomo (2000) semakin panjang umur perusahaan maka semakin banyak informasi yang dihasilkan sehingga perusahaan cenderung mengungkapkan informasi CSR yang lebih banyak. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2013) dan Dewi (2010) yang menunjukkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Berdasarkan analisis di atas, maka peneliti membuat hipotesis :

Hipotesis 4: Umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*.

METODA

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya (Sugiyono, 2016: 11).

Menurut Sugiyono (2016:19) menyatakan bahwa penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate governance dan karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan sustainability report.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data Annual Report perusahaan LQ45 tahun 2016-2019 dari website www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019 yang diketahui terdapat 45 perusahaan.

Sampel

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel tertentu secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Adapun kriteria-kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

- a) Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan LQ45 tahun 2016-2019.
- b) Perusahaan LQ45 yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual Report*) secara lengkap 2016-2019.
- c) Perusahaan LQ45 yang menerbitkan *Sustainability Report* tahun 2016-2019.
- d) Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan LQ45 tahun 2016-2019 secara berturut-turut (tidak keluar masuk selama periode penelitian).

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sample Perusahaan

NO.	KRITERIA	TIDAK SESUAI KRITERIA	SESUAI KRITERIA
1	Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan LQ45 tahun 2016-2019.	-	45
2	Perusahaan LQ45 yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (annual report) secara lengkap tahun 2016 – 2019.	-	45
3	Perusahaan LQ45 yang menerbitkan Sustainability Report tahun 2016-2019.	-	45
4	Perusahaan yang masuk dalam kategori perusahaan LQ45 tahun 2016-2019 secara berturut-turut (tidak keluar masuk selama periode penelitian).	(6)	39
5	Jumlah sampel		39

Sumber : Data Diolah, 2020

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan statistik deskriptif dari masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Deskriptif Data Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Dewan Komisaris Independen	156	.10	1.00	.4637	.15920
Komite Audit	156	3	5	3.50	.696
Size	156	29.62	33.03	31.2296	.71974
Umur Perusahaan	156	4	37	19.73	7.266
sustainability report	156	.16	.67	.4536	.14122
Valid N (listwise)	156				

Sumber: Data diolah (2020)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh suatu variabel bebas, yaitu dewan komisaris independen, komite audit, ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap variabel terikat atau dependen yaitu pengungkapan sustainability report secara parsial.

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)

	Model	Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients				
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	602	.512		1.175	.122
	Dewan Komisaris Independen	.043	.071	.049	2.606	.025
	Komite Audit	.005	.016	.024	2.307	.010
	Size	.035	.016	.178	2.183	.031
	Umur Perusahaan	-.002	.002	-.087	-1.057	.292

a. Dependent Variable: Sustainability Report

Sumber: Data diolah (2020)

Pembahasan

Pengaruh Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan t hitung sebesar 2,606 > 1,654 dengan nilai sig. = 0,025 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dewan komisaris independen secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report sehingga H₁ diterima. Hal tersebut berarti apabila jumlah komisaris independen semakin besar atau dominan hal ini dapat memberikan power kepada dewan komisaris untuk menekan manajemen dalam meningkatkan kualitas pengungkapan perusahaan. Peningkatan kualitas pengungkapan dilakukan oleh pihak manajemen dengan cara mengungkapkan laporan tambahan seperti sustainability report. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Yesika (2013) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh terhadap luas pengungkapan sustainability report.

Pengaruh Komite Audit terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan t hitung sebesar 2,307 > 1,654 dengan nilai sig. = 0,010 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa komite audit secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report sehingga H₂ diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report. Keberadaan komite audit ini merupakan upaya monitoring dan meminimumkan informasi asimetri di antara pihak manajemen dan para pemangku kepentingan lainnya. Perkembangan tuntutan para pemangku kepentingan menjadikan peran komite audit dibutuhkan untuk menjamin keandalan semua informasi atas perusahaan yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, komite

audit dibentuk dewan komisaris untuk melakukan komunikasi formal antara dewan komisaris, manajemen, auditor eksternal, dan auditor internal. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Aniktia dan Khafid (2015) dan Suryono dan Prastiwi (2011) yang menyatakan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan t hitung sebesar $2,183 > 1,654$ dengan nilai sig. = $0,031 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap pengungkapan sustainability report sehingga H_3 diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan sustainability report. Ukuran (size) perusahaan yang besar diasumsikan mempunyai total asset yang cukup besar sehingga dengan kondisi asset tersebut perusahaan dapat mengungkapkan lebih banyak informasi dan dapat meningkatkan laba perusahaan. Semakin besar ukuran (size) perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Adistira (2012) dan Idah (2013) yang menyatakan ukuran perusahaan berperan positif terhadap pengungkapan sustainability report

Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan t hitung sebesar $-1,057 < 1,654$ dengan nilai sig. = $0,292 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan sustainability report sehingga H_1 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap pengungkapan sustainability report. Berdasarkan data yang diperoleh, diketahui rata-rata umur perusahaan LQ45 di BEI berdiri selama 19 tahun dan termasuk dalam kriteria sedang. Beberapa perusahaan dengan umur yang lama ada yang memiliki indeks pengungkapan yang besar maupun kecil. Dengan demikian, tidak adanya pengaruh umur perusahaan antara perusahaan yang berumur muda dan perusahaan yang berumur tua yang memiliki pengalaman lebih banyak dalam publikasi laporan keuangan.

Dari Sample Penelitian di atas dapat diketahui bahwa perusahaan termuda yaitu perusahaan WSKT yang berumur 4 tahun dengan perusahaan tertua UNVR yang berumur

37 tahun. Perusahaan tidak dinilai dengan umur perusahaan tetapi bagaimana kinerja perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) serta Santioso dan Chandra (2012) bahwa umur perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan sustainability report

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Variabel dewan komisaris independen berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hasil Penelitian sesuai dengan Yesika (2013) yang menyatakan bahwa dewan komisaris independen berpengaruh terhadap luas pengungkapan *sustainability report*.
2. Variabel komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Suryono dan Prastiwi (2011) dan Aniktia dan Khafid (2015) yang menyatakan komite audit berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*
3. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Adistira (2012) dan Idah (2013) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan sustainability report
4. Variabel umur perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) serta Santioso dan Chandra (2012) yang menyatakan umur perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *sustainability report*

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno dan Ardana, I Cenik. 2014. Etika Bisnis dan Profesi. Jakarta: Salemba Empat.
- Azi z, Abdul. 2014. "Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Kualitas Pengungkapan Sustainability Report." *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura*, Vol. 3, No. 2, Desember 2014 Hal. 65-84.
- Chariri, A. dan Ghozali, Imam. 2007. Teori Akuntansi. Semarang : Badan. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Daniri. 2008. "Standardisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Daniri, Mas Achmad. 2014. "Lead by GCG". Jakarta: Gagasan Bisnis.

- Dilling. 2009. Sustainability Reporting In A Global Context: What Are The Characteristics Of Corporatons That Provide High Quality Sustainability Reports- An Empirical Analysis. dalam International Business & Economics Research Journal. Vol.9, No.1. New York Institute of Technology. Canada.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone: Oxford.
- GRI. (2010). "Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiative, London". <http://www.globalreporting.org>.
- Heemskerck, B., Pistorio, P. & Scicluna, M. (2002, December). Sustainable Development Reporting Striking the Balance. World Business Council for Sustainable Development, 1-61.
- Idah. 2013. Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. Jurnal Universitas Negeri Semarang.
- Hermawati, Angra. 2011. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Struktur Kepemilikan sebagai Variabel Pemoderasi". Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Gunadarma 2011.3.1124.1534. pgs 1-14.
- Khafid, Muhammad. 2012. Kontribusi Karakteristik Perusahaan dan Corporate Governance terhadap Publikasi Sustainability Report. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Volume 19, Nomor 3, September 2015 : 340 – 359.
- Komite Nasional Kebijakan Governance. 2006. "Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia". <http://www.governanceindonesia.or.id>.
- Lawrence, T., Anne, Weber. James & E.P James. (2006). *Business and society*. 11th edition. McGraw Hill.
- Luthfia, Khaula. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Corporate Governance terhadap Publikasi Sustainability Report. Skripsi.

PENGARUH KUALITAS SISTEM DAN INFORMASI DALAM PENDIDIKAN AKUNTANSI

Aditya Pradina Hermawan⁵⁰

Aprina Nugrahesthy Sulistya Hapsari

Program Studi Akuntansi Universitas Kristen Satya Wacana

Abstract

This research aims to examine the effect of system quality, information quality, user satisfaction, and the net benefits of using information systems in accounting learning. Data in this research were obtained by distributing questionnaires with a sample of 70 students Accounting Study Program. This research is a descriptive quantitative study and uses multiple linear regression analysis. The results showed that system quality and information quality had a positive effect on user satisfaction, and information quality and user satisfaction had a positive effect on net benefits, but system quality did not affect net benefits. The results of this study can be used as consideration in making improvements related to the implementation and use of the f-learn in accounting learning and education.

Keywords: *e-learning, accounting education, system quality, information quality, net benefits.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kepuasan pengguna serta manfaat bersih dari penggunaan sistem informasi pada pembelajaran akuntansi. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan sampel mahasiswa Program Studi Akuntansi sebanyak 70 responden. Penelitian ini merupakan penelitian dengan kuantitatif deskriptif dan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, serta kualitas informasi dan kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap manfaat bersih, namun kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap manfaat bersih. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan terkait dengan penerapan dan penggunaan f-learn pada pembelajaran dan pendidikan akuntansi.

Kata kunci: *e-learning, pendidikan akuntansi, kualitas sistem, kualitas informasi, manfaat bersih.*

PENDAHULUAN

Berbagai isu mengenai kasus pendidikan sedang menjadi topik hangat di media massa hingga saat ini, salah satunya yaitu mengenai kualitas pendidikan yang ada di Indonesia. Menurut hasil survei Programme for International Student Assessment (PISA) pada tahun 2018 menempatkan Indonesia pada posisi 74 dari 79 negara terkait dengan kualitas pendidikan (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018). Hal tersebut pun menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dan institusi sektor pendidikan di

⁵⁰232017054@student.uksw.edu

Indonesia untuk memperbaiki kualitas pembelajaran pada pendidikan yang ada. Perbaikan kualitas pembelajaran pada pendidikan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Selain itu, pada awal tahun 2020 telah terjadi kasus pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang melanda hampir di segala penjuru dunia termasuk Indonesia. Kasus pandemi ini diperkirakan mulai masuk dan menyebar di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 yaitu dengan adanya kasus dua pasien positif COVID-19 yang dikonfirmasi langsung oleh pemerintah (Pranita, 2020). Masuknya COVID-19 ke Indonesia menyebabkan kelumpuhan pada berbagai jenis sektor yang ada seperti ekonomi, perdagangan, pariwisata, transportasi, hingga sektor pendidikan. Pada sektor pendidikan, pemerintah bertindak cepat untuk mencegah persebaran COVID-19 yaitu melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (KEMENDIKBUD) dengan mengeluarkan surat edaran yang berisi kebijakan jika kegiatan belajar mengajar melalui tatap muka secara langsung akan ditiadakan dan digantikan dengan pembelajaran online atau pembelajaran melalui daring (Fithra, 2020). Berdasarkan surat edaran tersebut, institusi dan lembaga pendidikan di Indonesia mulai melakukan proses kegiatan belajar mengajar secara online dan menggunakan sistem informasi sebagai media untuk melakukan kegiatan pembelajaran. Berbagai macam sistem informasi yang dapat digunakan dalam kegiatan belajar mengajar yaitu seperti zoom, whatsapp, skype, google meet, google classroom, e-mail, blogs, web based dan berbagai macam sistem informasi lainnya.

Sistem informasi yang memiliki kualitas sistem dan informasi yang memadai serta memberikan manfaat tentunya akan lebih diminati untuk digunakan terlebih lagi dalam penggunaannya untuk proses kegiatan belajar mengajar. Beberapa penelitian mengenai penggunaan sistem informasi seperti Chopra, Madan, Jaisingh, dan Bhaskar (2019) serta Jaiyeoba dan Iloanya (2019) pada penggunaan sistem informasi di e-learning yang menunjukkan jika kualitas sistem dan kualitas informasi yang dihasilkan dari sistem informasi e-learning berkontribusi terhadap penggunaan dari sistem informasi tersebut, sehingga semakin bermanfaat dan mudah untuk dioperasikan sistem informasi tersebut maka akan semakin diminati untuk digunakan oleh user. Hasil serupa dari Rui-Hsin dan Lin (2018) juga menyatakan jika penggunaan sistem informasi pada pendidikan dan pelatihan di kepolisian menunjukkan jika sistem informasi akan lebih diminati jika dirasa mampu memberikan manfaat dan mudah untuk digunakan. Andoh (2018), Bakhsh, Mahmood, dan Sangi (2017) juga menyatakan jika kemudahan penggunaan dan kebermanfaatannya pada

sistem informasi pada mobile learning menjadi faktor penentu seseorang menggunakan sistem informasi tersebut.

Penggunaan sistem informasi sebagai media untuk pembelajaran telah banyak diterapkan di berbagai macam bidang studi, tak terkecuali pada pendidikan akuntansi. Pada pendidikan akuntansi hingga saat ini juga telah menggunakan sistem informasi sebagai media untuk berinteraksi dan memberikan pelajaran. Penerapan sistem informasi pada bidang akuntansi khususnya dalam pendidikan akuntansi tentunya juga harus didukung dengan kualitas sistem dan informasi yang baik. Beberapa penelitian mengenai pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi di bidang akuntansi telah banyak dilakukan seperti Buana dan Wirawati (2018) menyatakan jika kualitas sistem dan kualitas informasi yang ada pada sistem informasi PDAM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan penggunaan sistem informasi. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Rukmiyati dan Budiarta (2016) jika kualitas sistem dan kualitas informasi pada software akuntansi yang diterapkan di hotel berbintang menunjukkan jika kedua faktor tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan dan penggunaan dari sistem informasi. Krisdiantoro, Subekti, dan Prihatiningtias (2018) juga menyatakan jika kualitas sistem dan kualitas informasi yang dihasilkan berpengaruh terhadap penggunaan sistem informasi pada sistem pengadaan barang langsung (SIMPeL).

Penggunaan sistem informasi pada bidang akuntansi yang memiliki kualitas sistem dan kualitas informasi yang memadai tentunya akan lebih digemari untuk digunakan karena selain dapat memberikan manfaat bagi penggunanya, juga mudah untuk digunakan. Pada pendidikan akuntansi, kualitas sistem dan informasi yang baik akan semakin mendukung kegunaan dari sistem informasi tersebut sebagai media untuk pembelajaran khususnya untuk pendidikan akuntansi sehingga mudah untuk dioperasikan dan dapat memberikan output berupa informasi yang berkualitas. Informasi yang berkualitas merupakan informasi yang tepat waktu, akurat serta relevan sehingga informasi yang diterima tersebut mampu membantu dalam proses pengambilan keputusan serta dapat memberikan manfaat bagi penggunanya sehingga dapat menjadi media pembelajaran yang efektif khususnya pada pendidikan akuntansi. Selain itu, melalui penggunaan sistem informasi yang berkualitas pada pendidikan akuntansi tentunya akan mendukung pembelajaran akuntansi yang semakin baik sehingga nantinya akan menghasilkan lulusan yang berkualitas.

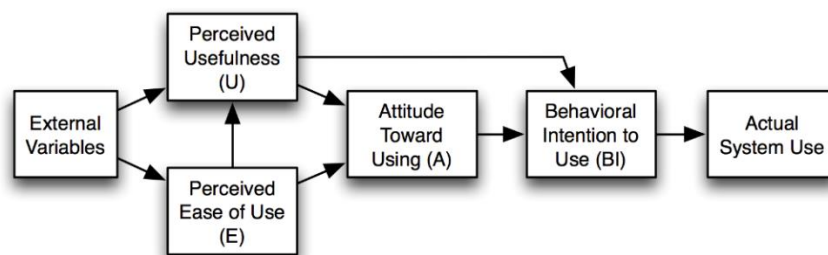
Sama halnya dengan penelitian sebelumnya, penerapan sistem informasi pada bidang akuntansi khususnya pada pendidikan akuntansi juga dapat dirancang sedemikian rupa yaitu memiliki kualitas sistem dan informasi yang memadai sehingga dapat efektif ketika digunakan, memberikan manfaat serta mudah untuk dioperasikan. Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, kepuasan pengguna dan manfaat bersih dari penggunaan sistem informasi pendidikan akuntansi terlebih lagi dilakukan pada saat terjadinya kasus pandemi COVID-19 yang menyebabkan seluruh kegiatan pembelajaran akuntansi dilakukan secara online. Objek penelitian ini yaitu portal Flexible Learning (f-learn) yang digunakan sebagai salah satu media untuk pembelajaran akuntansi oleh Program Studi (Prodi) Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) di Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW). F-learn merupakan sebuah portal pembelajaran elektronik yang dimiliki oleh UKSW dan digunakan sebagai salah satu media dalam kegiatan pembelajaran di UKSW. Program studi akuntansi FEB UKSW dipilih sebagai objek penelitian karena telah menerapkan sistem informasi sebagai salah satu sarana pembelajaran online serta semua modul mengenai pembelajaran akuntansi telah tersedia dan dapat di akses melalui portal f-learn. Selain itu, Prodi Akuntansi FEB UKSW dipilih karena pada visi dari fakultas yaitu menjadi fakultas yang terkemuka di kawasan ASEAN pada tahun 2022 sehingga seharusnya pendidikan di FEB khususnya pada Prodi Akuntansi telah menggunakan sistem informasi yang berkualitas dalam melakukan kegiatan pembelajaran. Alasan lain dipilihnya Prodi Akuntansi FEB UKSW karena merupakan salah satu institusi pendidikan yang juga terdampak karena adanya COVID-19 sehingga seluruh kegiatan pembelajaran khususnya di bidang akuntansi dilakukan secara online atau menggunakan media daring salah satunya melalui penggunaan portal f-learn.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, pertama bagi civitas akademika diharapkan dapat memberikan kontribusi yaitu informasi mengenai efektivitas penggunaan sistem informasi khususnya dalam pendidikan akuntansi. Kedua, bagi akademisi diharapkan dapat menambah literatur mengenai penggunaan sistem informasi di bidang akuntansi khususnya pada pendidikan akuntansi, sedangkan bagi objek penelitian yaitu Prodi Akuntansi FEB UKSW dapat digunakan menjadi bahan pertimbangan untuk mengevaluasi dari penggunaan portal f-learn sebagai media yang digunakan untuk pembelajaran akuntansi mampu memberikan dampak yang positif atau tidak.

TELAAH PUSTAKA

Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori yang dikembangkan untuk menjelaskan mengenai faktor yang mempengaruhi penerimaan (acceptance) dan penggunaan sistem informasi oleh seseorang (Davis, 1989). Teori TAM menyatakan jika penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh dua faktor penting yaitu kebermanfaatan (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dari sistem informasi. Kedua faktor tersebut akan menjadi dasar terhadap sikap penggunaan sistem informasi (attitude toward using) yang selanjutnya akan menentukan niat perilaku terhadap penggunaan sistem informasi (behavioral intention to use) dan pada akhirnya akan menentukan perilaku penggunaan sistem informasi yang sebenarnya (actual system use). Teori TAM juga menjelaskan jika terdapat pengaruh dari variabel eksternal yang akan berpengaruh terhadap penggunaan sistem informasi seperti kepercayaan, sosialisasi, pelatihan, pengembangan, keamanan dan lain sebagainya. Variabel eksternal tersebut akan dimediasi oleh perceived of usefulness dan perceived ease of use.



Sumber: Davis (1989)

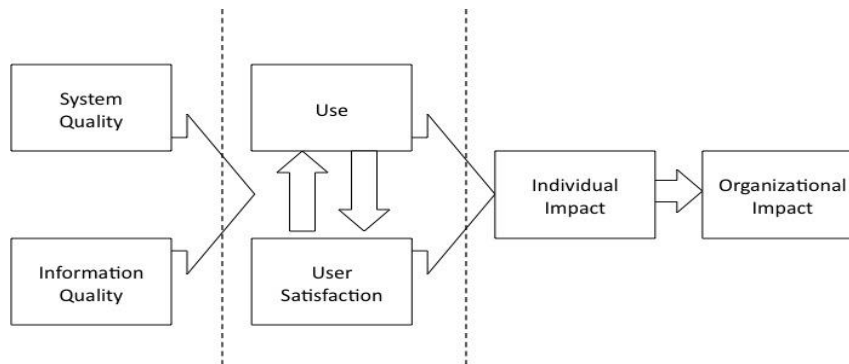
Gambar 1. Teori Technology Acceptance Model

Kebermanfaatan (perceived usefulness) merupakan manfaat yang didapat ketika menggunakan sistem informasi seperti membantu dalam meningkatkan kinerja dan membantu dalam mencapai tujuan. Sementara itu, kemudahan penggunaan (perceived ease of use) merupakan sistem informasi yang diterapkan mudah untuk dipahami dan digunakan. Venkatesh dan Davis (2000) menyatakan jika teori ini dianggap paling baik untuk digunakan menjelaskan perilaku user terhadap penggunaan sistem informasi. Hingga saat ini telah banyak penelitian yang menggunakan teori TAM seperti Rukmiyati dan Budiarta (2016) dan Sayekti dan Putarta (2016) yang menerapkan teori TAM pada software akuntansi. Penelitian ini menggunakan teori TAM karena dapat digunakan untuk

mengidentifikasi dan menjelaskan mengenai kemudahan dan kebermanfaatan dari penggunaan sistem informasi f-learn sebagai salah satu media pembelajaran dan pendidikan akuntansi di FEB UKSW.

DeLone & McLean IS Success Model

Merupakan sebuah model kesuksesan sistem informasi dari DeLone dan McLean (1992) yang digunakan untuk mengukur keberhasilan dari penerapan suatu sistem informasi. Pada model ini terdapat beberapa komponen yang digunakan sebagai pengukur kesuksesan suatu sistem informasi yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, kepuasan pengguna, penggunaan, dampak individual dan dampak organisasional.



Sumber: DeLone dan McLean (1992)

Gambar 2. Model Kesuksesan Sistem Informasi

Pada model ini, kualitas sistem (system quality) dan kualitas informasi (information quality) menjadi dua faktor penting yang mempengaruhi penggunaan (use) dan kepuasan pengguna (user satisfaction) dari penggunaan sistem informasi. Penggunaan (use) sistem informasi dapat mempengaruhi kepuasan pengguna (user satisfaction) baik secara positif ataupun negatif. Penggunaan (use) dan kepuasan pengguna (user satisfaction) akan berpengaruh terhadap dampak individual (individual impact) dan selanjutnya akan berpengaruh terhadap dampak organisasional (organizational impact).

Kualitas sistem (system quality) merupakan karakteristik dari sistem informasi yang digunakan seperti kemudahan penggunaan, kemudahan mempelajari, kemudahan akses, dan lain sebagainya. Sedangkan, kualitas informasi (information quality) merupakan karakteristik dari output atau informasi yang dihasilkan seperti tepat waktu, jelas, konsisten, relevan, dan lain sebagainya. Banyak penelitian yang telah menggunakan model kesuksesan sistem informasi ini seperti Krisdiantoro et al. (2018), Buana dan Wirawati (2018) dan Widodo, Handayani, dan Saifi (2013) yang menerapkan model ini pada

penelitian sistem informasi akuntansi dan manajemen. Penelitian ini menggunakan model kesuksesan sistem informasi dari DeLone dan McLean (1992) karena dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai kualitas sistem informasi dan kualitas informasi dari penggunaan f-learn yang digunakan sebagai salah satu media pembelajaran online di bidang akuntansi.

Pendidikan Akuntansi

Menurut Effendi (2013) akuntansi adalah sebuah proses mengidentifikasi, mengukur, mencatat, menggolongkan dan mengikhtisarkan serta melaporkan informasi keuangan dengan menggunakan ukuran moneter yang ditujukan untuk para stakeholder dalam pengambilan keputusan. Sedangkan menurut Kieso, E, Weygandt, dan Warfield (2016) akuntansi merupakan kegiatan mengidentifikasi, mencatat dan mengkomunikasikan peristiwa ekonomi pada suatu perusahaan atau organisasi kepada pihak yang memiliki kepentingan. Menurut Kartikahadi (2016) akuntansi merupakan sistem informasi keuangan yang memiliki tujuan untuk menghasilkan dan memberikan laporan yang relevan kepada pihak yang memiliki kepentingan. Sedangkan akuntansi menurut Warren (2014) merupakan sistem informasi yang menyajikan laporan untuk para stakeholder mengenai kondisi perusahaan dan aktivitas ekonominya. Dalam dunia pendidikan, akuntansi merupakan salah satu mata pelajaran yang juga diajarkan seperti di tingkat Sekolah Menengah Atas atau Kejurusan (SMA/SMK) ataupun di tingkat perguruan tinggi. Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini kegiatan pembelajaran dan pendidikan akuntansi dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media salah satunya dengan menggunakan sistem informasi.

Pengembangan hipotesis

Kualitas sistem mencakup tingkat kecepatan akses sistem, tingkat kecepatan waktu respon, dan tingkat kecepatan pengiriman dokumen (DeLone & McLean, 1992). Penggunaan sistem informasi dapat dikatakan bermanfaat jika mampu membantu dan dapat memberikan dampak yang positif bagi penggunaannya antara lain seperti kemudahan pengoperasian, membantu dalam memenuhi kebutuhan, membantu dalam menyelesaikan pekerjaan dan lain sebagainya. Mengenai hubungan antara kualitas sistem dengan manfaat bersih adalah semakin mudah dan cepat suatu sistem maka akan semakin berguna dan bermanfaat untuk digunakan dalam membantu menyelesaikan pekerjaan. Krisdiantoro et al. (2018) memperoleh hasil jika kualitas sistem akan berpengaruh terhadap manfaat

bersih, sistem informasi yang memiliki kualitas sistem dan kualitas data yang baik akan memberikan keuntungan bersih terhadap para stakeholder.

H1: Kualitas Sistem berpengaruh positif terhadap manfaat bersih

Efektivitas merupakan suatu keberhasilan yang diperoleh dari penggunaan sistem informasi. Keberhasilan penerapan suatu sistem informasi antara lain dapat diukur melalui kualitas sistem, manfaat sistem dan tingkat kepuasan pengguna. Kepuasan merupakan evaluasi keseluruhan dari pengalaman dalam menggunakan sistem informasi dan memiliki dampak potensial dari penggunaan sistem informasi tersebut (Dekeng & Rahmawati, 2015). Kepuasan user dalam menggunakan sistem informasi merupakan tingkat kepuasan terhadap sistem informasi yang digunakan dan output yang dihasilkan dari sistem informasi tersebut (Saleh & Darwanis, 2012). Semakin baik kualitas sistem informasi tentunya akan memiliki dampak yang besar terhadap manfaat yang diperoleh user dalam menggunakan sistem informasi sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dari penggunaan sistem tersebut. Penelitian yang telah dilakukan oleh Buana dan Wirawati (2018) dan Rukmiyati dan Budiarta (2016) juga menunjukkan jika kualitas sistem informasi berpengaruh terhadap kepuasan user.

H2: Kualitas Sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Kualitas informasi merupakan sebuah ukuran dari informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi dapat bermanfaat dan membantu penggunaannya dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Kualitas informasi yang dimaksud yaitu kualitas dari keluaran atau output yang dihasilkan dari sistem informasi. Dekeng dan Rahmawati (2015) dalam penelitiannya menyatakan jika kualitas informasi adalah kualitas dari output yaitu berupa informasi yang dihasilkan dari penggunaan sistem informasi tersebut. Semakin baik kualitas informasi yang dihasilkan maka akan semakin baik dan tepat pula keputusan yang akan diambil sehingga manfaat yang diterima juga akan besar. Penelitian dari Krisdiantoro et al. (2018) menghasilkan jika kualitas informasi yang terdapat dalam sistem informasi berpengaruh terhadap manfaat bersih dari penggunaan sistem informasi. Semakin berkualitas informasi yang dihasilkan dari sistem informasi tentunya akan semakin memberikan dampak yang signifikan bagi para pengguna atau stakeholder.

H3: Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap manfaat bersih

Semakin baik kualitas output atau informasi yang dihasilkan tentunya akan semakin memberikan manfaat terhadap user dalam mengambil keputusan. Ketika sistem informasi yang digunakan dirasa dapat memberikan manfaat maka akan muncul rasa kepuasan dalam

penggunaannya. Hasil dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Rukmiyati dan Budiarta (2016) menyatakan jika kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan user. Penelitian dari Nurhayati, Fauziahdan, dan Halimatusadiah (2016) dan Supriatna (2012) juga menyatakan jika kualitas informasi yang dihasilkan dari penggunaan sistem informasi berpengaruh terhadap tingkat kepuasan user dalam menggunakan sistem informasi.

H4: Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Oktavia (2016) menjelaskan jika sistem informasi yang berkualitas dapat memberikan kepuasan bagi penggunanya. Ketika pengguna menganggap jika sistem informasi tersebut penting dalam meningkatkan kinerjanya baik secara individu ataupun organisasi maka akan muncul rasa puas dalam penggunaannya. Kepuasan dapat berpengaruh terhadap kinerja individu dan kinerja individu tersebut akan berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Kepuasan dari penggunaan sistem informasi tersebut dapat memberikan dampak yang positif terhadap penggunaannya baik secara individu ataupun kelompok dalam mencapai tujuannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Ikhyanuddin, 2017) memperoleh hasil jika kepuasan pengguna berpengaruh terhadap manfaat bersih yang dihasilkan.

H5: Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap manfaat bersih

METODA PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan dua variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari kualitas sistem dan kualitas informasi, dan kepuasan pengguna, sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna dan manfaat bersih dari penggunaan sistem informasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung melalui pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner dikirimkan kepada responden melalui *google form*. Kuesioner yang dibagikan merupakan jenis kuesioner campuran yang di dalamnya responden memberikan jawaban berupa *scoring* dan jawaban terbuka.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini mengambil populasi mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) yang aktif pada tahun ajaran 2020/2021. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu diambil dengan cara memilih sampel secara acak (*probability sampling*)

pada mahasiswa S1 Akuntansi UKSW yang aktif pada tahun ajaran 2020/2021 sebanyak 70 responden.

Tabel 1. Variabel, Definisi Operasional dan Indikator Empiris

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Empiris
Kualitas Sistem	Kualitas sistem merupakan keterkaitan antar fitur dalam sistem termasuk kinerja dari sistem tersebut mencakup tingkat kecepatan akses, tingkat kecepatan waktu respon, dan tingkat kecepatan pengiriman dokumen (DeLone & McLean, 1992).	<i>Navigation</i> <i>Searchability</i> <i>Structure</i> <i>Usability</i> <i>Functionality</i> <i>Accessibility</i> (Urbach, N., Smolnik & Riempp, 2010)
Kualitas Informasi	Kualitas informasi merupakan kualitas dari hasil output sistem informasi (Dekeng & Rahmawati, 2015).	<i>Usefulness</i> <i>Understandability</i> <i>Interestingness</i> <i>Reliability</i> <i>Completeness</i> <i>Timeliness</i> (Urbach, N., Smolnik & Riempp, 2010)
Kepuasan Pengguna	Kepuasan pengguna merujuk pada sejauh mana pengguna menganggap sistem tersebut berguna dan adanya keinginan untuk menggunakannya lagi (Xinli, 2015).	Kecukupan Efisiensi Efektivitas Kepuasan keseluruhan (Urbach, N., Smolnik & Riempp, 2010)
Manfaat Bersih	Manfaat bersih merupakan manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna sistem informasi, manfaat dapat dilihat dari tingkat penggunaan sistem informasi dan adanya kepuasan yang muncul terhadap penggunaan sistem informasi karena memberikan nilai tambah bagi pengguna (Krisdiantoro et al., 2018).	Memberikan manfaat bagi pengguna Meningkatkan produktivitas pengguna Meningkatkan kinerja pengguna (Krisdiantoro et al., 2018) dan (Wahyuni, 2011)

Teknik Analisis Data

Data penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner melalui e-mail, kemudian data yang telah diperoleh akan diolah terlebih dahulu dengan melakukan pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk menguji tingkat validitas pada sebuah instrumen, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat konsistensi dari jawaban responden. Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji asumsi klasik terhadap data yang diperoleh antara lain melakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda karena didalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas. Pada penelitian ini terdapat dua model persamaan yang digunakan terkait dengan analisis regresi linier berganda, yaitu:

Pengujian Model 1

$$KP = \alpha_{0i} + \beta_1KS + \beta_2KI + \epsilon$$

Keterangan:

KP: Kepuasan Pengguna

KI: Kualitas Informasi

KS: Kualitas Sistem

ϵ : Error Term

Pengujian Model 2

$$MB = \alpha_{0i} + \beta_1KS + \beta_2KI + \beta_3KP + \epsilon$$

Keterangan:

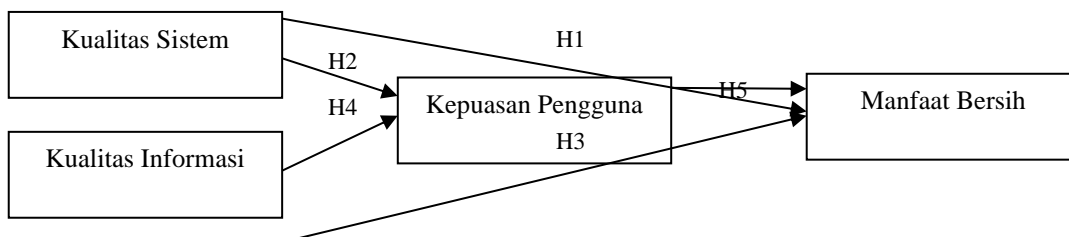
MB: Manfaat Bersih

KP: Kepuasan Pengguna

KS: Kualitas Sistem

ϵ : Error Term

KI: Kualitas Informasi



Gambar 3. Model Penelitian

HASIL & PEMBAHASAN**Hasil**

Hasil statistik penelitian setelah data yang diperoleh diolah adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Nilai Terendah	Nilai Tetinggi	Nilai Rata-Rata	Simpangan Baku
KS	70	17	30	24,93	3,205
KI	70	17	30	23,60	3,237
KP	70	9	20	15,56	2,619
MB	70	8	15	11,89	1,923

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2 diketahui jika skor untuk nilai tertinggi dan terendah untuk kualitas sistem adalah sebesar 17 dan 30, sedangkan untuk nilai rata-rata kualitas sistem sebesar 24,93 dengan simpangan baku sebesar 3,205. Kualitas informasi memiliki skor dengan nilai tertinggi dan terendah sebesar 17 dan 30, sedangkan untuk nilai rata-ratanya sebesar 23,60 dengan nilai simpangan baku sebesar 3,237. Kepuasan pengguna diketahui memiliki skor untuk nilai tertinggi dan terendah sebesar 9 dan 20, sedangkan untuk nilai rata-rata dari kepuasan pengguna yaitu sebesar 15,56 dengan nilai simpangan baku 2,619. Variabel manfaat bersih diketahui memiliki skor untuk nilai tertinggi dan terendah sebesar 8 dan 15, sedangkan untuk nilai rata-ratanya sebesar 11,89 dengan nilai simpangan baku sebesar 1,923. Data yang telah diperoleh dari pengisian kuesioner pada awalnya dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk menguji tingkat kevalidan jawaban dan menguji seberapa besar dari hasil jawaban pengisian kuesioner yang dapat dipercaya.

Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Asumsi Klasik

Pada penelitian ini telah lolos uji validitas karena seluruh nilai r hitung (pearson correlation) pada setiap kuesioner lebih besar daripada r tabel (r hitung > 0,2352). Penelitian ini juga telah lolos uji reliabilitas karena nilai cronbach's alpha dari seluruh variabel lebih besar daripada 0,6 (cronbach's alpha > 0,6). Langkah selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik pada data yang diperoleh. Data yang diperoleh dalam penelitian ini telah lolos uji asumsi klasik untuk normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas dan linearitas.

Pada penelitian ini dilakukan sebanyak dua kali uji asumsi klasik dikarenakan dalam penelitian ini terdapat dua variabel terikat. Uji asumsi klasik pertama dilakukan untuk menguji model satu yaitu pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Uji asumsi klasik kedua dilakukan untuk menguji model dua yaitu

pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kepuasan pengguna terhadap manfaat bersih. Penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-smirnov yang menghasilkan nilai asymp sig sebesar 0,200 untuk model satu dan 0,99 untuk model dua yang nilainya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan penelitian ini telah lolos uji normalitas. Penelitian ini tidak timbul masalah heteroskedastisitas yang dibuktikan dari nilai sig untuk model satu yaitu KS sebesar 0,983 dan KI sebesar 0,530 yang lebih besar dari 0,05. Pada model juga tidak timbul masalah heteroskedastisitas yang dapat dibuktikan dari nilai sig pada KS sebesar 0,451; KI sebesar 0,177 dan KP sebesar 0,185. Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan nilai VIF (Varians Inflating Factor) jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinieritas. Pada penelitian ini baik model satu dan model dua, nilai VIF tidak lebih dari 10 sehingga dalam penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinieritas. Pada Pengujian linearitas, baik pada model satu dan model dua diketahui masing-masing variabel memiliki hubungan linier yang signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent yang dibuktikan dari nilai deviation from linearity sig lebih besar dari 0,05.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang untuk menguji dua model regresi. Model satu yaitu menguji pengaruh antara kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan model dua yaitu untuk menguji pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kepuasan pengguna terhadap manfaat bersih. Berikut adalah hasil olah data regresi linier berganda dalam penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Model 1

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koef. Regresi	Signifikansi	R ²
KP	KS	0,220	0,002	0,721
	KI	0,608	0,000	

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan dari hasil pengujian pada table 3, menunjukkan jika nilai signifikansi dari KS (Kualitas Sistem) kurang dari nilai alpha yaitu 0,05 ($0,002 < 0,05$) yang berarti jika KS berpengaruh signifikan terhadap KP (Kepuasan Pengguna). Hasil pengujian juga menunjukkan jika koefisien regresi dari KS bernilai positif yang berarti menunjukkan adanya pengaruh positif KS terhadap KP. Selain itu, pada tabel 3 juga menunjukkan jika nilai signifikansi dari KI (Kualitas Informasi) kurang dari nilai alpha ($0,000 < 0,05$) yang berarti

jika KI berpengaruh signifikan terhadap KP. Nilai koefisien regresi dari KI juga bernilai positif yang berarti adanya pengaruh positif KI terhadap KP.

Tabel 4. Hasil Pengujian Model 2

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koef. Regresi	Signifikansi	R ²
MB	KS	0,015	0,771	0,698
	KI	0,329	0,000	
	KP	0,237	0,005	

Sumber: Data Diolah (2020)

Pada tabel 4 menunjukkan hasil pengujian regresi linier berganda dari model 2 antara lain yaitu nilai signifikansi dari KS lebih besar dari nilai alpha ($0,771 > 0,05$) yang berarti jika KS tidak memiliki pengaruh terhadap MB (Manfaat Bersih). Pada tabel 4 juga menunjukkan hasil lain yaitu nilai signifikansi dari KI dan KP lebih kecil daripada nilai alpha yang telah ditentukan ($0,000 < 0,05$) dan ($0,005 < 0,05$) yang berarti masing-masing dari KI dan KP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap MB. Nilai koefisien regresi dari KI dan KP juga menunjukkan nilai positif yang berarti jika adanya pengaruh positif dari masing-masing variabel yaitu KI dan KP terhadap MB.

Pembahasan

Hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini yaitu kualitas sistem berpengaruh positif terhadap manfaat bersih. Namun, hasil penelitian menunjukkan jika kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap manfaat bersih yang dibuktikan dari hasil nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,771 ($\text{sig} > 0,05$), oleh karena itu H1 pada penelitian ini ditolak. Hasil ini menunjukkan jika kualitas sistem yang digunakan dalam pembelajaran akuntansi tidak memiliki pengaruh terhadap manfaat bersih yang diterima oleh pengguna. Hal ini didukung pula dari pendapat yang diberikan oleh responden yaitu kualitas sistem yang digunakan seperti kemudahan pengoperasian sistem dan kemudahan akses tidak mempengaruhi kinerja atau manfaat bersih yang didapatkan. Kinerja atau manfaat bersih tersebut seperti membantu dalam meningkatkan nilai dan membantu mempermudah user terkait dengan pemahaman materi dalam kegiatan pembelajaran dan pendidikan akuntansi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Krisdiantoro et al. (2018) yang menyatakan kualitas sistem seperti kemudahan pengoperasian dapat membantu meningkatkan kinerja dan produktivitas dalam pengaplikasiannya pada sistem manajemen pengadaan langsung (SIMPeL). Meskipun indikator-indikator pada variabel kualitas sistem dinilai baik, namun tidak dapat meningkatkan manfaat bersih yang diperoleh oleh user seperti membantu dalam meningkatkan nilai atau pemahaman terkait dengan materi dalam kegiatan pembelajaran dan pendidikan akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Widodo, Handayani, dan Saifi (2013) yang menyatakan jika kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kinerja.

Hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini yaitu kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Pada penelitian ini menunjukkan jika kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna yang dibuktikan dari hasil nilai signifikansi 0,002 ($\text{sig} < 0,05$). Hasil analisis menunjukkan jika H2 pada penelitian ini diterima. Responden juga memberikan pendapat yaitu mereka merasa puas dengan kualitas sistem yang digunakan sekarang (f-learn). Menurut mereka selain mudah untuk diakses dan dioperasikan, sistem yang digunakan sekarang juga cukup efektif dan efisien untuk digunakan sebagai media dalam pembelajaran dan pendidikan akuntansi. Davis (1989) menjelaskan jika kualitas sistem sebagai *perceived ease of use* yaitu tingkat seberapa mudah sistem informasi tersebut dapat dipahami dan digunakan. Hal ini menunjukkan jika user merasa menggunakan sistem informasi mudah, maka mereka tidak memerlukan waktu dan tenaga lebih untuk menggunakannya sehingga akan timbul rasa puas terhadap sistem informasi tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian Buana dan Wirawati (2018), Rukmiyati dan Budiarta (2016) dan Ikhyanuddin (2017) yang menguji hubungan antara kualitas sistem dengan kepuasan pengguna dan menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan.

Hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini adalah kualitas informasi berpengaruh positif terhadap manfaat bersih. Pada hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap manfaat bersih dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,05$). Hasil analisis tersebut menunjukkan jika H3 diterima. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kualitas pada informasi yang dihasilkan oleh f-learn maka akan mampu meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan, semakin baik informasi yang dihasilkan maka akan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan sehingga dapat menyebabkan peningkatan kinerja individu ataupun organisasi. Hal ini didukung pula oleh alasan yang diberikan responden yang menyebutkan dengan adanya berbagai macam informasi yang tersedia seperti e-book dan modul pembelajaran yang terdapat di dalam f-learn dapat memberi manfaat serta membantu mereka dalam memahami materi terkait pembelajaran akuntansi yang akhirnya dapat membantu mereka dalam meningkatkan output atau kinerja yang mereka hasilkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Widodo, Handayani, dan Saifi (2013) dan Krisdiantoro et al.

(2018) yang menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan pada hubungan kualitas informasi terhadap kinerja dan manfaat bersih.

Hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini adalah kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna yang dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,05$) sehingga hasil analisis menunjukkan jika H4 pada penelitian ini diterima. Kualitas informasi merupakan kualitas output yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan yaitu berupa informasi. Jika user percaya bahwa informasi yang yang dihasilkan itu optimal maka mereka akan merasa puas, sehingga semakin tinggi kualitas informasi yang dihasilkan maka user akan merasa puas ketika menggunakan sistem informasi tersebut karena informasi yang dihasilkan telah optimal dan sesuai dengan kebutuhan user. Hal ini sejalan dengan pendapat yang diberikan responden yaitu mereka merasa puas terhadap kualitas informasi yang dihasilkan oleh f-learn. Menurut mereka portal f-learn telah menyediakan berbagai macam informasi yang memadai seperti e-book, modul pembelajaran dan hal lainnya yang dapat mereka yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun sehingga dapat digunakan untuk menunjang dalam pembelajaran dan pendidikan akuntansi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmiyati dan Budiarta (2016), Nurhayati et al. (2016) dan Supriatna (2012) yang menguji hubungan pengaruh antara kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna dan menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan.

Hipotesis kelima (H5) pada penelitian ini adalah kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap manfaat bersih. Hasil pengujian menunjukkan jika kepuasan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap manfaat bersih. Tingkat signifikansi yang dihasilkan pada pengujian H5 yaitu sebesar 0,005 ($\text{sig} < 0,05$) yang berarti H5 pada penelitian ini diterima. Hal ini sejalan dengan alasan yang diberikan oleh responden yaitu mereka merasa puas terhadap portal f-learn yang digunakan sebagai salah satu media dalam pembelajaran dan pendidikan akuntansi. Menurut mereka, selain mudah untuk diakses dan dioperasikan portal f-learn juga menyediakan berbagai macam materi pembelajaran dan sesuai dengan materi yang dosen sampaikan sehingga dapat menunjang pembelajaran akuntansi. Sistem informasi yang berkualitas tentunya akan memberikan rasa kepuasan penggunaannya. Pengguna tentunya akan merasa puas karena sistem informasi yang digunakan telah sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna. Kepuasan tersebut dapat berpengaruh terhadap manfaat atau kinerja yang dihasilkan dari penggunaan sistem informasi tersebut. Hasil

penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikhyanuddin (2017) yang menguji hubungan pengaruh antara kepuasan pengguna terhadap manfaat bersih dari penggunaan sistem informasi keuangan daerah yang memperoleh hasil adanya hubungan yang signifikan antara kepuasan pengguna terhadap manfaat bersih.

SIMPULAN

Pada penelitian ini dapat memberikan bukti empiris yaitu penggunaan teori TAM dari Davis (1989) dan model kesuksesan sistem informasi dari DeLone dan McLean (1992) pada penggunaan sistem informasi di bidang akuntansi khususnya pada pendidikan akuntansi. Hasil dari penelitian ini juga memberikan bukti empiris yaitu kualitas sistem yang ada pada f-learn tidak berpengaruh pada manfaat bersih yang didapatkan oleh user. Penelitian ini juga membuktikan jika kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, semakin baik kualitas sistem maka user akan semakin puas. Pada penelitian ini juga menunjukkan jika kualitas informasi berpengaruh terhadap manfaat bersih dan kepuasan pengguna. Semakin berkualitas informasi atau output yang dihasilkan maka akan semakin bermanfaat dan akan menimbulkan rasa kepuasan bagi user. Selain itu, pada penelitian ini juga menunjukkan bukti empiris yang lain yaitu kepuasan pengguna berpengaruh terhadap manfaat bersih karena portal f-learn telah sesuai dengan kebutuhan mereka sebagai media penunjang dalam pembelajaran dan pendidikan akuntansi.

Berdasarkan hasil temuan diatas, peningkatan kualitas sistem dan informasi sangat diperlukan. Sehingga, dapat memberikan manfaat yang optimal khususnya terkait dengan pembelajaran dan pendidikan akuntansi. Peningkatan kualitas sistem dan informasi dapat dilakukan dengan cara memperbaiki setiap kekurangan yang ada pada f-learn. Kekurangan yang perlu diperbaiki seperti tidak munculnya notifikasi, terkadang server bermasalah dan error. Selain itu, diharapkan semakin sering dilakukan adanya perawatan terhadap sistem informasi sehingga dapat digunakan dan memberikan manfaat secara optimal.

Penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan antara lain jumlah sampel yang dapat dikumpulkan terbilang terbatas, karena adanya pandemi COVID-19 menyebabkan jumlah kuesioner yang direspon oleh responden terbatas. Saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperbanyak jumlah sampel sehingga lebih mempresentasikan hasil yang lebih akurat, serta dapat menambahkan hipotesis dan melakukan uji pada variabel mediasi yaitu pada kepuasan pengguna. Pada penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode penelitian mixed method. Selain itu, untuk

penelitian selanjutnya juga diharapkan agar dilakukan penelitian yang lebih mendalam terkait dengan penggunaan sistem informasi pada bidang akuntansi khususnya pada pendidikan akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andoh, C. B. (2018). Predicting students' intention to adopt mobile learning: A combination of theory of reasoned action and technology acceptance model. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 11(2), 178–191. <https://doi.org/10.1108/JRIT-03-2017-0004>
- Bakhsh, M., Mahmood, A., & Sangi, N. A. (2017). Examination of factors influencing students and faculty behavior towards m-learning acceptance: An empirical study. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 34(3), 166–188. <https://doi.org/10.1108/IJILT-08-2016-0028>
- Buana, I. B. G. M. M., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas informasi, dan perceived usefulness pada kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(1), 683–713. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i01.p26>
- Chopra, G., Madan, P., Jaisingh, P., & Bhaskar, P. (2019). Effectiveness of e-learning portal from students' perspective: A structural equation model (SEM) approach. *Interactive Technology and Smart Education*, 16(2), 94–116. <https://doi.org/10.1108/ITSE-05-2018-0027>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dekeng, S., & Rahmawati, D. A. (2015). Pengaruh kualitas informasi dan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan serta kinerja pengguna sistem informasi. *EFEKITIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 47–59.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- Effendi, R. (2013). *Accounting principles: Prinsip-prinsip akuntansi berbasis SAK ETAP (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Rajagrafindo.
- Fithra, H. (2020). Covid-19 dan pembelajaran daring. Retrieved from Media Indonesia website: <https://mediaindonesia.com/read/detail/298964-covid-19-dan-pembelajaran-daring>
- Ikhyannuddin. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan sistem informasi keuangan daerah berbasis akrual di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 25–50.
- Jaiyeoba, O. O., & Iloanya, J. (2019). E-learning in tertiary institutions in Botswana: Apathy to adoption. *International Journal of Information and Learning Technology*, 36(2), 157–168. <https://doi.org/10.1108/IJILT-05-2018-0058>
- Kartikahadi, H. (2016). *Akuntansi keuangan berdasarkan SAK berbasis IFRS*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kieso, E. D., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2016). *Intermediate accounting (Second)*. United States: WILEY.
- Krisdiantoro, Y., Subekti, I., & Prihatiningtias, Y. W. (2018). Pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap manfaat bersih dengan intensitas penggunaan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Akuntansi Aktual*, 5(2), 149–167. <https://doi.org/10.17977/um004v5i32019p261>
- Nurhayati, N., Fauziahdan, U., & Halimatusadiah, E. (2016). Effect of the of accounting system quality, accounting information and service on user satisfaction in islamic commercial banks in

- Bandung. *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education*, 2(2), 42–48.
- Oktavia, D. D. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan sistem informasi manajemen daerah dengan pendekatan model delone dan mclean yang dimodifikasi. Tesis. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Brawijaya.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). Programme for international student assesment (PISA) result from PISA 2018.
- Pranita, E. (2020). Diumumkan awal maret, ahli: Virus corona masuk Indonesia dari januari. Retrieved from Kompas.com website: <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari>
- Rui-Hsin, K., & Lin, C.-T. (2018). The usage intention of e-learning for police education and training. *Policing: An International Journal*, 41(1), 98–112. <https://doi.org/10.1108/PIJPSM-10-2016-0157>
- Rukmiyati, N. M. S., & Budiarta, I. K. (2016). Pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas informasi dan perceived usefulness pada kepuasan pengguna akhir software akuntansi (studi empiris pada hotel berbintang di Provinsi Bali). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(1), 115–142.
- Saleh, T., & Darwanis, U. B. (2012). Pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kualitas informasi akuntansi dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna software akuntansi pada pemerintahan Aceh. *Jurnal Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 1(1), 110–124.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan technology acceptance model (TAM) dalam pengujian model penerimaan sistem informasi keuangan daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 196–209. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>
- Supriatna, I. (2012). Pengaruh kualitas sistem informasi dan kualitas informasi terhadap persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 4(1), 45–60.
- Urbach, N., Smolnik, S., & Riempp, G. (2010). An empirical investigation of employee portal success. *Journal of Strategic Information Systems*, 19(3), 184–206. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2010.06.002>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Wahyuni, T. (2011). Uji empiris model delone and mclean terhadap kesuksesan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA). *Jurnal Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 2, 3–25.
- Warren, C. S. (2014). *Accounting Indonesia adaptation*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widodo, T. W., Handayani, S. R., & Saifi, M. (2013). Pengaruh aplikasi Sistem Informasi Manajemen (SIM) terhadap kinerja karyawan (Studi kasus pada usaha kecil menengah bidang usaha warnet di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 87–100.
- Xinli, H. (2015). Effectiveness of information technology in reducing corruption in China. *Electronic Library*, 33(1), 52–64. <https://doi.org/10.1108/EL-11-2012-0148>

PENGARUH PAJAK DAERAH, RETRIBUSI DAERAH, LAIN-LAIN PAD YANG SAH, DAN DAK TERHADAP BELANJA MODAL

Sonia Murti⁵¹

Rina Trisnawati

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

Capital Expenditure is a component of direct spending in the government budget which has an important role in running the government system to improve the welfare of the community and as a form of good governance. This reseach aims to know the effect of local taxes, local levies, other legal local revenues, special allocation funds on Capital Expenditure in all regency/city of Central Java Province using data from 2016-2019. Total sample are 81 regency/city. Results of this reserach show that Local Tax and Special Allocation Fund significantly influenced to Capital Expenditure, while Local Levies and other legal local revenues has notsignificantly influenced to Capital Expenditure.

Keywords: *Local Tax, Local Levies, other legal local revenues, Special Allocation Fund, Capital Expenditure.*

Abstrak

Belanja Modal adalah komponen belanja langsung dalam anggaran pemerintah yang mempunyai peranan penting dalam menjalankan sistem pemerintahan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sebagai wujud dari good governance. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pajak daerah, retribusi daerah, lain-lain PAD yang sah dan dana alokasi khusus terhadap belanja modal pada seluruh kabupaten/kota Provinsi Jawa Tengah dengan tahun pengamatan 2016-2018. Jumlah sampel sebanyak 81. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pajak Daerah dan Dana Alokasi Khusus berpengaruh terhadap Belanja Modal, sedangkan variabel Retribusi Daerah dan Lain-lain PAD yang sah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal.

Kata kunci: *Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Lain-lain PAD yang sah, Dana Alokasi Khusus, dan Belanja Modal*

PENDAHULUAN

Pengalihan pembiayaan dari pusat ke daerah atau yang lebih dikenal sebagai Desentralisasi fiskal dapat diartikan sebagai suatu proses distribusi anggaran dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah untuk kemudian dikelola guna mendukung fungsi atau tugas pemerintah dan pelayanan publik sesuai dengan banyaknya wewenang bidang pemerintahan yang dilimpahkan. Dengan adanya desentralisasi fiskal, pemerintah daerah diharapkan mampu mengoptimalkan potensi daerah masing-masing untuk kesejahteraan masyarakat. Pengoptimalan tersebut harus jelas tercantum dalam APBD sebagai media

⁵¹soniamurti45@gmail.com

perencanaan penerimaan dan pembiayaan pembangunan daerah yang berarti pengalokasian anggaran pemerintah daerah harus lebih diperuntukan bagi kepentingan publik, misalnya dalam hal Belanja Modal. Belanja Modal adalah komponen belanja langsung dalam anggaran pemerintah yang menghasilkan output berupa aset tetap dan biasanya Belanja Modal dapat digunakan sebagai sarana pembangunan daerah.

Dalam upaya meningkatkan pelayanan dan pembangunan daerah, Pemerintah Daerah harus mampu mengalokasikan anggaran Belanja Modal dengan baik. Membutuhkan variabel-variabel yang mempengaruhi pertambahan Belanja Modal, yaitu sumber-sumber penerimaan seperti yang tertera pada Undang-Undang No.33 Tahun 2004, dimana Pemerintah Daerah memiliki sumber pendapatan daerah, yaitu Pendapatan Asli Daerah (PAD), Dana Perimbangan, dan Lain-lain Pendapatan Daerah yang Sah. Berdasarkan pasal 6 Undang-Undang No.33 Tahun 2004, bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri dari empat sumber yaitu Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan dan Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah.

Pajak Daerah adalah kontribusi yang wajib dibayarkan oleh orang pribadi atau badan ke kas negara tanpa mendapat balas jasa secara langsung yang bersifat memaksa dan digunakan untuk keperluan Daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Sedangkan Retribusi Daerah menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, Retribusi Daerah merupakan pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin yang khusus disediakan atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Semakin banyak pihak yang patuh dalam membayar pajak daerah terbukti berpengaruh signifikan terhadap belanja modal (Runtu, Walewangko dan Tolosang, 2016).

Berbeda dengan Pajak, Retribusi bersifat balas jasa yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat sebagai prestasi atas jasa yang telah diberikan oleh pemerintah bagi mereka yang membutuhkan. Retribusi Daerah dapat digunakan secara penuh oleh pemerintah daerah sebagai pemasukan untuk anggaran belanja daerah. Retribusi Daerah merupakan bagian dari PAD. PAD dapat dijadikan sebagai indikator dalam menilai kemandirian daerah dalam mengelola keuangan daerahnya, semakin tinggi Retribusi Daerah otomatis akan menambah PAD, sehingga akan berpengaruh signifikan terhadap belanja modal (Laksono dan Subowo, 2014).

Lain-lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah merupakan seluruh pendapatan daerah selain Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan pendapatan transfer yang meliputi hibah, dana

darurat dan lain-lain pendapatan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Undang-Undang No.23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah). Pendapatan ini merupakan penerimaan daerah yang berasal dari lain-lain milik pemerintah daerah seperti penjualan kekayaan daerah, jasa giro, penerimaan atas tuntutan ganti kerugian daerah, ataupun bentuk lain sebagaimana akibat dari penjualan atau pengadaan barang dan jasa daerah. Dimana dapat berpengaruh signifikan terhadap belanja modal (Ramlan et al. , 2016). Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pajak daerah, retribusi daerah, lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, dan dana alokasi khusus terhadap belanja modal.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Teori Keagenan

Teori Keagenan menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah persetujuan (kontrak) di antara dua pihak, yaitu prinsipal dan agen, dimana prinsipal memberi wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan atas nama prinsipal (Jensen dan Meckling, 1976:5). Teori agensi dalam sektor publik adalah hubungan keagenan antara rakyat dengan pemerintah daerah yang berupa hubungan yang terjadi karena adanya kontrak atau persetujuan yang ditetapkan oleh rakyat sebagai prinsipal dan menggunakan pemerintah sebagai agen untuk menyiapkan jasa (Jensen dan Meckling, 1976). Dimana pemerintah bertanggungjawab kepada rakyat dalam hal pengelolaan sumber daya kemudian dipertanggungjawabkan melalui laporan keuangan sehingga rakyat dapat mengaksesnya dan menilai kinerja dari pemerintah daerah nya. Teori Keagenan menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah persetujuan (kontrak) di antara dua pihak, yaitu prinsipal dan agen, dimana prinsipal memberi wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan atas nama prinsipal (Jensen dan Meckling, 1976:5). Prinsipal merupakan pihak yang bertindak sebagai pemberi perintah dan bertugas untuk mengawasi, memberikan penilaian dan masukan atas tugas yang telah dijalankan oleh agen. Sedangkan agen adalah pihak menerima dan menjalankan tugas sesuai kehendak prinsipal (Firman 2016).

Teori keagenan dalam sektor publik adalah hubungan keagenan antara rakyat dengan pemerintah daerah yang berupa hubungan yang terjadi karena adanya kontrak atau persetujuan yang ditetapkan oleh rakyat sebagai prinsipal dan menggunakan pemerintah sebagai agen untuk menyiapkan jasa (Jensen dan Meckling, 1976). Dimana pemerintah bertanggungjawab kepada rakyat dalam hal pengelolaan sumber daya kemudian

dipertanggungjawabkan melalui laporan keuangan sehingga rakyat dapat mengaksesnya dan menilai kinerja dari pemerintah daerah nya.

1. Pajak Daerah

Menurut Resmi (2017:8) Pajak Daerah adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun tingkat II (pajak kabupaten/kota) digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing dan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung.

2. Retribusi Daerah

Retribusi Daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau suatu badan (Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah).

3. Lain-lain PAD yang Sah

Lain-lain Pendapatan daerah yang sah merupakan seluruh pendapatan daerah selain pendapatan asli daerah dan pendapatan transfer, yang meliputi hibah, dana darurat, dan lain-lain pendapatan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU 23 tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah). Pendapatan ini juga merupakan penerimaan daerah yang berasal dari lain-lain milik pemerintah daerah seperti penjualan kekayaan daerah, jasa giro, penerimaan atas tuntutan ganti kerugian daerah, ataupun bentuk lain sebagaimana akibat dari penjualan atau pengadaan barang dan jasa daerah (Ramlan et al. , 2016).

4. Dana Alokasi Khusus (DAK)

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 2005 tentang Dana Perimbangan pada pasal 1 angka 24 menyebutkan bahwa “Dana Alokasi Khusus yang selanjutnya disebut DAK adalah dana yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu dengan tujuan untuk membantu mendanai kegiatan khusus yang merupakan urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional”.

5. Belanja Modal

Menurut Abdullah (2013) Belanja Modal adalah komponen belanja langsung dalam anggaran pemerintah yang menghasilkan output berupa aset tetap. Belanja modal digunakan untuk pengeluaran dalam rangka pembelian/pengadaan aset

tetap berwujud yang mempunyai masa manfaat lebih dari 12 bulan untuk digunakan dalam kegiatan pemerintahan seperti dalam bentuk tanah, peralatan, mesin, gedung/bangunan, irigasi, jaringan dan aset tetap lainnya.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pajak Daerah terhadap Belanja Modal.

Dalam UU Nomor 28 tahun 2009 tentang pajak dan retribusi daerah, disebutkan bahwa pajak daerah adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang dan dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dimana digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pembangunan daerah. Dalam keuangan pemerintah, pendapatan yang bersumber dari penerimaan perpajakan akan digunakan untuk mendanai belanja pemerintah termasuk didalamnya belanja modal. Belanja Modal dalam pemerintah diartikan sebagai belanja yang dilakukan dalam rangka pemupukan modal dalam aset fisik, seperti tanah, peralatan dan mesin, gedung dan bangunan, jaringan serta dalam bentuk fisik lainnya (Direktorat Jendral Anggaran Kementerian Keuangan RI, 2015).

Pernyataan diatas didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudika dan Budiarta (2017) yang menjelaskan bahwa Pajak Daerah berpengaruh positif terhadap Belanja Modal. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pajak Daerah berpengaruh terhadap Belanja Modal.

Pengaruh Retribusi Daerah terhadap Belanja Modal.

Peningkatan mutu dan pelayanan pemerintah kepada masyarakat dapat ditingkatkan apabila pendapatan yang dimiliki pemerintah daerah dari retribusi juga memadai. Meskipun pemerintah mendapatkan bantuan dana dari pemerintah pusat, pemerintah daerah harus bisa mengoptimalkan potensi yang ada pada daerahnya untuk dapat meningkatkan PAD. Kemandirian daerah dapat diwujudkan dengan cara meningkatkan PAD dari sektor retribusi daerah. Jika retribusi daerah meningkat dapat meningkatkan dana pengalokasian belanja modal untuk peningkatan mutu dan pelayanan (Sudika dan Budiarta, 2017).

Pernyataan diatas didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Runtu et al. (2016) yang menjelaskan bahwa Retribusi Daerah berpengaruh positif terhadap Belanja Modal. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Retribusi Daerah berpengaruh terhadap Belanja Modal.

Pengaruh Lain-lain PAD yang sah terhadap Belanja Modal.

Sesuai pasal 26 ayat (4) Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 13 tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah disediakan untuk menganggarkan penerimaan daerah yang tidak termasuk dalam jenis pajak daerah, retribusi daerah dan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan. Pendapatan ini merupakan penerimaan daerah yang berasal dari lain-lain milik pemda. Kelompok lain-lain dalam pendapatan daerah seperti hasil penjualan alat berat dan barang jasa, penerimaan dari sewa, bunga simpanan giro dan bank, serta penerimaan dari denda kontraktor.

Walaupun demikian, sumber penerimaan daerah sangat tergantung pada potensi daerah itu sendiri. Artinya semakin besar potensi sumber lain-lain PAD yang sah, maka semakin besar pula penerimaan daerah. Peningkatan PAD yang berasal dari lain-lain PAD yang sah diharapkan dapat meningkatkan investasi belanja modal pemerintah daerah sehingga kualitas pelayanan publik semakin baik (Sulistyowati, 2011).

Pernyataan diatas didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramlan et al. (2016) yang menjelaskan bahwa Lain-lain PAD yang sah berpengaruh positif terhadap Belanja Modal. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Lain-lain PAD yang sah berpengaruh terhadap Belanja Modal.

Pengaruh Dana Alokasi Khusus (DAK) terhadap Belanja Modal

Dana transfer yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu untuk mendanai kegiatan khusus masalah urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional. Semakin besar transfer pemerintah pusat kepada pemerintah daerah menandakan semakin meningkatnya belanja modal daerah tersebut. Tujuan DAK untuk mengurangi beban biaya kegiatan khusus yang harus ditanggung oleh pemerintah daerah. Pemanfaatan DAK di arahkan kepada kegiatan investasi pembangunan, pengadaan, peningkatan, perbaikan sarana dan prasarana fisik pelayanan publik dengan umur ekonomis lebih dari 1 tahun. Dengan diarahkannya pemanfaatan DAK untuk kegiatan

tersebut diharapkan dapat meningkatkan pelayanan publik yang direalisasikan dalam belanja modal (Ardhani, 2011).

Pernyataan diatas didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Wandira (2013) yang menjelaskan bahwa Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh positif terhadap Belanja Modal. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh terhadap Belanja Modal.

METODA

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh kab/kota di Provinsi Jawa Tengah yang melaporkan secara rutin laporan realisasi APBD setiap tahunnya, menurut laporan yang dirilis situs DJPK KemenKeu jumlah kab/kota di Provinsi Jawa Tengah terdiri dari 29 kabupaten dan 6 kota. Jadi populasi pada penelitian ini adalah 105 kab/kota selama 2016 hingga 2018.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa Laporan Realisasi APBD. Data diakses melalui situs DJPK KemenKeu dari tahun 2016-2018. Metode pengambilan sampel pada penelitian menggunakan teknik sampling jenuh. Namun dalam penelitian ini terdapat data yang terkena outlier yang berjumlah 24 data sehingga sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 81 kab/kota dari tahun 2016-2018.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh pajak daerah, retribusi daerah, lain lain penerimaan daerah yang sah dan dana alokasi khusus terhadap belanja modal. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Adapun hasil analisisnya dapat dijelaskan sebagai berikut ini.

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Nilai Terendah	Nilai Tertinggi	Nilai Rata-Rata	Simpangan Baku
PAJAK DAERAH	8 1	25974837133,00	1331817746450,00	121496068544,4321	179103218530,63617
RETRIBUSI DAERAH	8 1	5642331979,00	123215026523,00	24401516544,0247	18478776627,58733
LAIN-LAIN PAD YANG SAH	8 1	86757129541,00	423196609881,00	197164596642,9382	67390683891,06165
DAK	8 1	79584094202,00	483813446054,00	282085466358,5555	103967400680,13293
BELANJA MODAL	8 1	113622507976,0	1228459434270,00	406101256113,0371	181338789744,04977

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa Nilai minimum pada variabel Belanja Modal terdapat pada Kota Tegal (2018) sedangkan nilai maksimum pada Kota Semarang (2018). Nilai minimum pada variabel Pajak Daerah terdapat pada Kota Magelang (2016) sedangkan nilai maksimum pada Kota Semarang (2018). Nilai minimum pada variabel Retribusi Daerah terdapat pada Kota Magelang (2018) sedangkan nilai maksimum pada Kota Semarang (2016). Nilai minimum pada variabel Lain-lain PAD yang sah terdapat pada Kota Pekalongan (2018) sedangkan nilai maksimum pada Kabupaten Cilacap (2017). Nilai minimum pada variabel Dana Alokasi Khusus terdapat pada Kota Semarang (2018) sedangkan nilai maksimum pada Kabupaten Cilacap (2016).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov. Hasil analisis menunjukkan nilai prob value K-S sebesar 0,625 (lebih besar dari nilai signifikansi 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearita, heteroskedastisitas dan autokorelasi dapat dijelaskan pada tabel 2,3 dan 4 berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Hasil Analisis
Pajak Daerah	0,267	3,743	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Retribusi Daerah	0,313	3,193	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Lain-lain PAD yang sah	0,594	1,682	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Dana Alokasi Khusus	0,684	1,462	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa masing masing nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0.10. maka dapat disimpulkan bahwa variabel pajak daerah, retribusi daerah, lain-lain PAD yang sah dan dana alokasi khusus tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokesdastisitas

Variabel	Sig	Hasil Analisis
Pajak Daerah	0,132	Tidak Terkena Heterokesdastisitas
Retribusi Daerah	0,424	Tidak Terkena Heterokesdastisitas
Lain-lain PAD yang sah	0,863	Tidak Terkena Heterokesdastisitas
Dana Alokasi Khusus	0,650	Tidak Terkena Heterokesdastisitas

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan hasil di tabel 3 tersebut dapat dijelaskan bahwa semua variabel menunjukkan nilai sig lebih besar dari (2-tailed) >0,05 (Ghozali,201:142:143). Dengan nilai masing-masing variabel independen yaitu Pajak Daerah 0,132, Retribusi Daerah 0,424, Lain-lain PAD yang sah 0,863, dan Dana Alokasi Khusus 0,650. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen pada penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Run Test	Hasil Analisis
0,738	Tidak ada Autokorelasi

Sumber: Data diolah (2020)

Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji Run Test. Dimana jika lebih dari 0,05 tidak terkena autokorelasi. Berdasarkan tabel 4 diatas, menunjukkan bahwa 0,738 > 0,05 berarti tidak ada autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	Keterangan
Konstanta	94954611277,094	1,977	0,052	
Pajak Daerah	0,639	4,545	0,000	Berpengaruh
Retribusi Daerah	0,418	0,332	0,741	Tidak Berpengaruh
Lain-lain PAD yang sah	0,265	1,058	0,293	Tidak Berpengaruh
Dana Alokasi Khusus	0,606	4,008	0,000	Berpengaruh
F hitung	29,547			
Prob F	0,000			
R ²	0,609	4,545		
Adjusted R ²	0,588			

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 5 diatas maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$(BM) = 94954611277,094 + 0,639PAD + 0,418RD + 0,265LPAD + 0,606DAK + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh koefisien bertanda positif. Ini berarti jika variabel Pendapatan Asli Daerah, Retribusi Daerah, PAD lain lain yang sah dan DAK meningkat maka Belanja Modal di daerah tersebut juga akan meningkat. Selanjutnya Hasil uji adjusted R² adalah sebesar 0,588 yang berarti sebesar 58,8% variabel dependen yaitu belanja modal dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Lain-lain PAD yang sah, dan Dana Alokasi Khusus(DAK). Sisanya sebesar 41,2% Belanja Modal dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Nilai F hitung menunjukkan

angka sebesar 29,547 dengan nilai prob 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Lain-lain PAD yang sah, dan Dana Alokasi Khusus(DAK) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Belanja Modal dan model regresi adalah robust.

Pembahasan

Hasil pada analisis regresi berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pajak Daerah terhadap Belanja Modal di Provinsi Jawa Tengah.

Pada hipotesis 1 (H_1) dalam penelitian ini yaitu variabel Pajak Daerah pengujian menunjukkan bahwa H_1 ini diterima. Artinya bahwa Pajak Daerah berpengaruh terhadap Belanja Modal. Hasil dari pengujian ini sama dengan hipotesis yang sudah disebutkan bahwa semakin tinggi Pajak Daerah maka akan semakin tinggi tingkat Belanja Modal yang diperoleh pemerintah daerah tersebut. Dalam hal ini, jika masyarakat rutin membayar pajak secara langsung akan menambah keuangan daerah sehingga bisa digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran daerah dimana untuk meningkatkan pelayanan publik.

Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pajak Daerah berpengaruh terhadap Belanja Modal. Hasil pada penelitian ini sama dengan hasil penelitian oleh Sudika dan Budiarta (2017) yang menyebutkan bahwa Pajak Daerah berpengaruh paling besar dibanding retribusi daerah. Untuk lebih meningkatkan penerimaan belanja modal, pemerintah diharapkan mampu lebih mengoptimalkan penerimaan komponen-komponen dari pendapatan asli daerah yaitu pajak daerah, retribusi daerah, dan lain-lain pendapatan daerah yang sah. Dengan meningkatnya belanja modal akan memberikan dampak pada kemakmuran rakyat.

2. Pengaruh Retribusi Daerah terhadap Belanja Modal di Provinsi Jawa Tengah.

Pada hipotesis 2 (H_2) dalam penelitian ini yaitu variabel Retribusi Daerah pengujian menunjukkan bahwa H_2 ini ditolak. Artinya bahwa Retribusi Daerah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal.

Penelitian ini membuktikan bahwa belum sepenuhnya retribusi daerah kabupaten/kota di Jawa Tengah digunakan untuk alokasi belanja modal karena masih rendahnya kesadaran masyarakat dan pengelola fasilitas untuk membayar dan melaporkan biaya fasilitas umum yang digunakan, dimana dana

hasil retribusi daerah sendiri digunakan untuk memperbaiki fasilitas umum tersebut. Pemerintah Jawa Tengah kurang efektif dalam mengelola retribusi tersebut, padahal retribusi sendiri wajib dibayarkan bagi wisatawan atau masyarakat manapun yang masuk kedalam suatu daerah tersebut, bisa dalam bentuk tiket masuk objek wisata atau menggunakan jasa-jasa seperti perpustakaan daerah, parkir, kebersihan, pasar tradisional dan fasilitas pelayanan publik lainnya. Kesadaran masyarakat dan kejujuran pihak pengelola sangat dibutuhkan untuk mendukung retribusi daerah meningkat dan menjadi pemasukan daerah yang potensial selain pajak daerah.

Dengan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Retribusi Daerah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal. Penelitian ini mengasilkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani., S P HS, dkk (2015) yang menyebutkan bahwa Retribusi Daerah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal. Hal ini terjadi karena adanya anggapan yang menekankan dan memperjelas bahwa masyarakat memandang retribusi sebagai bagian dari program bukan sebagai pendapatan pemerintah daerah dan bersedia membayar hanya bila tingkat layanan dirawat dan ditingkatkan (Queen, 1998).

3. Pengaruh Lain-Lain PAD yang sah terhadap Belanja Modal di Provinsi Jawa Tengah.

Pada hipotesis 3 (H_3) dalam penelitian ini yaitu variabel Lain-Lain PAD yang sah pengujian menunjukkan bahwa H_3 ini ditolak. Artinya bahwa Lain-Lain PAD yang sah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal. Yang berarti bahwa kabupaten/kota di Jawa Tengah kurang dalam mengelola aset daerah mereka seperti menjual barang yang sudah tidak layak pakai, mengelola penerimaan sewa, dan pintar-pintar bendahara daerah masing-masing untuk menindak tegas oknum atau badan yang telat untuk membayar pajak daerah, retribusi daerah, dan keterlambatan pelaksanaan pekerjaan serta mencari potensi selain PAD guna menambah pendapatan daerahnya. Jika dana lain-lain PAD yang sah meningkat, dapat digunakan sewaktu-waktu untuk keadaan darurat daerah jika terjadi bencana, sehingga dapat meningkatkan alokasi belanja modal daerah tersebut dan meningkatkan kualitas pelayanan publik lebih baik.

Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Lain-lain PAD yang sah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal. Hasil pada penelitian ini sama

dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurdiwaty et al. (2017) yang menyatakan bahwa Lain-lain PAD yang sah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal.

4. Pengaruh Dana Alokasi Khusus (DAK) terhadap Belanja Modal di Provinsi Jawa Tengah.

Pada hipotesis 4 (H_4) dalam penelitian ini yaitu variabel Dana Alokasi Khusus (DAK) pengujian menunjukkan bahwa H_4 ini diterima. Artinya bahwa Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh terhadap Belanja Modal. Jika dana transfer yang bersumber dari pendapatan APBN yang dialokasikan kepada daerah tertentu untuk mendanai kegiatan khusus masalah urusan daerah dan sesuai dengan prioritas nasional semakin besar dari pusat menandakan semakin meningkatnya belanja modal daerah tersebut.

Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh terhadap Belanja Modal. Hasil pada penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wandira (2013) yang menyatakan bahwa Dana Alokasi Khusus (DAK) berpengaruh terhadap Belanja Modal.

SIMPULAN

Berdasarkan pengujian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Pajak Daerah berpengaruh terhadap Belanja Modal dengan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$ (nilai signifikan kurang dari 5%) sehingga disimpulkan bahwa H_1 diterima.
2. Variabel Retribusi Daerah tidak berpengaruh terhadap Belanja Modal dengan nilai signifikan yang dihasilkan $0,741 > 0,05$ (nilai signifikan lebih dari 5%) sehingga disimpulkan bahwa H_2 ditolak.
3. Variabel Lain-lain PAD yang sah berpengaruh terhadap Belanja Modal dengan nilai signifikan yang dihasilkan $0,293 > 0,05$ (nilai signifikan lebih dari 5%) sehingga disimpulkan bahwa H_3 ditolak.
4. Variabel Dana Alokasi Khusus berpengaruh terhadap Belanja Modal dengan nilai signifikan yang dihasilkan $0,000 < 0,05$ (nilai signifikan kurang dari 5%) sehingga disimpulkan bahwa H_4 diterima.

Saran

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Memperpanjang periode penelitian, agar diperoleh sampel yang lebih banyak.
2. Menambahkan variabel lain seperti variabel yang diperkirakan dapat mempengaruhi Belanja Modal, variabel penerimaan daerah lainnya maupun variabel non-keuangan seperti tingkat pengangguran, pertumbuhan ekonomi, maupun luas wilayah.

Saran bagi pemerintah :

1. Sebaiknya kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah lebih memperhatikan lagi potensi daerahnya agar tidak bergantung pada dana transfer dari pusat sebagai bentuk mewujudkan kemandirian daerah.
2. Membuka maupun meningkatkan potensi daerahnya sehingga nantinya mampu menunjang keuangan daerah dimana pada akhirnya akan meningkatkan siklus perekonomian daerah dan perekonomian masyarakat juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ramlan., Dr. Darwanis, M. Si, Ak.,& Dr. Abdullah., Syukriy, SE,M.Si, Ak (2016). "Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Lain-Lain PAD Yang Sah, Dan Dana Alokasi Khusus terhadap Belanja Modal(Studi pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Aceh). Jurnal Magister Akuntansi Volume 5, No. 2, Mei 2016, ISSN 2302-0164.
- Runtu V G., Walewangko E N., & Tolosang K D (2016). "Pengaruh Pajak dan Retribusi terhadap Belanja Modal Kota Manado (periode 2005-2015)".Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 03 Tahun 2016.
- MS., M Zahari (2018). "Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Belanja Modal di Kota Jambi". Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Vol.18 No.3 Tahun 2018.
- Handayani., S P HS, dkk (2015). "Pengaruh Penerimaan Pajak Daerah, Retribusi Daerah dan Dana Bagi Hasil (DBH) terhadap Belanja Modal di kabupaten/kota di Provinsi Aceh". Jurnal Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Volume 4, No. 2, Mei 2015 ISSN 2302-0164.
- Hassan Anggun., dkk (2016). "Pengaruh Dana Alokasi Umum, Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Belanja Modal (studi di Kota Manado tahun 2005-2015). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 03 Tahun 2016.
- Sudikal Komang.,& Budiarta I Ketut (2017). "Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Dana Alokasi Khusus pada Belanja Modal Provinsi Bali". Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.21.2. November (2017) ISSN: 2302-8556 E- 1689-1718.

- Mamonto Sandry Yossi, & Tolosang J. B. Kalangi dan Krest D (2014). "Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Belanja Modal (Studi pada Kabupaten Bolaang Mongondow Periode 2004-2013). Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi.
- Permatasari, Isti (2016). "Pengaruh Pendapatan Daerah terhadap Belanja Modal Kabupaten/kota di Jawa Timur". Jurnal ilmu dan Riset Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya Volume 5, nomor 1, Januari 2016. ISSN: 2460-0585.
- Wandira, Arbie Gugus (2013). "Pengaruh PAD, DAU, dan DBH terhadap Pengalokasian Belanja Modal". Accounting Analysis Journal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. AAJ 2 (1) (2013). ISSN: 2252-6765.
- Martini, Ni Luh Dina Selvia., Cipta Wayan., & Suwendra Wayan I (2014). "Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum dan Dana Alokasi Khusus terhadap Belanja Modal pada Kabupaten/Buleleng tahun 2006-2012".
- Nurdiwaty, Diah., Zaman Badrus., Krisnawati Efd (2017). "Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan, dan Lain-lain PAD yang sah terhadap Belanja Modal". Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol.17 No.1 Bulan Juli Tahun 2017. p-ISSN: 1411-4054/e-ISSN: 2579-3217.
- Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 91 tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah yang dipungut berdasarkan penetapan kepala daerah atau dibayar sendiri oleh wajib pajak.
- Peraturan Pemerintah Nomor 12 tahun 2019 pasal 33 ayat (4) Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 55 tahun 2005 tentang Dana Perimbangan pada pasal 1 angka 24.
- Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 33 Tahun 2004 Pasal 1 Ayat 18 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan Daerah.
- Undang-Undang Dasar 1945 Nomor 32 Tahun 2004 pasal 1 ayat 7, 8 dan 9 tentang Pemerintah Daerah.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah.
- Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia Tahun 2017-2019 Tentang Daftar Realisasi APBD seluruh daerah di Indonesia.

**PENGARUH REPUTASI KAP, KOMITE AUDIT TERHADAP
INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN DIMODERASI KOMISARIS
INDEPENDEN DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL (Studi Kasus
Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018)**

Ardian Christiana

Widaryanti

Luhgiatno

STIE Pelita Nusantara Semarang

Abstract

This study aims to analyze the effect of the reputation of KAP and the audit committee to integrity of financial statements with independent commissioners and institutional ownership as moderating variables. This study uses secondary data from the annual reports. The population in this study were real estate and property companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2018. The sampling technique used was purposive sampling and the number of samples was 32 companies. Methods of data analysis using the SPSS 26 program. The results of this study indicate that the reputation of KAP has a positive effect to integrity of financial statements. The audit committee has no effect to integrity of the financial statements. Independent commissioners do not moderate the influence of KAP reputation and audit committee to integrity of financial statements. Institutional ownership moderates the effect of KAP reputation to integrity of financial statements. Institutional ownership moderates the effect of audit committee to integrity of financial statements. The reputation of KAP and the audit committee has a simultaneous effect to integrity of financial statements.

Keywords: Reputation of KAP, Audit Committee, Independent Commissioner, Institutional Ownership, and Integrity of Financial Statement

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan dengan komisaris independen serta kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Pada penelitian ini menggunakan data yang berasal dari laporan tahunan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan jumlah perusahaan sampel sebanyak 32 perusahaan. Metode analisis data menggunakan program SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi KAP berpengaruh positif terhadap integritas laporan keuangan. Komite audit tidak berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan. Komisaris independen tidak memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan. Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan. Reputasi KAP dan komite audit berpengaruh secara simultan terhadap integritas laporan keuangan.

Kata kunci : Reputasi KAP, Komite Audit, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, dan Integritas Laporan Keuangan

ardianchristi@gmail.com

PENDAHULUAN

Laporan keuangan sangat penting bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi keuangan ke pihak yang berkepentingan (Nirmalasari, 2014). Oleh karena itu, laporan keuangan harus menyajikan informasi yang mudah dipahami, andal, relevan, dan dapat diperbandingkan, sehingga bermanfaat bagi penggunanya (PSAK revisi 2019). *Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 2* menjelaskan bahwa integritas laporan keuangan adalah kondisi dimana informasi dalam laporan keuangan disajikan secara wajar tanpa kesalahan dan dengan jujur menyajikan apa yang dimaksudkan untuk dinyatakan.

Kecurangan dalam penyajian laporan keuangan telah terjadi pada beberapa perusahaan baik luar negeri maupun dalam negeri seperti Enron, Satyam (Enron of Asia), PT Kimia Farma Tbk dan PT Kereta Api Indonesia, dimana manipulasi laporan keuangan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Fajaryani (2015) menyatakan bahwa kasus-kasus yang menunjukkan lemahnya integritas laporan keuangan perusahaan melibatkan baik pihak internal maupun pihak eksternal, yaitu akuntan publik. Kantor akuntan publik besar identik dengan KAP bereputasi tinggi dalam hal bersikap independen saat melaksanakan audit secara profesional. Dalam penelitian Machdar dan Nurdiniah (2018) menyatakan bahwa reputasi KAP memiliki pengaruh positif terhadap integritas laporan keuangan. Hal ini bertentangan dengan penelitian Gultom dan Adiwibowo (2018) yang menunjukkan bahwa reputasi KAP tidak berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan.

Keberadaan komite audit dalam perusahaan juga dapat meningkatkan integritas laporan keuangan. Komite audit bertanggung jawab dalam memastikan laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen telah memberikan gambaran yang sebenarnya dan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berterima umum mereka dapat meminimalkan upaya pihak manajemen untuk melakukan manipulasi data keuangan dan prosedur akuntansi yang dapat merugikan pemegang saham eksternal dalam menjaga integritas laporan keuangan (Fajaryani, 2015). Hasil penelitian Gultom dan Adiwibowo (2018), Qonitin dan Yudowati (2018), serta Syura (2018) menyimpulkan bahwa komite audit berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan. Namun, penelitian yang dilakukan Indrasari et al. (2016), Sukanto dan Widaryanti (2018), serta Heriadi (2018) menyatakan bahwa komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap integritas laporan keuangan.

Integritas laporan keuangan juga tidak terlepas dari adanya tata kelola perusahaan. Jika tata kelola perusahaan atau corporate governance sudah diterapkan dengan baik, maka perusahaan tidak perlu khawatir akan integritas laporan keuangannya. Dalam hal ini corporate governance diproxy dengan komisaris independen dan kepemilikan institusional (Heriadi, 2018). Penelitian Machdar dan Nurdiniah (2018) menunjukkan bahwa komisaris independen memperkuat pengaruh reputasi kantor akuntan publik pada integritas laporan keuangan. Penelitian Purba, et al. (2018) menyatakan corporate governance mampu memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan. Hasil berbeda ditunjukkan oleh Supriono, et al. (2018) menyatakan komisaris independen memperlemah pengaruh reputasi kantor akuntan publik terhadap integritas laporan keuangan. Penelitian Heriadi (2018) menunjukkan corporate governance yang diproxy dengan komisaris independen dan kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan property dan real estate, karena perusahaan ini sangat diminati oleh para investor untuk menginvestasikan dana miliknya. Perusahaan property dan real estate mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya proyek pembangunan secara besar-besaran, seperti pembangunan perumahan, apartemen, pusat-pusat perbelanjaan, gedung-gedung perkantoran dan sebagainya. Fenomena lainnya di perusahaan property dan real estate adalah terungkapnya kasus manipulasi laporan keuangan PT Hanson International Tbk (MYRX) yang mengakibatkan pendapatan pada laporan keuangan PT Hanson International per 31 Desember 2016 menjadi overstated dengan nilai material sebesar Rp. 613 miliar.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terhadap integritas laporan keuangan memicu keinginan untuk melakukan penelitian kembali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi integritas laporan keuangan. Topik yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) dan Komite Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan dengan Komisaris Independen serta Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2016-2018)”.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : Apakah reputasi KAP dan komite audit berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap integritas laporan keuangan? Dan apakah

komisaris independen dan kepemilikan institusional memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan?

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Teori Keagenan (Agency Theory)

Konsep teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu hubungan atau kontrak antara principal dan agent, dimana principal didefinisikan sebagai pihak yang memberikan mandat kepada pihak lain yang disebut agent (Jensen dan Meckling (1976) dalam Rozania, et al., 2013). Hubungan agensi dapat memicu timbulnya masalah keagenan, jika keputusan yang diambil oleh agen mengenai operasi perusahaan tidak sesuai dengan tujuan prinsipal yaitu memaksimalkan kemakmuran prinsipal melalui pemaksimalan nilai perusahaan, melainkan untuk memaksimalkan kemakmuran pribadi agen. Untuk menghindari tindakan-tindakan yang mementingkan diri sendiri, maka sangat diperlukan adanya kontrak yang efisien. Salah satu faktor yang harus dipenuhi dalam kontrak tersebut yaitu agen dan prinsipal memiliki informasi simetris (sama besarnya), namun informasi yang simetris antara manajemen dan pemegang saham sangat sulit diwujudkan. Jama'an (2008) dalam Heriadi (2018) menyatakan bahwa konflik keagenan dapat diminimalisir dengan cara memberikan insentif kepada agen berdasarkan kinerjanya dalam perusahaan dan melakukan pengawasan berupa penyusunan laporan keuangan periodik, serta adanya fungsi auditing yang bersifat independen. Hasil audit akuntan publik sebagai pihak independen dapat memberikan keyakinan kepada prinsipal atas laporan keuangan yang disajikan oleh agen. Disamping itu komite audit yang profesional untuk mengontrol informasi keuangan dalam perusahaan juga mampu mengurangi terjadinya konflik keagenan.

Integritas Laporan Keuangan

Integritas laporan keuangan adalah laporan keuangan yang memiliki prinsip moral yang tidak memihak, jujur, memandang fakta seperti apa adanya dan mengemukakan fakta tersebut (Martani, 2014). Laporan keuangan yang memiliki integritas tinggi maka harus memenuhi dua karakteristik utama dalam suatu laporan keuangan, yaitu relevansi (*relevance*) dan keandalan (*reliability*) (Hardiningsih, 2010). Integritas laporan keuangan dihitung dengan model Beaver and Ryan menggunakan *market book to value* yang diperoleh dengan membagi harga pasar saham dengan nilai buku saham dimana nilai buku

saham adalah total ekuitas dibagi dengan jumlah saham beredar (Machdar dan Nurdiniah, 2017):

$$ILKit = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}} \times 100\%$$

Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP)

Undang-undang Republik Indonesia No 05 tahun 2011 tentang akuntan publik mendefinisikan Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah badan usaha yang didirikan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan mendapatkan izin usaha. Reputasi kantor akuntan publik dapat dilihat dari adanya afiliasi dengan kantor akuntan publik besar yang berlaku universal atau dikenal dengan KAP *Big Four*. Kantor akuntan publik besar mempunyai insentif yang lebih besar untuk mengaudit dengan akurat, karena mereka memiliki lebih banyak hubungan spesifik dengan klien yang akan hilang jika laporan yang diberikan tidak akurat. KAP *big four* yang disebutkan adalah *Deloitte Touche Tohmatsu Limited*, *Pricewaterhouse Coopers (PwC)*, *Ernst and Young (EY)*, dan *Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG) International*. Variabel ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy* dimana angka 1 diberikan jika auditor yang mengaudit perusahaan merupakan auditor dari KAP *big four* dan 0 jika perusahaan diaudit oleh KAP *non big four* (Machdar dan Nurdiniah, 2017).

Komite Audit

Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggungjawab kepada dewan komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi komite audit diketuai oleh seorang komisaris independen (Peraturan OJK No. 55/POJK.04/2015). Otoritas Jasa Keuangan mewajibkan semua emiten atau perusahaan publik membentuk komite audit paling kurang terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang diambil dari komisaris independen dan pihak luar. Komite audit menggunakan pengukuran yang digunakan oleh Machdar dan Nurdiniah (2017) dimana komite audit sama dengan jumlah komite audit diperusahaan.

Komisaris Independen

Komisaris independen merupakan sebuah badan dalam perusahaan yang biasanya beranggotakan dewan komisaris yang independen yang berasal dari luar perusahaan yang berfungsi untuk menilai kinerja perusahaan secara luas dan keseluruhan (Emirzon (2007) dalam Lestarinigrum, 2019). Komisaris independen bertujuan untuk menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam rangka perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak- pihak lain yang terkait (Susiana dan Herawati (2007) dalam Sukanto dan Widaryanti, 2018). Dewan komisaris paling sedikit terdiri dari 2 (dua) orang

anggota dan 1 (satu) diantaranya adalah komisaris independen. Jumlah komisaris independen wajib paling sedikit 30% dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Komisaris independen diukur dengan rumus berikut : (Silfi et al., 2015).

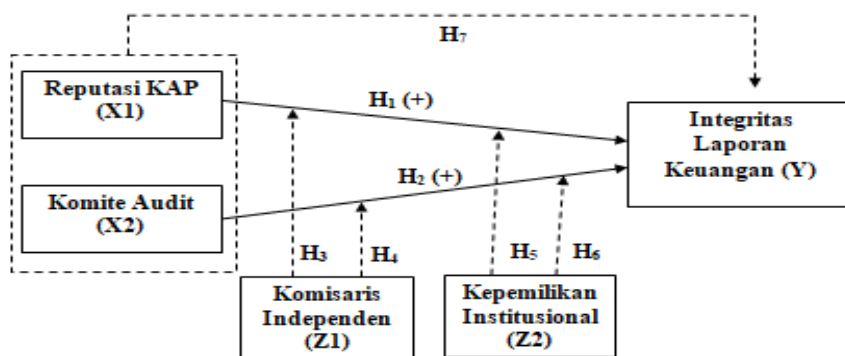
$$KIND = \frac{\text{Komisaris Independen}}{\text{Total Dewan Komisaris}} \times 100\%$$

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah persentase jumlah saham yang dimiliki oleh pihak eksternal, seperti lembaga, perusahaan, asuransi, bank atau institusi lainnya pada akhir periode akuntansi (Tarjo (2008) dalam Sukanto dan Widaryanti, 2018). Kepemilikan institusional diukur dari persentase antara saham yang dimiliki oleh institusi dibagi dengan banyaknya saham yang beredar. Kepemilikan institusional yang tinggi membatasi manajer untuk melakukan pengelolaan laba dan dapat meningkatkan integritas laporan keuangan. Kepemilikan institusi diukur dengan rumus sebagai berikut (Oktadella dan Zulaikha, 2011):

$$KINST = \frac{\text{Saham Milik Institusi}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100\%$$

Kerangka Konseptual



Pengembangan Hipotesis

Kantor akuntan publik yang memiliki reputasi baik dianggap memiliki kualitas yang baik untuk menjalankan fungsinya sebagai pihak independen untuk menyatakan kewajaran atau ketidakwajaran laporan keuangan kliennya. Sonia (2013) menyatakan audit yang dilakukan secara baik dan sesuai standar audit yang berlaku, akan mengurangi kemungkinan terjadinya tindak kecurangan dalam pemeriksaan laporan keuangan dan menambah kredibilitas laporan keuangan. Kantor akuntan publik dengan reputasi baik dipercaya mampu memberikan kualitas audit yang tinggi, sehingga hasil auditnya dapat dipercaya sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Dengan demikian laporan keuangan yang diaudit KAP dengan reputasi baik memiliki integritas tinggi.

H1: Reputasi KAP berpengaruh positif terhadap integritas laporan keuangan

Peran dan tanggungjawab komite audit dalam hal pelaporan keuangan adalah memonitor dan mengawasi audit laporan keuangan, memastikan agar standar dan kebijakan keuangan yang berlaku terpenuhi. Selain itu komite audit juga harus memeriksa ulang laporan keuangan apakah sudah sesuai dengan standar dan kebijakan tersebut, apakah sudah konsisten dengan informasi lain yang diketahui oleh anggota komite audit, serta menilai mutu pelayanan dan kewajaran biaya yang diajukan auditor eksternal. Keberadaan komite audit dapat mempengaruhi integritas laporan keuangan (Astria dan Ardiyanto, 2011). Semakin banyak anggota komite audit maka upaya manajemen untuk melakukan kecurangan semakin kecil, sebaliknya apabila anggota komite semakin sedikit maka peluang manajemen untuk melakukan kecurangan semakin besar. Oleh karena itu semakin banyak jumlah komite audit maka integritas laporan keuangan akan semakin tinggi.

H2: Komite audit berpengaruh positif terhadap integritas laporan keuangan

Komisaris independen adalah dewan komisaris perusahaan yang berasal dari pihak independen. Komisaris independen memiliki sifat integritas dan independensi yang kuat sehingga tidak mudah untuk dipengaruhi oleh manajemen dalam melakukan pengawasan terhadap laporan keuangan perusahaan. Machdar dan Nurdiniah (2017) menyatakan bahwa komisaris independen dalam perusahaan memperkuat pengaruh reputasi kantor akuntan publik terhadap integritas laporan keuangan. Semakin besar persentase komisaris independen maka akan memperkuat pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan.

H3: Komisaris independen memoderasi pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan

Keberadaan komisaris independen dalam perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kinerja komite audit dalam mengawasi kegiatan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan integritas laporan keuangan perusahaan. Semakin besar persentase komisaris independen diharapkan semakin meningkatkan kinerja komite audit dalam menjaga integritas laporan keuangan perusahaan, karena adanya pengawasan yang lebih besar dari komisaris independen (Purba, et al., 2018).

H4: Komisaris independen memoderasi pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan

Tindakan pengawasan perusahaan oleh pihak investor institusional dapat mendorong manajer untuk lebih memfokuskan perhatiannya terhadap kinerja perusahaan sehingga akan mengurangi perilaku mementingkan diri sendiri, sehingga manajemen akan memilih KAP dengan reputasi yang baik untuk meyakinkan investor institusional bahwa laporan keuangan yang disajikan berintegritas. Dengan demikian, semakin tinggi persentase kepemilikan institusional diharapkan akan memperkuat pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan (Machdar dan Nurdiniah, 2018).

H5: Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan.

Kepemilikan institusi lain diharapkan semakin meningkatkan kinerja komite audit untuk menjaga integritas laporan keuangan perusahaan. Dengan kepemilikan institusional yang Semakin besar kepemilikan institusional maka komite audit akan lebih berhati-hati dalam mengawasi manajemen agar menyajikan informasi yang sebenarnya, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan oleh manajemen lebih berintegritas (Purba, et al., 2018).

H6: Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan

METODA

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa annual report (laporan tahunan) perusahaan *property* dan *real estate* di BEI selama tahun 2016-2018. Data diperoleh dari penelitian ini berasal dari IDX statistik dan www.idx.co.id.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan kriteria: 1) Terdaftar sebagai perusahaan sektor *property* dan *real estate* di BEI selama tahun 2016-2018. 2) Perusahaan sektor *property* dan *real estate* secara konsisten menerbitkan annual report berturut-turut selama tahun 2016-2018. 3) Perusahaan menyampaikan data sesuai dengan variabel yang dipakai selama periode penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dari 96 sampel perusahaan property dan real estate nilai minimum integritas laporan keuangan sebesar 9%, nilai maksimum sebesar 199,3%. Nilai rata-rata (mean) sebesar 69,7% dan standar deviasi sebesar 39%. Hasil uji frekuensi reputasi KAP diketahui bahwa dari 96 sampel perusahaan properti dan real estate yang diteliti terdapat 22,9% yang diaudit oleh KAP big four atau yang berafiliasi, sedangkan 77,1% diaudit oleh KAP non big four. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dari 96 sampel perusahaan properti dan real estate variabel komite audit memiliki nilai minimum sebanyak 2 orang, nilai maksimum sebanyak 3 orang, dan standar deviasi sebesar 0,0326793. Nilai rata-rata sebesar 2,885417 yang artinya sebagian besar perusahaan yang diteliti memiliki anggota komite audit sebanyak 3 orang. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dari 96 sampel perusahaan properti dan real estate variabel komisaris independen memiliki nilai minimum sebesar 20%, nilai maksimum 83%, dan standar deviasi sebesar 0,0106525. Variabel komisaris independen mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,409688 atau 40%. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dari 96 sampel perusahaan properti dan real estate variabel kepemilikan institusional memiliki nilai minimum sebesar 9%, nilai maksimum sebesar 98%, serta standar deviasi sebesar 2%. Variabel kepemilikan institusional mempunyai nilai rata-rata sebesar 64%.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed)	,111			
Multikolinieritas	Tolerance	RKAP	KA	KIND	KINST
	VIF	,934	,905	,928	,944
Heteroskedastisitas	Sig.	1,070	1,105	1,078	1,059
	<i>Durbin-Watson</i>	,365	,222	,175	,095
Autokorelasi		1,786			

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar $0,111 > 0,05$. Penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 untuk semua variabel. Penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai sig. $> 0,05$ untuk semua variabel. Posisi nilai *Durbin-Watson* berada diantara dU dan (4-dU) yaitu $1,755 < 1,786 <$

2,245 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

		Constant	RKAP	KA	RKAP_KIND	KA_KIND	RKAP_KINST	KA_KINST
Unstd. Coefficients	B	,462	,506	-,064	-,154	,053	-,688	,209
	Std. Error	,251	,250	,106	,152	,104	,263	,050
	t	1,843	2,024	-,604	-1,013	,516	-2,621	4,192
	Sig.	,070	,070	,548	,315	,608	,011	,000
F _{hitung}		14,058						
Sig. F		0,000						
Adjusted R Square		.370						

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 2 maka persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$ILK = 0,462 + 0,506 \text{ RKAP} - 0,064 \text{ KA} - 0,154 \text{ RKAP_KIND} + 0,053 \text{ KA_KIND} - 0,688 \text{ RKAP_KINST} + 0,209 \text{ KA_KINST} + \varepsilon$$

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa uji t untuk H1 menunjukkan nilai thitung sebesar 2,024 dengan derajat signifikansi sebesar 0,047, maka H1 diterima. Uji t untuk H2 menunjukkan nilai thitung sebesar -0,604 dengan derajat signifikansi sebesar 0,548, maka H2 ditolak. Uji t untuk H3 menunjukkan nilai thitung sebesar -1,013 dengan derajat signifikansi sebesar 0,315, maka H3 ditolak. Uji t untuk H4 menunjukkan nilai thitung sebesar 0,516 dengan derajat signifikansi sebesar 0,608, maka H4 ditolak. Uji t untuk H5 menunjukkan nilai thitung sebesar -2,621 dengan derajat signifikansi sebesar 0,011, maka H5 ditolak. Uji t untuk H6 menunjukkan nilai thitung sebesar 4,196 dengan derajat signifikansi sebesar 0,000, maka H6 diterima. Hasil uji F pada tabel 3 menunjukkan signifikansi pada tingkat 0,000 dan Fhitung 14,058 maka H7 diterima.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,370 atau 37%. Dengan demikian integritas laporan keuangan dapat dijelaskan oleh 2 variabel independen yaitu reputasi KAP dan komite audit dengan di moderasi oleh komisaris independen dan kepemilikan institusional sebesar 37%, sedangkan sisanya yaitu 63% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Reputasi KAP Terhadap Integritas Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian disimpulkan bahwa reputasi KAP berpengaruh positif dan signifikan terhadap integritas laporan keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* pada periode 2016-2018. Kantor akuntan publik *Big Four* termasuk KAP yang memiliki reputasi baik di dunia Internasional. Mereka memiliki reputasi baik karena jaringannya tersebar luas di dunia serta memiliki auditor yang kompeten dan telah berpengalaman. Pihak investor akan lebih yakin atau percaya dengan perusahaan yang menggunakan jasa audit KAP *Big Four*. Dengan demikian KAP dengan reputasi baik dapat menghasilkan laporan keuangan yang memiliki integritas tinggi. Hasil pengujian menunjukkan arah pengaruh positif berarti bahwa perusahaan yang telah menggunakan jasa KAP *Big Four* menyajikan laporan keuangan berintegritas. Penemuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Machdar & Nurdiniah (2018), Purba, dkk (2018), dan Heriadi (2018). Hasil penelitian mereka menyatakan bahwa reputasi KAP memiliki pengaruh positif terhadap integritas laporan keuangan.

Pengaruh Komite Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian disimpulkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Keberadaan komite audit kurang efektif karena jumlah komite audit di perusahaan belum tentu dapat memaksimalkan fungsinya dalam praktik akuntansi. Komite audit disinyalir hanya melakukan penelaahan atas informasi keuangan dan akuntansi yang akan dikeluarkan perusahaan, tetapi tidak langsung terlibat dalam menyelesaikan masalah keuangan yang dihadapi oleh perusahaan. Selain itu, pengukuran komite audit dalam penelitian ini hanya menghitung jumlah komite audit dalam perusahaan yang diteliti. Hal tersebut disinyalir kurang mampu untuk menilai pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan. Penemuan ini mendukung penelitian Indrasari et al. (2016), Sukanto dan Widaryanti (2018), serta Heriadi (2018). Hasil penelitian mereka menyatakan bahwa komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap integritas laporan keuangan.

Komisaris Independen Memoderasi Reputasi KAP Terhadap Integritas Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian disimpulkan bahwa komisaris independen tidak memediasi pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Persentase komisaris independen dalam perusahaan tidak mempengaruhi reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan yang disajikan untuk pihak yang membutuhkan

laporan keuangan perusahaan. Tugas dan fungsi komisaris independen tidak berpengaruh langsung terhadap bagian-bagian dalam pengukuran integritas laporan keuangan. Disamping itu, kantor akuntan publik bekerja secara independen sehingga tidak dapat dipengaruhi oleh pihak lain. Penemuan ini konsisten dengan penelitian Nurjanah (2014), Heriadi (2018) dan Purba, et al. (2018). Hasil penelitian mereka menyatakan komisaris independen tidak mampu memperkuat pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan perusahaan.

Komisaris Independen Memoderasi Komite Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan
Berdasarkan hasil pengujian disimpulkan bahwa komisaris independen tidak memoderasi pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Besar atau kecilnya persentase komisaris independen kurang efektif untuk membantu kinerja komite audit dalam menjaga integritas laporan keuangan perusahaan. Keberadaan komisaris independen dalam perusahaan disinyalir hanya sebagai pemenuh regulasi dan peraturan pemerintah tetapi tidak dapat menegakan tata kelola yang baik. Penemuan ini konsisten dengan hasil penelitian Heriadi (2018). Dalam penelitiannya Heriadi menyatakan bahwa komisaris independen tidak mampu memperkuat pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan.

Kepemilikan Institusional Memoderasi Reputasi KAP Terhadap Integritas Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional secara signifikan memperlemah pengaruh reputasi KAP terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki persentase kepemilikan institusional yang tinggi dan menggunakan jasa KAP *big four* atau afiliasinya belum tentu mampu meningkatkan integritas laporan keuangan. Hal ini karena terjadinya beberapa skandal kecurangan dalam laporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan besar yang menggunakan jasa KAP *big four*. Penemuan ini konsisten dengan hasil penelitian Heriadi (2018) dan Purba, et al. (2018). Hasil penelitian mereka menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak dapat memperkuat pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan perusahaan.

Kepemilikan Institusional Memoderasi Komite Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional secara signifikan memperkuat pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan

perusahaan. Semakin besar kepemilikan institusional maka komite audit akan lebih berhati-hati dalam mengawasi manajemen agar menyajikan informasi yang sebenarnya, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan oleh manajemen lebih berintegritas. Hal ini karena, dalam sebuah perusahaan komite audit mengawasi dan melindungi hak-hak pihak di luar manajemen perusahaan. Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian Purba, *et al.* (2018). Hasil penelitian mereka menyatakan bahwa kepemilikan institusional dapat memperkuat pengaruh komite audit terhadap integritas laporan keuangan perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa reputasi KAP berpengaruh positif terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Komite audit tidak berpengaruh terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Komisaris independen tidak memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh reputasi KAP dan komite audit terhadap integritas laporan keuangan perusahaan. Reputasi KAP dan komite audit berpengaruh secara simultan terhadap integritas laporan keuangan. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menambah variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi integritas laporan keuangan serta menambahkan aspek seperti independensi komite audit, jumlah pertemuan komite audit, dan lain-lain untuk mengukur variabel komite audit.

DAFTAR PUSTAKA

- Aronmwan, E., Ashafoke, T., & Mgbame, C. (2013). Audit firm reputation and audit quality. *European Journal of Business and Management*, 5(7), 66-75.
- Board, F. A. S. (1978). *Statement Of Financial Accounting Concepts No. 1. Objectives Of Financial Reporting By Business Enterprises.*
- Fajaryani, A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Integritas Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2013). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 67-82.
- Financial Accounting Standard Board. 1980. "Statement Of Financial Accounting No.2 : "Qualitative Characteristics Of Accounting Information,".
- Forum For Corporate Governance In Indonesian (FCGI). Diakses Di [Www.Fcgi.Org.Id](http://www.Fcgi.Org.Id) 2 Januari 2020.
- Ghozali, I. (2011). *Application of multivariate analysis with SPSS program.* Semarang: Diponegoro University Publishing Agency.
- Gultom, R., & Adiwibowo, A. S. (2018). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Reputasi Kap, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2016) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).

- Hamid, M. S., & Solikhah, N. (2017). Pengaruh Independensi, Mekanisme Corporate Governance Dan Kualitas Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011–2015). *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 167-178.
- Hardiningsih, P. (2010). Pengaruh Independensi, Corporate Governance, Dan Kualitas Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Kajian Akuntansi*, 2(1).
- Heriadi, W. (2018). Pengaruh Komite Audit Dan Reputasi Kantor Akuntan Publik Terhadap Integritas Laporan Keuangan Dengan Corporate Governance Sebagai Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Jasa Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Standar Akuntansi Keuangan Efektif Per 1 Januari 2018*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Indrasari, A., Yulianthari, W. S., & Triyanto, D. N. (2016). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Dan Financial Distress Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 20(1), 117-133.
- Institut Akuntan Publik Indonesia. (2011). *Standar Profesional Akuntan Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Isnita, Ai N. T. (2019). Analisis Kasus Fraud PT. Hanson (2016). Diakses dari <https://www.coursehero.com/file/54867379/439472980-Analisis-Fraud-Pt-Hansondocx/>
- Keputusan Ketua Bapepam No. Kep-643/Bl/2012. Peraturan Nomor Ix.I.5. Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.
- Kieso E. Donald, Weygandt J Jerry, Warfield Terry D. 2011. "Akuntansi Intermediate". Jilid 1, Edisi 12, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Machdar, N. M., & Nurdiniah, D. (2018). The Influence of Reputation of Public Accounting Firms on the Integrity of Financial Statements with Corporate Governance as the Moderating Variable. *Binus Business Review*, 9(3), 177-186.
- Manan, K. A. P. S. Manipulasi Laporan Keuangan PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Diakses dari http://www.academia.edu/download/45171007/Manipulasi_Laporan_Keuangan_Pt_Kereta_Api_Indonesia.docx
- Martani, Dwi. 2014. *Akuntansi Keuangan Menengah Ii*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mayangsari, Sekar Dan Wilopo. 2002. Konservatisme Akuntansi, Valuerellevance Dan Discretionary Accrual: Implikasi Empiris Model Feltham- Ohlson. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 7 (2): 154-178.
- Mulyadi. (2012). *Auditing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nicolin, O., & Sabeni, A. (2013). Pengaruh Struktur Corporate Governance, Audit Tenure, Dan Spesialisasi Industri Auditor Terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2011) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Oktadella, D. (2010). Zulaikha, ". Analisis Corporate Governance Terhadap Integritas Laporan Keuangan". *E-Journal*.
- Parsaoran, D. (2009). Skandal Manipulasi Laporan Keuangan PT Kimia Farma Tbk. Diakses dari <https://davidparsaoran.wordpress.com/2009/11/04/skandal-manipulasi-laporan-keuangan-pt-kimia-farma-tbk/>
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor:17/PMK.01/2008 Tentang Jasa Akuntan Publik.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 33/Pojk.04/2014 Tentang Direksi Dan Dewan Komisaris Emiten Atau Perusahaan Publik
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 Tahun 2015 Tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.

PSAK No. 1 Revisi 2019 Tentang Penyajian Laporan Keuangan

- Purba, E. E. B., Darlis, E., & Wiguna, M. Pengaruh Reputasi KAP, Komite Audit Dan Pergantian Auditor Terhadap Integritas Laporan Keuangan Dengan Pemoderasi Corporate Governance (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Ekonomi*, 26(4).
- Qonitin, R. A., & Yudowati, S. P. (2018). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Dan Kualitas Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 85-100.
- Rachman, F. W. (2016). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Spesialisasi Industri Auditor, Dan Audit Brand Name Terhadap Integritas Laporan Keuangan: Studi Empiris Pada Perusahaan Di Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014.
- Rozania, R. A. Z., & Nindito, M. (2013). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Pergantian Auditor, Spesialisasi Industri Auditor Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Symposium Nasional Akuntansi XIV*.
- Savero, D. O., Nasir, A., & Safitri, D. (2017). Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Instutisional dan Kepemilikan Manajerial terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Standar Pemeriksaan Keuangan Negara Nomor 1 Tahun 2007 Tentang Pelaksanaan Pemeriksaan Oleh Auditor.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, E., & Widaryanti, W. (2018). Analisis Pengaruh Ukuran Kap Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Integritas Laporan Keuangan. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 3(1), 31-42.
- Tunggal, H. S. (2013). *Internal Audit & Corporate Governance*. Jakarta: harvarindo.
- Undang-undang Republik Indonesia No 05 tahun 2011 Tentang Akuntan Publik.
- Yadiati, H. W., Abdulloh Mubarak, S. E., & MM, A. (2017). *Kualitas Pelapor Keuangan: Kajian Teoretis Dan Empiris (Edisi Pertama)*. Prenada Media.
- www.idx.co.id

PENGARUH UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK (KAP), OPINI AUDITOR, *FINANCIAL DISTRESS*, DAN PERGANTIAN MANAJER TERHADAP AUDITOR SWITCHING (Studi Empiris pada Perusahaan *Real Estate dan Property* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)

Devi Tiara Putri⁵²

Nursiam

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstract

The study aims to determine the effect of the size of Public Accounting Firm (KAP), Audit Opinion, Financial Distress, and Change of Manager in real estate and property companies listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the 2017-2019 period. The data used are secondary. The total sample from the observation is 123 sample obtained with the purposive sampling method. The research used logistic regression analysis techniques. The result of this research indicate that the size of the Public Accounting Firm (KAP) , Financial Distress, Change of Manager had no effect on auditor switching, and Audit Opinion affect on auditor switching

Keywords: *auditor switching, size of public accounting firm (KAP), audit opinion, financial distress, change of managers.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP), opini audit, financial distress, dan pergantian manajer pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Total sample dalam penelitian ini adalah 123 sample yang diperoleh dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP), financial distress, dan pergantian manajer tidak berpengaruh terhadap auditor switching, sedangkan opini audit berpengaruh terhadap auditor switching.

Kata Kunci: *auditor switching, ukuran kantor akuntan publik (KAP), opini audit, financial distress, pergantian manajer.*

PENDAHULUAN

Perusahaan yang sudah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mempunyai kewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan. Laporan keuangan adalah alat yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai laporan keuangan suatu perusahaan. Laporan keuangan digunakan oleh beberapa pihak eksternal seperti

⁵² b200170441@gmail.com

investor, kreditor, dan pemerintah. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya pihak yang menggunakan laporan keuangan. Banyaknya pihak yang membutuhkan laporan keuangan sehingga menyebabkan perusahaan harus menyediakan laporan keuangan yang wajar sesuai dengan standar akuntansi agar tidak menimbulkan kerugian yang akan berdampak dimasa yang akan datang. Oleh karena itu seorang auditor diwajibkan untuk menjalankan tugasnya secara transparan untuk mempertahankan independensinya. Menurut Nasser et. al. (2006) dalam Yanti (2016) berpendapat bahwa independensi seorang auditor akan hilang apabila auditor terlibat dalam hubungan pribadi dengan klien, oleh karena itu hal tersebut dapat mempengaruhi sikap mental dan opini mereka ketika melakukan pekerjaan.

Auditor yang tidak independen dalam melakukan tugasnya akan terlihat seperti pada kasus pada PT. Kimia Farma Tbk. Yang pada saat itu laporan keuangan di audit oleh Hans Tuanakotta dan Mustofa (HTM) yang menimbulkan kecurigaan oleh Kementerian BUMN dan Bapepam hal itu dikarenakan adanya rekaan penilaian terhadap laba bersih terlalu besar sehingga menimbulkan kecurigaan oleh pihak Kementerian BUMN dan Bapepam yang ternyata melibatkan pihak direksi PT. Kimia Farma Tbk. dalam penggelembungan (*mark up*) laba bersih perusahaan pada tahun buku 2001 (Arsih, 2015).

Dengan adanya kasus tersebut membuat perusahaan perlu melakukan *auditor switching* untuk menjaga independensi dan kualitas perusahaan tersebut dimata para pemakai laporan keuangan. Peraturan mengenai *auditor switching* diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 20 Tahun 2015 mengenai Praktik Akuntan Publik yang menyatakan bahwa pergantian auditor setelah masa perikatan paling lama 5 tahun berturut-turut dengan ketentuan perusahaan dapat melakukan perikatan kembali selama 2 tahun buku secara berturut-turut yang tidak dalam masa perikatan dengan auditor tersebut. Peraturan tersebut digunakan untuk menyempurnakan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Peraturan Menteri Nomor 17/PMK.01/2008 mengenai kantor akuntan publik.

Di Indonesia Kantor Akuntan Publik di bagi menjadi 2 yaitu KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* dan *Non Big Four*. Menurut Wijayanti (2010) dalam Lesmana (2016) menyatakan bahwa KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* memiliki kemungkinan perusahaan melakukan *auditor switching* akan semakin kecil, sedangkan KAP yang tidak berafiliasi dengan non *Big Four* memiliki kemungkinan besar untuk melakukan *auditor*

switching. Hal tersebut juga diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh Manto dan Manda (2018) yang menyatakan bahwa ukuran KAP berpengaruh secara signifikan terhadap *auditor switching*.

Opini auditor adalah pendapat yang dikeluarkan oleh seorang auditor atau Kantor Akuntan Publik apabila telah melakukan tugasnya dalam mengaudit laporan keuangan. Menurut Sthepani dan Prabowo (2017) opini wajar tanpa pengecualian (*unqualified opinion*) dapat memberikan kesan yang negatif terhadap perusahaan yang dapat menimbulkan adanya *auditor switching*.

Financial distress adalah suatu kondisi keuangan dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan. Hal tersebut terjadi karena perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya dan dapat mengalami kebangkrutan. Menurut Wea dan Murdiawati (2015) yang menyatakan bahwa *financial distress* dapat berpengaruh secara signifikan terhadap *auditor switching* hal ini dikarenakan tingginya biaya untuk membayar seorang auditor sedangkan perusahaan sedang dalam kesulitan keuangan.

Pergantian manajemen disuatu perusahaan merupakan pergantian direksi disuatu perusahaan yang dilakukan dengan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) atau dari keinginan pribadi. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian dari Manto dan Manda (2018) yang menyatakan bahwa pergantian manajer dapat berpengaruh terhadap *auditor switching*.

TELAAH PUSTAKA

Teori Agensi

Teori agensi ini merupakan dasar dalam untuk memahami *auditor switching*. Menurut Godfrey (2010) dan Hery (2017) dalam Manto dan Manda (2018) teori keagenan adalah hubungan kontrak antara pemilik perusahaan (*principal*) dan dengan pihak manajemen (*agent*) dimana pemilik perusahaan memberikan wewenang kepada manajemen untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan (Manto dan Manda, 2018). Hubungan antara manajer (*agent*) dengan pemegang saham (*principal*) terkadang dapat menimbulkan permasalahan atau konflik, sehingga perlu adanya solusi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Karena sering terjadi konflik maka diperlukan pihak yang netral yaitu auditor independen yang berperan sebagai pihak penengah dan sebagai pihak pengawas dengan cara memantau laporan keuangan.

Auditor Switching

Auditor Switching adalah pergantian Kantor Akuntan Publik (KAP) dilakukan oleh perusahaan atau klien yang sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 20 Tahun 2015 mengenai Praktik Akuntan Publik yang menyatakan bahwa pergantian auditor setelah masa perikatan paling lama 5 tahun berturut-turut dengan ketentuan perusahaan dapat melakukan perikatan kembali selama 2 tahun buku secara berturut-turut yang tidak dalam masa perikatan. Peraturan tersebut dikeluarkan untuk menyempurnakan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 17/PMK.01/2008. *Auditor switching* dilakukan agar menjaga keindepenan seorang auditor dalam melakukan tugasnya dalam mengaudit laporan keuangan (Manto dan Manda, 2018). Banyaknya perusahaan yang melakukan *auditor switching* dikarenakan ingin mendapatkan kualitas terbaik dari layanan yang diberikan oleh perusahaan, untuk mendapatkan opini yang diharapkan, dan dapat mengurangi biaya (Rimadani, 2018).

Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP)

Menurut S.K. Menteri Keuangan No. 470/KMK.017/1999 pada 4 oktober 1999, kantor akuntan publik adalah lembaga yang memiliki izin dari menteri keuangan sebagai wadah bagi akuntan publik dalam menjalankan pekerjaannya (Juliantari dan Rasmini, 2013). Menurut Panjaitan (2014) ada Kantor Akuntan Publik (KAP) lokal yang berafiliasi dengan KAP *Big Four*, KAP tersebut diantaranya adalah:

1. KAP Purwantoro, Sarwoko, dan Sandjaja berafiliasi dengan *Ernst and Young*
2. KAP Osman Bing Satrio dan Rekan berafiliasi dengan *Deloitte Touche Tohmatsu*
3. KAP Siddharta dan Widjadja berafiliasi dengan *Klynveld, Peat, Marwick, Geordeler*
4. KAP Tanudireja Wibisana dan Rekan berafiliasi dengan *Pricewaterhouse Coopers*

Perusahaan lebih percaya menggunakan jasa audit dari kantor audit yang berafiliasi dengan *Big Four* karena dianggap lebih memiliki kualitas dalam melakukan tugasnya mengaudit laporan keuangan, sehingga reputasi dari KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* dianggap lebih bisa dipercaya dan diandalkan. Menurut Yanti (2016), perusahaan akan lebih memilih KAP dengan kualitas yang baik dari KAP lainnya untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan didalam perusahaan tersebut dan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dimata para pemakai laporan keuangan. Banyaknya perusahaan yang memilih menggunakan KAP *Big Four* dikarenakan KAP *Big Four* lebih bisa menjaga independensinya daripada KAP *non Big Four*.

Opini Auditor

Opini audit merupakan hasil yang diberikan oleh auditor dari Kantor Akuntan Publik yang telah melaksanakan tugasnya dalam memeriksa laporan keuangan. Hasil yang diberikan dapat berupa opini. Opini tersebut merupakan hasil pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor sesuai dengan standar audit. Menurut Halim dan Totok (2014) standar akuntansi ada lima pendapat yang diterbitkan oleh seorang auditor, yaitu:

1. Pendapat Wajar Tanpa Pengecualian (*Unqualified Opinion*)

Pendapat ini diberikan auditor apabila auditor telah menyelesaikan tugasnya dalam mengaudit laporan keuangan sesuai dengan standar dan prinsip pengauditan dan tidak memerlukan tambahan bahasa penjas.

2. Pendapat Wajar Tanpa Pengecualian dengan Tambahan Penjelas (*Unqualified Opinion with Explanatory Paragraph*)

Pendapat ini diberikan oleh auditor apabila auditor telah melaksanakan tugasnya sesuai dengan prinsip dan standar akuntansi yang berterima umum namun membutuhkan tambahan bahasa penjelas yang dikarenakan adanya beberapa hal lain diantaranya seperti adanya penyimpangan dari prinsip akuntansi.

3. Pendapat wajar dengan pengecualian (*Qualified Opinion*)

Pendapat ini diberikan auditor apabila tidak adanya bukti yang kompeten yang cukup dan adanya pembatasan lingkup audit yang material namun tidak mempengaruhi laporan keuangan secara keseluruhan.

4. Pendapat tidak wajar (*Adverse Opinion*)

Pendapat tidak wajar terjadi karena laporan keuangan tidak disajikan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi yang berterima umum, baik berupa keuangan, hasil usaha dan arus kas. Auditor harus menjelaskan alasan pendukung terhadap pemberian pendapat tidak wajar ini, dan harus memikirkan dampak utama terhadap diberikannya pendapat ini terhadap laporan keuangan.

5. Pernyataan tidak memberikan pendapat (*Disclaimer*)

Pendapat ini diberikan apabila adanya pembatasan lingkup audit yang sangat material baik oleh klien maupun karena kondisi tertentu yang dapat berpengaruh terhadap tidak independennya auditor terhadap klien.

Financial Distress

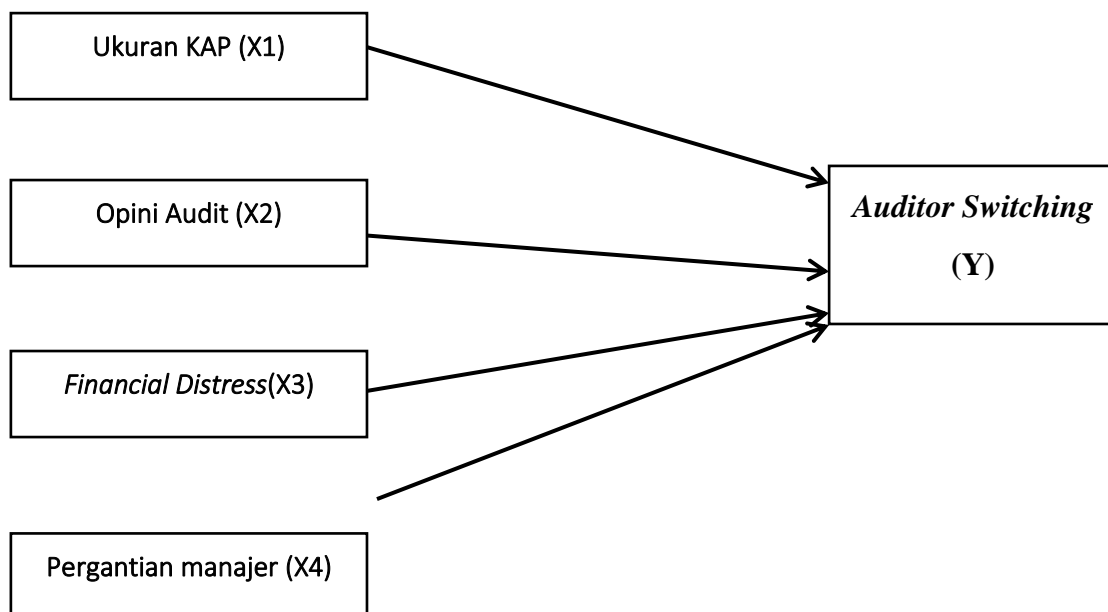
Financial distress adalah suatu kondisi perusahaan yang sedang mengalami kesulitan keuangan. Menurut (Plat, 2002) dalam Manto dan Manda (2018) mendefinisikan

financial distress sebagai tahap penurunan kondisi keuangan yang terjadi sebelum kebangkrutan ataupun terjadinya likuidasi. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *financial distress* adalah kondisi keuangan perusahaan yang paling buruk, karena perusahaan tidak dapat melunasi kewajiban lancar seperti hutang dan beban. Pada saat mengalami *financial distress* perusahaan akan mengalami penurunan dalam menghasilkan laba, dalam hal ini membuat perusahaan kesulitan dalam membayarkan kewajibannya, oleh karena itu dapat menyebabkan perusahaan terancam bangkrut karena terjadinya *financial distress*.

Pergantian Manajemen

Pergantian manajemen adalah perubahan struktur kepengurusan suatu perusahaan. Pergantian manajemen dikarenakan keinginan sendiri atau karena Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) di dalam perusahaan tersebut. Tugas utama dari seorang manajer adalah bertanggung jawab terhadap perusahaan, tanggung jawab yang dilakukan oleh seorang manajer terbilang berat, karena harus mengatur secara keseluruhan demi keberlangsungan kehidupan perusahaan agar terus maju dan semakin berkembang (Olivia, 2014) dalam Lesmana (2016). Hal yang dilakukan oleh manajer yang baru didalam perusahaan ini biasanya adalah melakukan pergantian auditor atau *auditor switching*, hal ini dilakukan karena manajer yang baru biasanya memiliki standar atau kualitas penilaian tertentu terhadap sesuatu termasuk didalamnya yaitu penilaian terhadap auditor.

Pengembangan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) terhadap *Auditor Switching*

Perusahaan akan cenderung mencari Kantor Akuntan Publik (KAP) yang berkualitas tinggi, untuk meningkatkan kualitas dalam laporan keuangan perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata para pengguna laporan keuangan (Halim, 1997 dalam Damayanti dan Sudarma, 2007). Perusahaan yang memiliki kredibilitas yang baik akan lebih memilih menggunakan KAP yang berkredibilitas tinggi juga. Perusahaan biasanya akan memilih KAP yang bergabung didalam *Big Four* daripada yang tidak bergabung di KAP non *Big Four*, hal ini dianggap bahwa KAP yang berafiliasi dengan *Big Four* dianggap lebih berkualitas, profesional dan independensinya dapat di dipertahankan. Menurut Manto dan Manda (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ukuran KAP menjadi penyebab utama dari terjadinya *auditor switching* hal itu dikarenakan ukuran KAP dapat mencerminkan kualitas dan reputasi dari KAP yang baik. Sehingga pernyataan tersebut dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H1: Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) berpengaruh terhadap *Auditor Switching*

2. Pengaruh Opini Auditor terhadap *Auditor Switching*

Opini audit merupakan pernyataan yang diberikan dari seorang auditor untuk perusahaan yang sedang menilai penyajian laporan keuangan yang ada didalam perusahaan. Menurut Kawijaya dan Juniarti (2002) bahwa opini selain WTP memang cenderung kurang disukai oleh klien, karena opini yang *qualified* dapat berdampak negatif dimata para investor. Apabila opini yang diberikan oleh auditor tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh klien atau perusahaan maka terdapat kecenderungan untuk melakukan *auditor switching* semakin besar. Menurut Arifati (2016) perusahaan lebih menginginkan audit mengeluarkan pendapat wajar tanpa pengecualian terhadap laporan keuangannya. Apabila audit tidak dapat memberikan opini sesuai yang diharapkan oleh perusahaan maka hal ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan oleh pihak eksternal dan biasanya akan memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu perusahaan yang mendapat opini yang tidak sesuai akan cenderung melakukan *auditor switching*. Sehingga pernyataan tersebut dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H2: Opini Auditor berpengaruh terhadap *Auditor Switching*

3. Pengaruh *Fiancial Distress* terhadap *Auditor Switching*

Financial distress adalah suatu kondisi perusahaan yang sedang mengalami kesulitan keuangan. Menurut Adnan dan Kurniasih (2000: 137) dan (Ramadhani, 2009) dalam Dwijayanti (2010) kebangkrutan yang dialami perusahaan dapat diartikan sebagai kegagalan keuangan atau *financial failure* dan kegagalan ekonomi atau *economic failure*. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Wea dan Murdiawati (2015) menyatakan bahwa perusahaan yang mengalami *financial distress* cenderung melakukan *auditor switching* hal ini disebabkan karena pada *financial distress* perusahaan tidak mampu membayar auditor karena biayanya terlalu tinggi, sehingga perusahaan cenderung melakukan *auditor switching* untuk mencari KAP yang biaya pelayanannya tidak terlalu tinggi. Sehingga pernyataan tersebut dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H3: *Financial Distress* berpengaruh terhadap *Auditor Switching*

4. Pengaruh Pergantian Manajemen terhadap *Auditor Switching*

Pergantian manajemen dikarenakan keinginan sendiri atau karena Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) di dalam perusahaan tersebut. Biasanya manajer yang baru akan mengganti kantor KAP yang lama dengan KAP yang dinilai baik oleh manajer dan diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap laporan keuangan di dalam perusahaan. Adanya CEO atau manajer baru bisa saja akan merubah kebijakan dalam bidang akuntansi, keuangan, dan pemilihan KAP (Damayanti dan Sudarma, 2010). Menurut hasil penelitian dari Manto dan Manda (2018) pergantian manajer berpengaruh terhadap *auditor switching* hal itu dikarenakan manajer akan mempertahankan auditor yang selaras dengan apa yang telah disepakati. Sehingga pernyataan tersebut dapat disimpulkan hipotesisnya sebagai berikut:

H4: Pergantian Manajer berpengaruh terhadap *Auditor Switching*

METODA

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

Sample Penelitian dan Teknik Pengambilan Sample

Sample dalam penelitian ini mengambil data dari perusahaan real estate dan property yang terdaftar Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2019. Dalam penelitian ini akan mengambil sample dengan metode purposive sampling.

Data dan Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan melihat laporan dari perusahaan-perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data yang digunakan diambil dari Bursa Efek Indonesia melewati situs web www.idx.co.id

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi atau menggunakan dokumen-dokumen yang sudah ada.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP)

Kantor Akuntan Publik adalah lembaga yang memiliki izin dari menteri keuangan sebagai tempat bagi akuntan. Variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) dalam penelitian ini diukur menggunakan variabel *dummy*, diberi 1 jika perusahaan klien diaudit oleh KAP *Big Four*, dan diberi 0 jika diaudit oleh KAP non *Big Four* (Sinarwati, 2010).

Opini Auditor

Opini audit merupakan hasil yang diberikan auditor dari Kantor Akuntan Publik terhadap laporan keuangan milik perusahaan atau klien. Opini yang diberikan auditor bisa menggambarkan kondisi keuangan di suatu perusahaan yang sesungguhnya. Jika Perusahaan menerima opini wajar tanpa pengecualian (*unqualified*) maka diberi nilai 1, sedangkan jika perusahaan menerima opini selain wajar tanpa pengecualian (*unqualified*) maka diberi nilai 0 (Wijaya, 2013).

Financial Distress

Financial distress adalah suatu kondisi perusahaan yang sedang mengalami kesulitan keuangan. *Financial distress* diukur dengan menggunakan Debt to Equity Ratio (DER) yaitu dengan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Jika perusahaan klien memiliki rasio DER > 100%, maka diberikan nilai 1. Sedangkan jika perusahaan klien memiliki rasio DER < 100% maka diberi nilai 0.

Pergantian Manajemen

Pergantian manajemen adalah perubahan struktur kepengurusan suatu perusahaan. Pergantian manajemen dikarenakan keinginan sendiri atau karena Rapat

Umum Pemegang Saham (RUPS) di dalam perusahaan tersebut. Jika perusahaan klien mengganti direksi atau CEO maka diberikan nilai 1. Sedangkan jika perusahaan klien tidak mengganti direksi atau CEO, maka diberikan nilai 0 (Damayanti dan Sudarma, 2010).

Auditor Switching

Auditor Switcing merupakan pergantian Kantor Akuntan Publik (KAP) yang dilakukan oleh perusahaan atau klien. Hal ini sudah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 17/PMK.01/2008 mengenai “Jasa Akuntan Publik”. Jika perusahaan melakukan pergantian KAP maka diberikan nilai 1. Sedangkan jika tidak melakukan pergantian KAP maka diberikan nilai 0 (Wijayanti, 2010).

Metode Analisis Data

Untuk menguji pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP), Opini Auditor, Financial Distress dan Pergantian manajer terhadap auditor switching selama periode 2017-2019 menggunakan metode analisis regresi logistik dengan menggunakan aplikasi SPSS. Adapun model regresi dalam penelitian ini adalah:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

y	: Auditor Switching
α	: Konstanta
$\beta_1 - \beta_4$: Koefisien Regresi
X_1	: Ukuran Kantor Akuntan Publik
X_2	: Opini Auditor
X_3	: Financial Distress
X_4	: Pergantian Manajer
e	: error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *real estate dan property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019. Sample dalam penelitian ini adalah 123. Dalam penelitian ini sample diperoleh dengan cara *purposive sampling*. Berikut ini adalah proses dalam pengambilan sample yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Kriteria Sample Penelitian

Keterangan	Jumlah
Populasi: Perusahaan <i>Real Estate dan Property</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019.	65
Kriteria Sample: 1. Perusahaan <i>Real Estate dan Property</i> yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019 secara berturut-turut.	(0)
2. Perusahaan yang tidak menyajikan informasi keuangan lengkap.	(24)
3. Tidak Menyediakan informasi mengenai variabel-variabel yang akan digunakan untuk penelitian	(0)
Perusahaan yang Memenuhi Kriteria	41
Total Sample Penelitian (3x41)	123

Hasil

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KAP	123	,00	1,00	,2358	,42622
OPINI	123	,00	1,00	,5203	,50163
FD	123	,00	1,00	,2927	,45686
PM	123	,00	1,00	,1220	,32857
SWITCH	123	,00	1,00	,1545	,36288
Valid N (listwise)	123				

Nilai Variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah sebesar 0,2358. Nilai standar deviasi sebesar 0,42622 yang berarti nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum dalam variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah 0 memiliki arti bahwa perusahaan menggunakan KAP *non Big Four*, sedangkan nilai tertinggi adalah 1 memiliki arti bahwa perusahaan menggunakan KAP *Big Four*.

Nilai Variabel Opini Audit adalah sebesar 0,5203. Nilai standar deviasi sebesar 0,50163 yang berarti nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum dalam variabel Opini Audit adalah 0 memiliki arti bahwa laporan keuangan menerima opini selain Wajar Tanpa Pengecualian (WTP), sedangkan nilai tertinggi adalah 1 yang memiliki arti bahwa laporan keuangan menerima pendapat Wajar Tanpa Pengecualian (WTP).

Nilai Variabel *Financial Distress* adalah sebesar 0,2972. Nilai standar deviasi sebesar 0,45686 yang berarti nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum

dalam variabel *Financial Distress* adalah 0 yang berarti bahwa perusahaan tidak mengalami *Financial Distress*, sedangkan nilai tertinggi adalah 1 yang memiliki arti bahwa perusahaan sedang mengalami *Financial Distress*.

Nilai Variabel Pergantian Manajer adalah sebesar 0,1220. Nilai standar deviasi sebesar 0,32857 yang berarti nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-ratanya. Nilai minimum dalam variabel Pergantian manajer adalah 0 yang berarti bahwa perusahaan tidak melakukan pergantian manajer, sedangkan nilai tertinggi adalah 1 yang berarti bahwa perusahaan melakukan pergantian manajer.

Berdasarkan data yang disajikan *auditor switching* yang dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019 adalah sebesar 0,1545. Dengan nilai standar deviasi 0,36288 yang berarti standar deviasi lebih tinggi dari nilai rata-rata. Nilai minimum yang digunakan dalam *auditor switching* adalah 0 yang berarti bahwa perusahaan tidak melakukan *auditor switching*, sedangkan nilai maksimum adalah 1 yang berarti perusahaan melakukan *auditor switching*. Dengan objek penelitian sebanyak 123 laporan.

Hasil Uji Analisis Regresi Logistik

Uji Kelayakan Model Regresi

Tabel 3. Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	1,820	6	,936

Berdasarkan tabel 3 hasil Uji kelayakan model regresi dinilai dengan cara menggunakan Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test. Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris sesuai dengan model. Sedangkan hasil dari uji Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test nilai chi square dalam tabel DF adalah 6 pada taraf signifikansi 0,05 adalah 12,5916 yang berarti nilai Chi Square Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test hitung $1,820 < \text{Chi Square } 12,5916$ sehingga menerima H_0 atau sig Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test $0,936 >$ dari 0,05. Sehingga model Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test diterima. Dalam hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini layak untuk penelitian selanjutnya karena model regresi mampu memprediksi nilai observasinya dan tidak ada perbedaan antara klasifikasi yang menjadi prediksi dengan klasifikasi yang sedang diamati

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Nagelkerke's R²*)

Tabel 4. Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	91,800 ^a	,108	,187

a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than ,001.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Uji ini ditunjukkan dengan cara melihat nilai dari *Nagelkerke R Square*. Berdasarkan hasil tabel 4 maka nilai *Nagelkerke R Square* adalah 0,187 dan *Cox and Snell R Square* adalah 0,108 yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP), Opini Audit, *Financial Distress* dan Pergantian Manajer dalam menjelaskan variabel dependennya yaitu *auditor switching* adalah sebesar 18,7% sedangkan sisanya 81,3% (100%-18,7%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Hasil Uji Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian seluruh model dengan data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini nilai harus dibandingkan antara Nilai *-2 Log Likelihood* dengan nilai *Chi Square (x2)*.

Tabel 5. -2LL Awal

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients
Step 0	1	Constant
	2	-1,382
	3	-1,670
	4	-1,700

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 105,875

c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

Nilai *-2 Log Likelihood* adalah 105,872. Degree of freedom (DF) = N-1= 123-1=122. *Chi Square (x2)* Tabel pada DF 122 dan probabilitas 0,05 adalah 148,779. Nilai *-2 Log Likelihood* adalah 105,872 < X2 Tabel 148,779 sehingga menerima H0, maka menunjukkan bahwa model sebelum memasukkan variabel independen adalah Fit dengan data.

Tabel 6. -2LL Akhir

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients				
			Constant	KAP	OPINI	FD	PM
Step 1	1	98,426	-,814	,012	-,915	-,305	-,045
	2	92,481	-,801	,014	-1,637	-,568	-,152
	3	91,818	-,766	,014	-2,008	-,684	-,235
	4	91,800	-,762	,014	-2,083	-,699	-,249
	5	91,800	-,761	,014	-2,085	-,700	-,249
	6	91,800	-,761	,014	-2,085	-,700	-,249

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 105,875

d. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than ,001.

Nilai -2 Log Likelihood adalah 91,800 Degreeen of freedom (DF) = $N-4-1= 123-4-1=118$. *Chi Square* (x^2) Tabel pada DF 122 dan profitabiitas 0,05 adalah 144,354 Nilai -2 Log Likelihood adalah 91,800 < X^2 Tabel 144,354 sehingga menerima H_0 , maka menunjukkan bahwa model sebelum memasukkan variabel independen adalah Fit dengan data.

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	,296	,053		5,556	,000		
	KAP	,003	,075	,004	,040	,968	,988	1,012
	OPINI	-,229	,063	-,316	-3,613	,000	,990	1,010
	FD	-,076	,070	-,096	-1,094	,276	,983	1,017
	PM	-,011	,097	-,010	-,116	,908	,991	1,010

a. Dependent Variable: SWITCH

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel indpenden yang digunakan dalam penelitian ini. Dari tabel 7 menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil output spss tabel Collinearity Statistic pengujian diketahui nilai VIF Variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah 1,012, Variabel Opini Audit adalah 1,010, Variabel *Financial Distress* adalah 1,017 dan Pergantian Manajer adalah 1,010 oleh karena itu nilai VIF untuk semua variabel tersebut < 10,00 sedangkan nilai *tolerance* Variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) 0,988, Variabel Opini audit 0,990, Variabel *Financial distress* 0,983 dan Variabel Pergantian Manajer adalah 0,991 maka keempat variabel tersebut > 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan multikolinieritas atau dapat diartikan model regresi ini terbatas.

Hasil Uji Regresi Logistik

Hasil dari pengujian terhadap uji regresi logistik menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Logistik

Step		B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B)	
								Lower	Upper
1 ^a	KAP	,014	,648	,000	1	,983	1,014	,285	3,612
	OPINI	-2,085	,667	9,775	1	,002	,124	,034	,459
	FD	-,700	,631	1,230	1	,267	,497	,144	1,711
	PM	-,249	,858	,084	1	,771	,779	,145	4,189
	Constant	-,761	,372	4,189	1	,041	,467		

a. Variable(s) entered on step 1: KAP, OPINI, FD, PM.

$Auditor\ Switching = -0,761 + 0,14 \text{ Ukuran Kantor Akuntan Publik} - 2,085 \text{ Opini Audit} - 0,700 \text{ Financial Distress} - 0,249 \text{ Pergantian Manajer} + e$

Dengan demikian variabel yang terdapat di tabel 4.8 yaitu variabel konstanta (α) dan variabel-variabel independen lainnya dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) pada persamaan regresi tersebut adalah -0,761. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel independen (Ukuran Kantor Akuntan Publik, opini audit, financial distress dan pergantian manajer) dianggap konstan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai -0,761 memiliki prediksi bahwa pelaksanaan *auditor switching* adalah negatif atau tidak melakukan *auditor switching*.

Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) adalah sebesar 0,014. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan menggunakan KAP *Big Four* maka akan mengalami kenaikan dalam melakukan *auditor switching* sebesar 0,014 dibandingkan perusahaan yang tidak menggunakan KAP *Big Four* dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Opini Audit adalah sebesar -2,085. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan mendapatkan opini wajar tanpa pengecualian maka keputusan dalam melakukan *auditor switching* akan mengalami penurunan sebesar 2,085 dibandingkan perusahaan yang mendapatkan opini selain wajar tanpa pengecualian dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Nilai koefisien regresi variabel *Financial Distress* adalah sebesar -0,700. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan mengalami *financial distress* maka keputusan dalam melakukan *auditor switching* akan mengalami penurunan sebesar 0,700

dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengalami *financial distress* dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Nilai koefisien regresi variabel Pergantian Manajer adalah sebesar -0,249. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan melakukan pergantian manajer maka keputusan dalam melakukan *auditor switching* akan mengalami penurunan sebesar 0,249 dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan pergantian manajer dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Akuntan Publik (KAP) terhadap *Auditor Switching*

Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa variabel ukuran kantor akuntan publik (KAP) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,014 dengan nilai signifikansi 0,983 sehingga H1 ditolak karena $0,983 > 0,05$ yang berarti variabel ukuran kantor akuntan publik (KAP) tidak berpengaruh terhadap *auditor switching*. Sehingga tidak berhasil membuktikan bahwa ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP) berpengaruh terhadap auditor switching. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Manto dan Manda (2018) yang menyatakan bahwa variabel ukuran kantor akuntan publik (KAP) berpengaruh secara signifikan terhadap *auditor switching*. Sehingga perusahaan yang menggunakan KAP yang besar atau *Big Four* akan semakin kecil dalam melakukan *auditor switching*. Hal ini dikarenakan perusahaan ingin menggunakan KAP yang berafiliasi dengan *big four* dikarenakan KAP *Big Four* dianggap memiliki reputasi yang bagus dan memiliki sikap independensi yang bagus.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap auditor switching. Hal ini berarti bahwa perusahaan yang diaudit oleh KAP *Big Four* memiliki kemungkinan kecil untuk melakukan *auditor switching*.

Pengaruh Opini Auditor terhadap *Auditor Switching*

Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa variabel opini auditor memiliki nilai koefisien regresi sebesar -2,085 dengan nilai signifikansi 0,002 sehingga H2 diterima karena $0,002 < 0,05$ yang berarti opini audit berpengaruh terhadap *auditor switching*. Sehingga membuktikan bahwa opini auditor berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Wea dan Dewi (2015) yang menyatakan bahwa opini audit berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hal ini disebabkan karena banyak perusahaan yang menerima opini wajar tanpa pengecualian sehingga perusahaan merasa puas atas kinerja dari KAP sehingga tidak perlu dilakukan *auditor switching*.

Perusahaan yang menggunakan auditor baru akan menerima opini yang sama atau tidak terlalu berbeda dari auditor lama karena auditor baru tetap akan mencari bukti-bukti sebestumnya untuk memberikan opini terhadap perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel opini audit berpengaruh terhadap *auditor switching* karena perusahaan akan tetap menggunakan KAP yang lama apabila opini yang diterima baik untuk perusahaan yang dapat meningkatkan kepercayaan dimata perusahaan mengenai laporan keuangan perusahaan tersebut.

Pengaruh Financial Distress terhadap Auditor Switching

Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa variabel *Financial Distress* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,700 dengan nilai signifikansi 0,267 sehingga H3 ditolak karena $0,267 > 0,05$ yang berarti variabel *Financial Distress* tidak berpengaruh terhadap *auditor switching*. Sehingga tidak berhasil membuktikan bahwa *Financial Distress* berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dari Manto dan Manda (2018) yang menyatakan bahwa *financial distress* berpengaruh secara signifikan terhadap *auditor switching*. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan yang mengalami kebangkrutan atau *financial distress* akan menyebabkan kemungkinan untuk melakukan *auditor switching*. Karena perusahaan sedang mengalami *financial distress* maka perusahaan akan mencari KAP yang baru dan lebih kecil untuk mengurangi dampak dari *financial distress*.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *financial distress* tidak berpengaruh terhadap *auditor switching* karena perusahaan yang memiliki keuangan yang bagus justru akan mempertahankan auditor yang lama untuk menghindari respon negatif dari pihak investor.

Pengaruh Pergantian Manajer terhadap Auditor Switching

Berdasarkan dari hasil penelitian ini bahwa variabel Pergantian Manajer memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,249 dengan nilai signifikansi 0,771 sehingga H4 ditolak karena $0,771 > 0,05$ yang berarti variabel Pergantian Manajer tidak berpengaruh terhadap *auditor switching*. Sehingga tidak berhasil membuktikan bahwa Pergantian Manajer berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manto dan Manda (2018) yang menyatakan pergantian manajer berpengaruh terhadap *auditor switching*. Pergantian manajer dilakukan karena adanya Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang diakibatkan karena manajer

mengundurkan diri atau dikarenakan hasil dari RUPS tersebut. Manajer baru cenderung memunculkan kebijakan-kebijakan baru untuk memajukan perusahaan tersebut. Perusahaan akan memilih KAP sesuai dengan hasil dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang telah disepakati bersama. Sehingga banyak terjadi *auditor switching* dikarenakan kebijakan-kebijakan dari manajer yang baru. Namun tidak semua manajer baru akan membuat kebijakan-kebijakan baru dikarenakan manajer baru belum terlalu memahami mengenai kondisi didalam perusahaan tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pergantian manajer tidak berpengaruh terhadap *auditor switching* dikarenakan kebijakan yang dihasilkan dari Rapat Umum Pemegang Saham sehingga menimbulkan kebijakan-kebijakan baru sehingga dapat mempengaruhi terjadinya *auditor switching*

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP), opini audit, *financial distress*, dan pergantian manajer terhadap *auditor switching* pada perusahaan *real estate dan property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan akan cenderung menggunakan KAP *Big Four* karena dianggap memiliki reputasi yang bagus dan berkualitas, dibandingkan KAP *Non Big Four* sehingga perusahaan akan menggunakan KAP *Big Four* untuk meningkatkan reputasi perusahaan dimata *stakeholder*.

Opini audit berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan akan tetap menggunakan KAP yang lama apabila opini yang diterima baik untuk perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dimata para *stakeholder*.

Financial distress tidak berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hal ini dikarenakan perusahaan akan memilih KAP sesuai dengan kondisi keuangan suatu perusahaan. Sehingga perusahaan yang memiliki keuangan yang bagus justru akan mempertahankan auditor yang lama untuk menghindari respon negatif dari pihak investor.

Pergantian manajer tidak berpengaruh terhadap *auditor switching*. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan yang dihasilkan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sehingga dapat menimbulkan kebijakan-kebijakan baru di dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi terjadinya *auditor switching*

Implikasi

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian selanjutnya mengenai ilmu audit. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap *auditor switching*.

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar auditor tetap menjaga independensinya pada saat melaksanakan tugasnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar perusahaan mematuhi Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 20 Tahun 2015 mengenai Praktik Akuntan Publik.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini hanya menggunakan perusahaan *real estate dan property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019.

Dalam penelitian ini hanya menguji pengaruh dari variabel Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP), opin audit, *financial distress*, pergantian manajer, dan variabel-variabel lainnya tidak diujikan.

Saran

Penelitian selanjutnya mungkin dapat memperluas sample penelitian atau menggunakan jenis industri yang berbeda dengan menggunakan tahun yang terbaru dan periode yang lebih lama.

Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel-variabel independen lain, seperti audit *fee*, ROA, Ukuran perusahaan, dan sebagainya yang mungkin dapat berpengaruh terhadap *auditor switching*

DAFTAR PUSTAKA

- Arifanti, Rina dan Rita Andini. 2016. Analysis Of Effect Of Audit Opinion, KAP Size, Financial Trouble, Turn Management, Company Size and Growth Company Auditor Switching on Mining Companies Lised In Indonesia Stock Exchange Period 2011-2014. Jurnal Of Accounting. Vol 2 No 2. Universitas Pandanaran Semarang.
- Arsih, Luki. 2015. Pengaruh Opini Going Concern, Ukuran KAP dan Profitabilitas Terhadap Auditor Switching. ISSN: 2252-6765. Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Darmayanti, S. dan M. Sudarma. 2007. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perusahaan Berpindah Kantor Akuntan Publik. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak, hal 1-13.

- Dwijayanti, S Patrica Febrina. 2010. Penyebab, Dampak, dan Prediksi dari Financial Distress Serta Solusi untuk Mengatasi Financial Distress. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.
- Halim, Abdul, dan Totok Budisantoso. 2014. *Auditing 2: Dasar-dasar Prosedur Pengauditan Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Juliantari, Ni Wayan Ari, dan Ni Ketut Rasmini. 2013. Auditor Switching dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. ISSN: 2302-8556. *E-Jurnal Univeritas Udayana*. Vol 3 No 3. Universitas Udayana.
- Kawijaya, Nelly, dan Juniarti. 2002. Faktor-Faktor yang Mendorong Perpindahan Auditor (Auditor Switch) pada Perusahaan-Perusahaan di Surabaya dan Sidoarjo. *Jurnal Akuntansi Keuangan*. Univeritas Kristen Petra.
- Lesmana, K. 2016. Analisis Pengaruh Pergantian Manajemen, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Financial Distress, Ukuran KAP, dan Ukuran Perusahaan Klien Terhadap Voluntary Auditor Switching (Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI 2012-2014). *Ultima Accounting*. Vol 8 No.1.
- Manto, Juli Is, dan Dewi Lesmana Manda. 2018. Pengaruh Financial Distress, Pergantian Manajemen dan Ukuran KAP terhadap Auditor Switching. ISSN: 2442-9708. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*. Vol 18 No 2. Universitas Pamulang.
- Menteri Keuangan RI. 2008. Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 17/PMK.01/2008 tentang "Jasa Akuntan Publik". Jakarta.
- Panjaitan, C. Marshal. 2014. Pengaruh Tenure, Ukuran KAP dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit. *Diponogoro Journal of Accounting*. Vol. 3, No. 3. Hal 1-14.
- Republik Indonesia. 2015. PP No. 20 Tahun 2015. Peraturan Pemerintah Nomor 20 tentang Praktik Akuntan Publik 2015 Pasal 11.
- Rimadani, Aulia. 2018. Pengaruh Ukuran KAP, Financial Distress, Opini Audit, Ukuran Perusahaan, dan Audit Delay Terhadap Auditor Switching (Studi Empiris pada Perusahaan Property & Real Estate yang Terdaftar pada BEI tahun 2013-2016). Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Sinarwati, Ni Kadek. 2010. Mengapa Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Melakukan Pergantian Kantor Akuntan Publik. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Hal 1-20. STIE Triatma Badung Bali.
- Stephanie, Jessica dan Prabowo, Tri Jatmiko Wahyu. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Auditor Switching Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011-2015. ISSN: 2337-3806. *Diponogoro Journal Of Accounting*. Vol 6 No 3. Hal 1-12.
- Wea, Alexandros Ngala Solo, dan Dewi Murdiawati. 2015. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Auditor Switching Secara Voluntary pada Perusahaan Manufaktur. ISSN: 1412-3126. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol 22 No 2. STIE Perbanas Surabaya.
- Wijayanti, Martina Putri. 2010. Analisis Hubungan Auditor-Klien: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Auditor Switching di Indonesia. Skripsi. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponogoro*. Semarang.
- Wijaya, R.M. Aloysius Pangky. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pergantian Auditor oleh Klien. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol 1 hal 1. Malang: Universitas Brawijaya.
- Yanti, Martina Fajar. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perusahaan Melakukan Pergantian Kantor Akuntan Publik (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2013-2014). *E-Jurnal Universitas Kanjuruhan Malang*. Hal 1-15.

POTRET BIAYA PRODUKSI DAN PENENTUAN HARGA JUAL CELURIT BERPAMOR PANDAI BESI JOKOTOLE

Moh Subur

Yuni Rimawati⁵³

Adi Darmawan Erwanto

Universitas Trunojoyo Madura

Abstract

This study seeks to reveal the practice of determining the selling price of prestigious celurit products at Jokotole blacksmith SMEs in Kolpo Sumenep Village. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. The results of this study indicate that the practice of determining the selling price of pamorous celurit products has some concept in common with the theory, namely the calculation of the cost of goods manufactured, but different in the calculation of the mark-up. In the pamor celurit product, the mark-up that is contained cannot be a percentage or cannot be explained by using quantitative or material counting. This is due to technical and non-technical factors in the manufacture of products, such as carving on the pamor, cultural meaning, and the length of time spent. The carvings on the pamor are different and there are levels, the more unique the prestige is made, the more expensive the price is given. The determination of the selling price is based on the cultural meaning contained in the prestigious celurit, namely the more people make the habit of carrying prestigious sickles everywhere, the more expensive the price of sickles will be because the surrounding community, especially men, make prestigious sickles as a symbol of masculinity which is still developing today. Lastly, the longer the time spent in the process of making prestigious celurit, the more expensive the price of prestigious celurit.

Keywords: Determination of the selling price, phenomenology, production costs.

Abstrak

Penelitian ini berupaya untuk mengungkap praktik penentuan harga jual produk celurit berpamor pada UMKM pandai besi Jokotole di Desa Kolpo Sumenep. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik penentuan harga jual produk celurit berpamor memiliki beberapa kesamaan konsep dengan teori yaitu perhitungan harga pokok produksi, namun berbeda dalam perhitungan mark-upnya. Pada produk celurit berpamor, mark up yang terdapat tidak dapat dipersentasekan atau tidak dapat dijelaskan cara perhitungannya menggunakan kuantitatif atau dihitung secara material. Hal ini disebabkan adanya faktor teknis dan non teknis dalam pembuatan produk, seperti ukiran pada pamor, makna budaya, dan lamanya waktu yang dihabiskan. Ukiran pada pamor berbeda-beda dan ada tingkatannya, semakin unik pamor yang dibuat maka semakin mahal harga yang diberikan. Penentuan harga jual berdasarkan makna budaya yang terkandung celurit berpamor yaitu semakin banyak masyarakat menjadikan kebiasaan membawa celurit berpamor kemana-mana maka akan semakin mahal harga celurit karena masyarakat sekitar khususnya laki-laki menjadikan celurit berpamor sebagai simbol kejantanan yang masih berkembang hingga saat ini. Terakhir, Semakin lama waktu yang dihabiskan dalam proses pembuatan celurit berpamor maka harga celurit berpamor juga semakin mahal.

Kata kunci: Penentuan harga jual, fenomenologi, biaya produksi

⁵³Yuni.rimawati@trunojoyo.ac.id

PENDAHULUAN

Pada zaman dahulu, orang Madura dianggap bersinonim dengan senjata tajam. Celurit adalah senjata carok, tanpa memandang status dan kedudukan sosialnya di masyarakat dan celurit adalah senjata yang selalu digunakan menghancurkan lawannya. Hal demikian juga bisa terjadi di daerah dan suku lain di belahan dunia ini dengan pola dan nama yang berbeda tapi dalam substansi yang sama.

Di Madura terdapat sekitar 10 sampai 15 celurit yang biasa digunakan untuk carok. Jenis celurit yang paling populer adalah are' takabuwan,⁵⁴ dang-osok⁵⁵, tekos bu-ambu, (bentuknya seperti seekor tikus sedang diam) lancor, (sejenis celurit yang memiliki variasi lengkungan yang terdapat di antara tempat pegangan tangan dengan ujung senjata tajam) bulu ayam, (mirip bulu ayam) kembang turi, monteng, sekken,⁵⁶ lading pengabisan⁵⁷, calo', (sejenis celurit tapi mempunyai lekukan di bagian tengah batang tubuh), birang atau biris, (keduanya sejenis parang), koner, larkang dan tombak.⁵⁸

Dari sekian banyak macam-macam celurit, celurit dibedakan lagi menjadi dua macam yaitu celurit yang tidak berpamor dan celurit berpamor. Menurut Bapak H. Masduri, celurit yang tidak berpamor merupakan seni pahat pada besi sehingga berbentuk melengkung setengah lingkaran yang lebih mengutamakan pada fungsi nilai kegunaannya, sedangkan Celurit berpamor merupakan seni pahat pada besi yang dilebur lagi dan ditambahkan bahan lain dengan tujuan menambahkan nilai seni pada celurit yang fungsinya sebagai hiasan tanpa meninggalkan fungsi nilai kegunaannya yang dibuat oleh pengrajin pandai besi.

Di Madura, pengrajin pandai besi biasa disebut sebagai Tokang Pandhi (Pekerja pandai besi). Pandai besi sendiri tidak hanya terkenal dengan hasil produksinya, melainkan sering dikunjungi orang sebagai tempat untuk memperbaiki benda tajam atau keperluan rumah tangga yang rusak. Dalam istilah Maduranya adalah "esempo" (disepuh). Dengan begitu benda tajam yang sebelumnya rusak dapat digunakan kembali.

Penelitian ini nantinya akan berfokus pada pandai besi yang bernama pandai besi Jokotole. Pemilihan ini dikarenakan pandai besi Jokotole merupakan usaha pandai besi terbesar di Desa Kolpo, di samping itu pandai besi Jokotole penghasil celurit terbanyak se

Desa Kolpo (lihat tabel 1.1) sehingga hal ini sesuai dengan penelitian ini. Selain itu, keunikan lain yang terdapat pada pandai besi Jokotole yaitu hasil produksinya bisa terjamin kualitasnya, sisi keunikan lain yaitu pandai besi Jokotole sampai sekarang masih menggunakan peralatan tradisional dan masih menerapkan budaya yang berlaku di Madura, dalam proses produksinya membaca ritual khusus pada Bulan Maulid bahkan ketika ada pemesanan celurit berpamor maka pengrajin pandai besi Jokotole berpuasa. Proses bisnis yang ada dalam usaha pandai besi Jokotole ini terbilang cukup menarik. Pandai besi ini hanya melakukan penjualan berdasarkan pesanan saja. Sehingga pembeli tidak bisa melakukan pembelian secara langsung, namun harus memesan terlebih dahulu dan menunggu hingga produk yang dipesan jadi. Hal ini semakin membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada pandai besi Jokotole yaitu mengenai bagaimana cara pandai besi Jokotole dalam menentukan harga jual pada produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran biaya produksi dan penentuan harga jual celurit berpamor Kerajinan Pandai Besi Jokotole di Desa Kolpo Sumenep.

Penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini adalah Amaliah (2016) tentang “Nilai-Nilai Budaya Dibalik Penetapan Harga Jual” yang diimplementasi oleh transmigran Bali di Bolaang Mongondow. Diketahui penetapan harga jual yang diterapkan oleh komunitas transmigran Bali selain ditujukan untuk meraih materi, juga terkandung nilai-nilai budaya tri hita karena yang merefleksikan bahwa nilai ketunukan kepada Sang Pencipta, pelestarian lingkungan dan gotong royong. Sebelumnya Amaliah (2014) juga melakukan penelitian dengan judul “Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku”. Hasil penelitiannya menunjukkan penentuan harga jual yang dilakukan komunitas Papalele ditemukan adanya nilai budaya yang terkandung, yaitu pela (gandong). Nilai tersebut mengandung nilai operasional yaitu nilai kejujuran, kepercayaan (trust), keadilan dan cinta kasih. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, ditemukan konsep harga jual papalele yang merupakan perpaduan dari nilai-nilai dasar dan nilai-nilai operasional yang menjadi penuntun Papalele dalam menetapkan harga. Hal tersebut menggambarkan bahwa dalam menentukan harga tidak semata-mata pada nilai materi, namun terdapat nilai non materi di dalamnya.

METODA

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan dengan cara menguraikan, membahas dan menganalisis data yang

didapatkan, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas, pemahaman yang deskriptif dan lengkap mengenai permasalahan yang diteliti. Maka dari itu, penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna, tidak menekankan generalisasi. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono⁵⁹ (2015:14) bahwa metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu data yang mengandung makna. Makna yang dimaksud adalah data yang sebenarnya, data pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma interpretatif. Dimana penelitian tidak dapat dilihat dan dipecahkan hanya dari beberapa variabel, melainkan sesuatu yang realitas. Realita dalam masyarakat merupakan bentuk keteraturan yang tidak perlu diintervensi untuk diubah. Paradigma interpretif sendiri merupakan pemahaman secara mendalam tentang mengapa keteraturan realita terjadi. Pemahaman tersebut terbentuk dari pengalaman subjektif, yaitu bagaimana mendefinisikan suatu realitas yang ada (Kamayanti, 2016:21).⁶⁰ Dengan adanya keteraturan realita berupa pengalaman, peneliti dapat memperoleh sebuah gambaran yang utuh akan fenomena yang terjadi di lapangan.

Keinginan peneliti untuk mengeksplorasi realitas yang ada dalam suatu fenomena, membuat peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mengupas realitas tersebut. Fenomenologi terbentuk dari pengalaman manusia yang berakar pada kesadaran. Kesadaran yang dimaksud merupakan titik terdalam dari pengalaman manusia yang ingin diteliti. Fenomenologi yang sering digunakan adalah fenomenologi transendental, yang mengungkap kesadaran mendalam dari pengalaman “Aku” (individu). Oleh karena itu “Aku” di sini bukan pengalaman, namun yang mengalami; “Aku bukan aksi namun yang melakukan (Kamayanti, 2016:150-151).⁶¹

Dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, peneliti bertujuan untuk dapat memahami apa yang dialami oleh “Aku” dan mengetahui kesadaran terdalam dari pengalaman “Aku”. Seperti yang dijelaskan oleh Kamayanti⁶² (2016:151) bahwa mengupas “Aku” akan sangat melelahkan, sehingga tidak mungkin mengambil informan lebih dari 10 informan karena 3 sampai 4 informan akan melelahkan peneliti jika fenomenologi benar-benar dilakukan. Inilah yang membuat fenomenologi menjadi unik, karena hanya berfokus

59 Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015)

60 Ari Kamayanti, *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi* (Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh, 2016:21)

61 Ibid. 150-151

62 Ibid

pada individu. Dari sinilah pemahaman dan pemaknaan dari individu tereksplor, yaitu bagaimana ke"aku"an pengrajin pandai besi akan memaknai dan memahami atas penentuan harga jual celurit berpamor pada usahanya. Maka, "aku" akan melakukan pemaknaan atas sesuatu yang berkaitan dengan penentuan harga jual oleh pengrajin pandai besi. Dengan begitu, peneliti dapat menggali informasi lebih mendalam, memahami makna di balik setiap fenomena yang dialami oleh pengrajin pandai besi dalam menentukan harga jual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengeksplorasi Proses Produksi Celurit Berpamor Pandai Besi Jokotole

Pandai besi Jokotole merupakan usaha yang dijalankan berdasarkan pesanan. Untuk saat ini pesanan celurit berpamor yang didapat mulai banyak. Hal ini karena pandai besi Jokotole sudah cukup terkenal dan memiliki pelanggan tetap dari berbagai kota di luar Pulau Jawa. Terkenalnya pandai besi Jokotole tentu bukan tanpa sebab, melainkan kualitas yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan dan banyaknya macam produk yang diproduksi sehingga pembeli bisa menentukan pilihannya sesuai selera dan kebutuhan seperti pisau, linggis, celurit biasa, cangkul, tombak. Namun dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada kajian celurit berpamor pandai besi Jokotole.



Sumber: Dokumentasi di Tempat Produksi

Gambar 4. 1 Celurit Biasa Pandai Besi Jokotole



Sumber: Dokumentasi di Tempat Produksi

Gambar 4. 2 Celurit Berpamor Pandai Besi Jokotole

Kualitas celurit berpamor yang dimiliki oleh pandai besi Jokotole berbeda dari pengrajin pandai besi lain di Desa Kolpo. Letak perbedaannya ada pada bahan baku dan cara memproduksinya, sehingga ini membuat produk pandai besi Jokotole yang dihasilkan berbeda dari yang lain yaitu ketajaman yang tahan lama dan pamor yang indah. Bahan baku yang berbeda dari pandai besi yang lain ialah pada penggunaan baja. Jika pada pandai besi lain hanya menggunakan besi dan logam untuk produksinya, tidak halnya dengan pandai besi Jokotole. Pandai besi Jokotole menggunakan baja sebagai bahan campuran yang akan dicampurkan dan diolah bersama dengan besi, sehingga produk yang dihasilkan akan jauh lebih tajam serta tahan lama. Barulah saat pengukiran pamor menggunakan logam dan disertai proses-proses khusus oleh Bapak H. Masduri sebagai pmeilik. Inilah yang menjadi salah satu “bumbu rahasia” yang dimiliki pandai besi Jokotole. Meski begitu pandai besi yang lain tidak akan mudah untuk menirunya. Sebab “bumbu” ini dimiliki oleh Bapak H. Masduri secara turun-temurun, sehingga untuk menirunya merupakan hal yang cukup sulit atau bahkan mungkin tidak bisa untuk menirunya. Tidak semua pandai besi bisa membuat celurit nerpamor atau istilahnya memunculkan pamor dikarenakan terdapat ritual khusus tersendiri dalam pembuatannya seperi berpuasa dan terdapat bacaan khusus untuk membuatnya, hal ini dilakukan untuk membuat kualitas celurit berpamor mempunyai nilai, baik nilai keindahan, nilai kegunaan, nilai manfaat dan nilai budaya. Selain itu, terdapat bahan tambahan pada celurit berpamor agar bisa memperlihatkan pamornya seperti logam dan batu meteoroit.

Perbedaan yang terlihat pada celurit berpamor yaitu terdapat berkas atau guratan terang pada bilah celurit yang terbuat dari logam yang muncul akibat pencampuran dua atau lebih material logam yang berbeda. Bapak H. Masduri menjelaskan bahwa munculnya

pamor terjadi akibat pemanasan, pelipatan, dan penempaan yang berulang-ulang dilakukan dalam proses pembuatannya.

Dalam pengelolaancelurit berpamor, H. Masduri melakukan pembuatannya sendiri dan dibantu oleh tiga karyawan tetapnya. Tak ingin menanggung resiko, H. Masduri melakukan sendiri pencampuran atau penakaran bahan antara besi dan baja serta logam. Namun pada saat pemipihan dan peleburan, H. Masduri dibantu oleh karyawannya. Pertama, besi akan dipanaskan terlebih dahulu lalu dipukul-pukul, setelah itu panaskan baja dan campurkan pada besi sebelumnya serta pukul-pukul kembali. Dalam tugas ini, H. Masduri dibantu oleh satu karyawan yang bertugas memukul besi dan baja yang dipanaskan hingga mendapatkan bentuk yang sempurna. Karyawan yang membantu dalam tugas ini bernama bapak Sudiryo, dengan tugas sebagai tukang pukul. Dalam pencampuran logam, H. Masduri melakukannya sendiri dikarenakan tidak semua pandai besi bisa membentuk pamor.

Setelah H. Masduri menyelesaikan bagiannya dalam menyatukan bahan baku besi dan baja serta logam, barulah akan dilanjutkan ketahap berikutnya yang dilakukan oleh satu karyawan lainnya. Karyawan ini bernama Sarwini yang bertugas sebagai tukang pembuat tangkai dan pemasang *slop* (penghubung besi dengan tangkai). Setelah pembentukan, barang biasanya akan dipasangkan *slop* terlebih dahulu yang dibuat sendiri oleh bapak Sarwini.

Proses terakhir barulah menghaluskan dan menajamkan produk. Proses ini dilakukan pada alat yang bernama gerendra yang di dalamnya terdapat bahan bernama keker. Karyawan yang bertugas pada bagian ini adalah bapak Sunahwi. Biasanya pada proses ini celurit berpamor yang telah jadi akan dikikis agar semakin halus, sehingga dapat mempercantik penampilan senjata yang dibuat dan terkahir biasanya terdapat pengukiran nama pada celurit, namun khusus celurit berpamor tidak diberi nama. Berikut penjelasan H. Masduri tidak mengukir nama produk pada celurit berpamor.

“resiko itu kalau diberi nama untuk produk khusus seperti celurit berpamor. Khawatir kegunaannya tidak tepat. Misal untuk membunuh orang karena kekuatan dari isinya. Nah kalau ada nama saya yang dicari saya kan (sambil tertawa), berbeda dengan produk biasa seperti celurit biasa atau cangkul untuk membantu pekerjaan sehari-hari.”

Berdasarkan penjelasan mengenai proses tersebut dapat diketahui bagaimana produk ini dapat sangat tajam dan bertahan lama serta terbentuk pamor yang indah pada celurit. Tentu inilah yang menjadi nilai tinggi dan kualitas yang berbeda dari produk-produk

hasil buatan pandai besi yang lain. Tidak heran jika pandai besi Jokotole menjadi incaran banyak orang, baik dari dalam pulau maupun luar pulau Madura.

Sesungguhnya pandai besi Jokotole memiliki 5 (lima) karyawan lain, namun bukan sebagai karyawan tetap melainkan sebagai karyawan panggilan. Maksud dari karyawan panggilan ini adalah karyawan yang diperlukan ketika pandai besi Jokotole memiliki banyak pesanan, sedangkan tidak memiliki banyak waktu (*deadline*) sampai batas waktu pengiriman. Banyaknya pesanan tersebut dapat terkejar dengan bertambahnya karyawan.

Dari banyak kelebihan Pandai besi Jokotole yang telah diungkap di atas, tentu membuat pandai besi Jokotole juga memiliki sedikit kekurangan. Hal tersebut dilihat dari pemasaran produk, pemasaran yang dilakukan oleh Bapak H. Masduri cukup dari mulut ke mulut, tidak pernah Bapak H. Masduri meminta orang lain untuk memasarkan atau bahkan mengundang media untuk mempromosikan produknya. Tidak seperti pandai besi yang lain yang melakukan pemasaran secara modern melalui media online hingga mengundang reporter atau youtuber untuk memasarkan. Berdasarkan penjelasan dari Bapak H. Masduri, semua orang mengenal pandai besi Jokotole dikarenakan kualitasnya sehingga membuat pembeli kembali lagi untuk membeli dan memesan lebih banyak hingga menjadi pelanggan, berawal dari situlah pemasaran berjalan dengan sendirinya. Pemasaran berjalan dari mulut ke mulut pelanggan. Hal itu membuat media televisi, youtuber dan bahkan artis tertarik untuk meliput Pandai Besi Jokotole sehingga pemasaran terjadi tanpa direncanakan akan tetapi mengalir.

Supplier Celurit Berpamor

Supplier merupakan pemasok bahan baku yang akan digunakan oleh para pengrajin pandai besi Jokotole dalam memproduksi celurit berpamor. Dalam sebuah usaha tentu akan membutuhkan bahan-bahan lain dari usaha-usaha yang lain pula. Maka dari itu, pandai besi Jokotole memiliki *suppliernya* sendiri. Untuk besi, baja, dan logam, H. Masduri memilih mengambil di Surabaya. Hal ini karena Surabaya merupakan tempat yang cukup mudah untuk mendapatkan besi atau baja kapan saja, sehingga pemilik besi Jokotole tidak perlu takut untuk kehabisan stok.

Selain itu, terdapat juga *supplier* untuk bahan baku arang. *Supplier* untuk bahan baku ini tidak tetap atau tidak berfokus pada satu pengrajin arang saja. Hal ini dikarenakan arang cukup sulit untuk didapat. Pandai besi Jokotole memiliki caranya sendiri untuk bisa mendapatkan arang yang merupakan bahan baku paling penting dalam proses pembuatan celuurit berpamor. Bapak H. Masduri selaku pemilik mengambil pemasok arang dari desa

sendiri, yaitu para pembuat arang yang ada di sekitar Desa Kolpo. Tidak hanya mengambil satu pembuat arang saja, melainkan hampir semua pembuat arang diambil sebagai pemasok. Tentu hal ini bukan tanpa alasan, karena dalam membuat arang memiliki kesulitan tersendiri. Terlebih jika musim penghujan datang, pembuat arang akan mengalami kesulitan dalam pengeringan dan jika tidak jadi akan menghambat pandai besi Jokotole untuk memproduksi. Dengan begitu, memiliki lebih dari satu *supplier* arang akan mempermudah proses usaha pandai besi Jokotole.

Berdasarkan cerita yang disampaikan H. Masduri, peneliti bisa mengungkapkan bahwa makna budaya yang terkandung dalam penentuan harga jual celurit berpamor yaitu masyarakat percaya bahwa celurit berpamor dijadikan simbol kejantanan laki-laki, jadi celurit berpamor selalu dibawa kemana pun yaitu sebagai sekep atau songkel dengan tujuan pelindung dan pembawa keselamatan. Hal tersebut terjadi dikarenakan masyarakat percaya bahwa tulang rusuk laki-laki hilang satu dan diciptakanlah peremuan dari tulang rusuk yang hilang tersebut oleh Allah SWT. Pengganti tulang rusuk laki-laki yang hilang yaitu dengan menyelipkan celurit berpamor pada pinggang yang sebelah kiri sebagai sekep atau songkel.

Untuk melunasi rasa penasaran, penulis melakukan perbincangan terkait celurit berpamor yang dipesan dengan pembeli celurit berpamor yaitu Bapak Misnoto yang pekerjaan sehari-harinya sebagai pedagang ayam. Berikut penjelasannya:

"begus lakar mon e dinna'. Tajem tak tarapas (wa), kodhhu lakar bengal larang polana benni are' sarombenan bedhe essena ben pamorra se ekalebur ben sengko' tape tergantung kakoadhen pessena berempa, (jen) bennya' pessena ye bennya' keya essena (mongfaatddhe) ben pamorra jen begus bileh-bilehna okeranna jriya."

Beikut terjemahan pnejelasan Bapak Misnoto:

"Disini memang bagus. Tajam (tidak gampang tumpul), harus berani bayar mahal karena ada isinya dan pamor yang disenangi saya, tapi tergantung si pemesan berani bayar berapa karena semakin mahal maka semakin banyak isinya atau manfaatnya dan pamornya juga semakin bagus ukirannya."

Penjelasan Bapak Misnoto sebagai pembeli singkat padat dan membuat peneliti lebih paham, pemesan berani membayar mahal dan tidak peduli harganya karena memprioritaskan manfaatnya dari isi celurit berpamor serta bilah ukirannya. Produk dari pandai besi Jokotole menurut beliau memang bagus artinya ketajamannya bagus (tidak gampang tumpul).

“Ariya’ tang pesenan, ye padhena biasana ruwalah egebey songkel kasalamedden. Pajangan bisa keya. Tape mon padhena riya ben engkok egebey koleksi wa. Bennyak e roma deddi engkok bisa agente-gente ngibena mon kaloar”

“Pesanan saya ini, seperti biasanya digunakan sebagai sogkel keselamatan. Pajangan juga bisa. Namun jika seperti ini biasanya dibuat koleksi. Sebab saya punya banyak di rumah jadi saya bisa ganti-ganti membawa celuritnya saat keluar.”

Penjelasan Bapak Misnoto sebagai pembeli mengungkapkan bahwa pembeli membeli celurit berpamor untuk digunakan sebagai songkel ketika ingin keluar rumah sebagai pelindung keselamatan. Dari jawabannya bisa dilihat bahwa Bapak Misnoto sepertinya berkali-kali membeli celurit berpamor hingga dibuat koleksi dan pajangan di rumahnya.

Dengan penjelasan yang diberikan, diketahui bahwa dalam pembuatan celurit berpaamor tidaklah mudah, harus berkorban waktu demi menghasilkan produk yang maksimal. Namun, dari berbagai proses pembuatan celurit berpamor, peneliti mengetahui apa saja yang menjadi komponen dalam penentuan keuntungan yang biasa dikenal dengan *mark up*. Berikut gambaran penentuan harga jual dalam satu celurit berpamor:

Keterangan:

Teknis/non teknis : Adanya biaya yang dikeluarkan oleh pemilik dalam melakukan pembuatan celurit berpamor, namun tidak dapat dihitung maupun dilihat secara kasat mata.

+/- : Adanya ketidakpastian seberapa besar pemilik mendapatkan keuntungan dalam menentukan harga jual.

Diketahui bahwa harga jual ditentukan dengan memperhitungkan harga pokok produksi yang selanjutnya akan ditambah oleh *mark up*. *Mark up* dalam akuntansi biaya maupun akuntansi manajemen biasanya berbetuk dalam persentase. Sedangkan dalam pandai besi Jokotole *mark up* yang terdapat berbeda. Namun, peneliti berhasil mengetahui apa saja komponen dalam penentuan keuntungannya atau yang biasa dikenal dengan *mark up*.

Komponen tersebut adalah adanya biaya yang dikeluarkan dalam proses pembuatan secara teknis dan non-teknisnya yang tidak dapat dilihat secara kasat mata, sehingga peneliti tidak dapat menghitung biaya yang dikeluarkan untuk teknis dan non-teknisnya tersebut serta berapa keuntungan yang akan didapatkannya. Merujuk pada rumus yang dipaparkan oleh Halim, Supomo, Kusufi (2014:126) mengenai penentuan harga

jual, maka konsep harga jual yang terjadi pada usaha pandai besi Jokotole terlihat pada gambar berikut ini:

Dalam penentuan harga jual harus memperhitungkan berapa harga pokok produksi yang terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi. Sedangkan *mark up* yang telah ditentukan akan ditambahkan dengan biaya produksi, sehingga harga jual yang diberikan telah termasuk dalam dasar perhitungan. Pada produk celurit berpamor, *mark up* yang ditentukan tidak dapat dihitung dengan cara kuantitatif, sehingga tidak dapat diketahui biaya yang dikeluarkan secara teknis dan non-teknis dan keuntungan yang akan didapatkan. Diketahui bahwa yang membedakan harga pada produk celurit berpamor secara teknis dan non-teknis adalah ukiran pada pamor, makna budaya dan lamanya waktu yang dihabiskan.

SIMPULAN

Dalam sebuah usaha, penentuan harga jual akan menjadi penting agar dapat bersaing dengan tepat. Dalam akuntansi sendiri, penentuan harga jual masuk dalam pembahasan akuntansi manajemen maupun akuntansi biaya. Namun untuk usaha kecil, penentuan harga jual yang digunakan belum tentu sama seperti yang ada dalam ilmu akuntansi. Terkadang usaha tersebut memiliki cara perhitungannya sendiri, sehingga tidak akan berpatokan pada teori-teori yang tidak mereka pahami.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi, sehingga peneliti berhasil mencapai kesimpulan tentang bagaimana penentuan harga jual celurit berpamor yang ada pada usaha pandai besi Jokotole di Desa Kolpo, Kecamatan batang-batang, Kabupaten Sumenep. Penentuan harga jual yang diterapkan oleh pemilik usaha pandai besi memiliki kesamaan konsep dengan teori terutama dalam biaya-biaya yang dikeluarkan, namun terdapat pula perbedaan praktik yang tidak terdapat dalam akuntansi manajemen ataupun akuntansi biaya. Perbedaan tersebut merupakan hal yang lumrah karena akuntansi memang tidak selalu berbentuk material maupun selalu terhitung secara kuantitatif. Hal tersebut terjadi dalam usaha pandai besi yang memiliki caranya tersendiri dalam menentukan harga jual celurit berpamor. Dalam proses pembuatan celurit berpamor banyak aktivitas-aktivitas budaya yang tidak dapat dijelaskan dengan rupiah berapa biaya per aktivitas tersebut, jadi margin keuntungannya tidak bisa tergambarkan bahwa hal itu termasuk margin keuntungan yang sesungguhnya.

Biaya-biaya yang dikeluarkan dalam penentuan harga jual celurit berpamor adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain. Pemilik secara sadar menghitung ketiga biaya tersebut dalam pembuatan produk celurit berpamor. Namun terdapat *mark up* yang tidak dapat dipersentasekan atau tidak dapat dijelaskan cara perhitungannya menggunakan kuantitatif atau dihitung secara material. Hal ini disebabkan adanya faktor teknis dan non-teknis dalam pembuatan produk, seperti ukiran pada pamor, makna budaya dan lamanya waktu yang dihabiskan. Ukiran pada pamor berbeda-beda dan ada tingkatannya, semakin unik pamor yang dibuat maka semakin mahal harga yang diberikan. Penentuan harga jual berdasarkan makna budaya yang terkandung celurit berpamor yaitu semakin banyak masyarakat menjadikan kebiasaan membawa celurit berpamor kemana-mana maka akan semakin mahal harga celurit karena masyarakat sekitar khususnya laki-laki menjadikan celurit berpamor sebagai simbol kejantanan yang masih berkembang hingga saat ini. Terakhir, Semakin lama waktu yang dihabiskan dalam proses pembuatan celurit berpamor maka harga celurit berpamor juga semakin mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin. 2015. Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar konsep biaya & pengambilan keputusan. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. 2012. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hansen, Dor R, dan Maryanne M. Mowen. 2013. Akuntansi Manajerial. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamayanti, Ari. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi. Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.
- Karmila, Ika. 2018. "Kerajinan Pandai Besi Masyarakat Di Desa Limbang Jaya Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir". Skripsi, (Palembang, Universitas Islam Negeri Raden fatah)
- Krismiaji. 2002. Dasar-dasar Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Latief, Wiyata. 2006. Carok, Konflik Kekerasan, dan Harga Diri Orang Madura. Yogyakarta: LkiS.
- Mufid, Muhamad. 2012. Etika dan Filsafat Komunikasi. Jakarta : Kencana.
- Mulyadi. 2012. Akuntansi Biaya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Rifai, Mien Ahmad. 2007. Manusia Madura. Yogyakarta: Pilar Media.
- Shofiyullah. 2007. "Islam dan Carok (Membaca dengan Kearifan Lokal)", (Online) dalam <http://shofiyullah.files.wordpress.com/2007/12/islam-dan-carok.doc>, diakses 27 April 2020.
- Soedjatmoko dan Bambang Triono. 2005. "Clurit dan memudarnya makan clurit", (Online) dalam www.liputan6.com , diakses 01 Mei 2020.
- Subara. 2010. "Keunikan Masyarakat Madura", (Online) dalam <https://mrsubara.wordpress.com/2010/05/04/keunikan-adat-istiadat-masyarakat-madura/>, diakses 28 Maret 2020.
- Sugiono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

RESILIENSI BUMDES DALAM MENDETEKSI FRAUD DI ERA PANDEMI

Grace Phillandros Violetta

Fitriyani⁶³

Ika Kristianti

Universitas Kristen Satya Wacana

Abstrak

BUMDes didirikan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan desa juga sebagai penciptaan lapangan pekerjaan. Fraud seringkali masih terjadi dalam kegiatan operasional semua organisasi, termasuk didalamnya BUMDes, Potensi fraud yang muncul terbanyak adalah dikarenakan adanya penyimpangan keuangan dana bergulir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti kemampuan resiliensi BUMDes mendeteksi fraud yang terjadi selama pandemi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan objek penelitian di BUMDes Sumilen. Responden dari penelitian ini adalah pengurus BUMDes. Data yang digunakan merupakan data primer, yang didapatkan dari wawancara kepada responden. Hasil dari penelitian ini tidak ada dampak yang material atas kondisi pandemi seperti saat ini. Fraud maupun potensi terjadinya fraud tidak sering terjadi. BUMDes mengupayakan musyawarah ketika terjadi penyimpangan dalam kegiatan operasionalnya. BUMDes diharapkan lebih peka dalam mendeteksi risiko fraud dan menerapkan pengendalian internal untuk meminimalisir potensi fraud yang terjadi sehingga tujuan didirikannya BUMDes dapat tercapai.

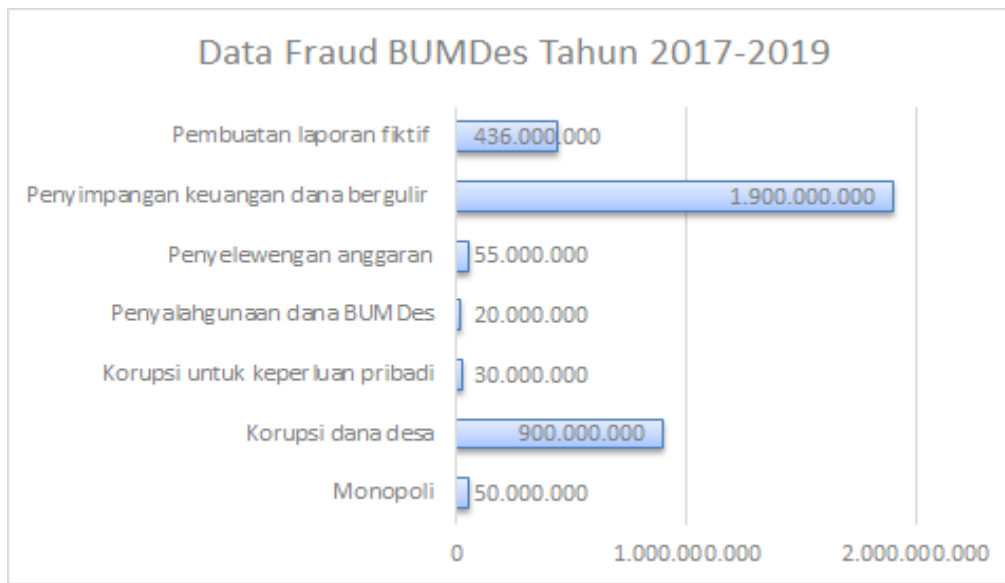
Kata kunci: resiliensi, bumdes, fraud, covid-19

PENDAHULUAN

Potensi kecurangan (*fraud*) disebabkan karena masih lemahnya pengendalian internal suatu organisasi dan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki suatu organisasi masih kurang sehingga dapat menimbulkan penyelewengan dalam mengelola organisasi (Widyawati et al., 2019). Potensi kecurangan sering terjadi di berbagai lembaga organisasi, salah satunya adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Undang-Undang pasal 1 Ayat (6) Tahun 2014) menyatakan BUMDes adalah badan usaha dimana sebagian besar atau seluruh modal usaha dimiliki oleh desa yang berupa kekayaan desa dan digunakan untuk memaksimalkan kesejahteraan masyarakat d esa. Kekayaan desa yang dapat digunakan tidak terbatas pada sumber daya alam, namun juga sumber daya manusia sebagai salah satu kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Indrayani et al., 2019). Di lansir dari Prokal.co (2017) terdapat kasus kecurangan korupsi yang pernah dilakukan oleh Ketua BUMDes yang bergerak di unit usaha koperasi, kecurangan yang dilakukan adalah membuat laporan fiktif dengan memalsukan pinjaman dan menimbulkan

⁶³232017121@student.uksw.edu

kerugian senilai 900 juta. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dan et al., (2019) di BUMDes unit usaha air dan sanitasi menyatakan hasil bahwa tarif air bersih antara kategori rumah tangga A, rumah tangga B dan usaha/villa tidak disamaratakan. Dengan adanya kebijakan tersebut dapat menimbulkan kesenjangan dan ketidakadilan antara masyarakat Desa Panji.



Sumber: Indrayani et al., (2019) & Widyawati et al., (2019)

Gambar 1. Data Fraud BUMDes

Air menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Manusia sangat membutuhkan air sebagai sumber kehidupan. Air sangat diperlukan ketersediaannya di berbagai tempat dan juga harus memiliki kualitas yang baik untuk dapat meningkatkan kehidupan manusia yang lebih baik lagi (Dorojati & Astuti, 2016). Menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air pasal 33 Ayat (3) dijelaskan bahwa sumber daya air dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat secara adil. Berdasarkan hal tersebut hendaknya negara menggunakan sumber daya air secara bijak agar keadilan di antara masyarakat tetaplah merata.

Sampai dengan tahun 2019 layanan sumber air minum yang layak di pedesaan masih belum maksimal, menurut data yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) persentase rumah tangga di pedesaan yang memiliki akses layanan sumber air minum yang layak sebesar 78,6 persen lebih kecil dibandingkan dengan rumah tangga di perkotaan sebesar 93,32 persen. Permasalahan tersebut masih menjadi tantangan di seluruh dunia, maka dari itu negara-negara lintas pemerintahan pada resolusi PBB merespon hal tersebut

sejak Oktober 2015 dengan membuat suatu rencana aksi global yaitu Sustainable Development Goals (SDGs) yang bermanfaat untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan dan melindungi lingkungan. Terdapat 17 tujuan dan 169 target yang ingin dicapai oleh berbagai negara pada tahun 2030, salah satunya adalah terdapat pada tujuan no.6 mengenai akses air bersih dan sanitasi.



Sumber: Kementerian Sosial (2019)

Gambar 2. SDGs

Tujuan hal tersebut adalah untuk menjamin ketersediaan air bersih dan sanitasi yang berkelanjutan untuk seluruh kalangan masyarakat karena manusia tidak bisa hidup tanpa air (Theron, 2016). Guna mendukung peningkatan kebutuhan jumlah air bersih pada masyarakat, beberapa BUMDes mulai membuka usaha dalam usaha aliran air bersih. Di beberapa tingkat pedesaan, terdapat BUMDes yang memiliki usaha berkaitan dengan air bersih sangat sejalan dengan SDGs no. 6 guna mendukung untuk mengurangi setengah dari jumlah proporsi masyarakat Indonesia yang tidak memiliki akses air bersih yang aman dan juga sanitasi dasar (Warah & Fajarwati 2006).



Sumber: Badan Pusat Statistik

Gambar 3. Data Pertumbuhan Air

Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk menjamin air bersih dapat digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia termasuk sampai ke daerah pedesaan. Salah satu BUMDes yang membuka usaha pengaliran air bersih adalah BUMDes Muara Enggelam Ramsyah yang ada di Kalimantan Timur. Di BUMDes ini pemerintah menjalankan suatu program yakni pemberian bantuan berupa sarana air bersih. Program ini bernama Pamsimas (Program Nasional Penyediaan Air Minum dan Sanitasi Berbasis Masyarakat). Sebelum adanya program ini, masyarakat merasa kesusahan dalam mendapatkan air bersih karena harus membeli air bersih dari desa terdekat. Bantuan dari pemerintah sangatlah bermanfaat bagi kelangsungan hidup masyarakat di desa tersebut.

Menurut Pinto et al., (2020) dijelaskan bahwa sangat diperlukan keberadaan dari BUMN maupun BUMD untuk berperan dalam penyelenggaraan sistem persediaan air minum yang memadai yakni bersih, sehat, dan juga produktif bagi masyarakat yang diatur dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 27 Tahun 2016. Berkaitan dengan hal tersebut, diharapkan lembaga pemerintah dapat menjalankan tugasnya tersebut dengan baik agar persediaan air minum yang ada tetap memiliki kualitas yang tinggi pula. Di era pandemi ini, BUMDes haruslah memiliki kemampuan beradaptasi agar BUMDes tersebut tetap bisa bertahan dengan kondisi seperti saat ini.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang besar untuk berbagai sektor usaha di dunia termasuk unit usaha BUMDes. Di Indonesia hanya 2 persen dari 51.000 BUMDes yang usahanya masih bisa bertahan dalam menghadapi masa pandemi dikarenakan dalam pembangunannya di awal, BUMDes tersebut tidak melakukan analisis kelayakan usaha berdasar pada potensi yang dimilikinya masing-masing (Pratiwi et al., 2020). Hal tersebut dapat mengakibatkan BUMDes tidak akan bertahan lebih lama ketika terjadi suatu permasalahan seperti pada saat pandemi ini. Pratiwi et al. (2020) juga mengatakan bahwa pada saat pandemi dan sejak diberlakukannya kebijakan work from home mengakibatkan intensitas pemakaian air bersih menjadi meningkat secara terus menerus. Selain itu dijelaskan juga bahwa akibat adanya pandemi menyebabkan BUMDes Karya Mandiri yang terletak di Jawa Barat mengalami dampak penurunan pada omzet yang dihasilkan yakni turun sebesar 33 persen. Dampak dari adanya pandemi memang nyata adanya dan memiliki resiko yang cukup besar bagi keberlangsungan suatu BUMDes.

Berdasarkan fenomena tersebut, BUMDes perlu untuk melakukan resiliensi. Resiliensi merupakan kemampuan untuk beradaptasi dan survive dari situasi maupun kondisi yang sulit. Untuk tetap mempertahankan unit usaha di BUMDes diperlukan kepekaan untuk mengikuti situasi saat ini agar BUMDes tidak menghentikan kegiatan operasionalnya. Dalam melakukan resiliensi, perlu dilakukannya tiga hal dalam melakukan strategi adaptasi yakni aspek ekonomi, aspek sosial, serta aspek kesehatan (Wayan Suartana et al. 2020). Aspek ekonomi yang dimaksud adalah adanya bantuan langsung dari pemerintah dengan melakukan registrasi ulang terhadap BUMDes yang ada. Aspek sosial dalam hal ini adalah masyarakat bergotong-royong untuk melakukan suatu perbaikan pembangunan di suatu desa dengan mempertimbangkan resiko-resiko yang bisa saja terjadi. Sedangkan aspek kesehatan ialah melakukan suatu kegiatan sebagai usaha dari pencegahan maupun penanganan suatu masalah yang bisa saja terjadi. Ketiga aspek tersebut dapat direalisasikan melalui penguatan suatu BUMDes karena merupakan penopang dan pengembangan potensi kegiatan ekonomi di suatu desa. Itulah mengapa BUMDes perlu melakukan resiliensi agar kegiatan unit usaha BUMDes tetap berjalan dan tetap membantu masyarakat sekitar. BUMDes sangat berperan penting untuk masyarakat pedesaan, karena BUMDes menjadi usaha desa yang paling utama untuk menggerakkan ekonomi desa (Desa & Kuta 2018).

Pandemi Covid-19 mampu mengubah dunia dalam waktu yang singkat, BUMDes dituntut untuk melakukan inovasi agar lebih memperlihatkan BUMDes tersebut tetap memiliki gairah di tengah pandemi. Namun dengan adanya inovasi akan menimbulkan adaptasi kebiasaan baru, hal tersebut mampu membuat potensi fraud muncul karena tidak semua orang mampu beradaptasi dengan baik. Sebelum adanya inovasi, potensi fraud dimiliki oleh setiap BUMDes, maka dari itu BUMDes harus mampu mendeteksi potensi fraud baru dan perlunya tindak lanjut dari BUMDes atas potensi fraud karena adanya resiliensi.

Penelitian ini menggunakan objek BUMDES Tirto Sumilen. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan di BUMDes Tirto Sumilen yang berada di Desa Karanganyar, Tuntang, Bringin, Kabupaten Semarang. Selama menghadapi pandemi pengurus unit usaha air dan sanitasi menyatakan bahwa pembagian tugas dalam hal membuat tagihan dan menerima tagihan dilakukan oleh orang yang sama, hal ini dapat menimbulkan potensi fraud yaitu manipulasi laporan. Resiliensi yang dilakukan BUMDes selama pandemi adalah mengubah kebijakan yang berkaitan dengan pembayaran tagihan, jika terdapat pelanggan yang terlambat membayar maka akan diberikan surat peringatan dan apabila sudah diberikan

surat peringatan ketiga namun tidak mampu membayar maka kebijakan yang diberlakukan adalah pemutusan aliran air. Sedangkan ketika pandemi tidak diberlakukan hal tersebut untuk pelanggan yang tidak mampu membayar. Hal ini mampu menimbulkan potensi fraud yaitu pelanggan tidak membayar tagihan karena batas waktu pembayaran maksimal tidak ditentukan oleh BUMDes dan pemutusan aliran air tidak dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti kemampuan BUMDes mendeteksi fraud yang terjadi selama menghadapi pandemi dan bagaimana resiliensi BUMDes dalam menghadapi potensi fraud di unit usaha BUMDes serta ingin mengetahui implikasi ketika melakukan hal tersebut. Selanjutnya penelitian ini bertujuan untuk menggali apakah BUMDes menerapkan strategi yang sesuai dengan resiliensi untuk mengatasi potensifraud yang terjadi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada BUMDes untuk mengidentifikasi peluang terjadinya fraud di BUMDes sehingga BUMDes dapat mempersiapkan pengendalian yang kuat sehingga potensifraud bisa di minimalisir.

TELAAH PUSTAKA (KERANGKA TEORI)

Fraud

Kata fraud biasanya dikenal dengan istilah manipulasi, istilah manipulasi dalam kasus awam dikenal dengan penipuan (Tuanakotta, 2014) menyatakan makna dari definisi fraud adalah suatu tindakan melawan hukum yang memiliki karakteristik adanya unsur kesengajaan, penyembunyian dan menyalahgunakan kepercayaan yang diberikan. Tindakan tersebut dapat dilakukan oleh individu maupun suatu organisasi. Tujuan dilakukan hal tersebut adalah untuk mendapatkan uang, properti atau jasa. Selain itu seseorang atau organisasi melakukan kecurangan bertujuan untuk menghindari pembayaran jasa atau kerugian serta memperoleh keuntungan diri sendiri maupun organisasi. Sedangkan menurut Association of Certified Fraud Examiners (2016) mendefinisikan fraud merupakan perbuatan yang dilakukan secara sadar oleh individu atau organisasi seperti memberikan laporan yang tidak sesuai dengan realita kepada pihak lain. Hal tersebut mampu merugikan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

BUMDes

Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 213 Ayat (1) menyebutkan bahwa "Sebuah desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa" menjadi dasar berdirinya sebuah BUMDes.

Pada Undang-undang No 6 Tahun 2014 Tentang Desa, pasal 1 Ayat (6) disebutkan bahwa sebagian besar modal BUMDes dimiliki oleh desa melalui penyertaan modal secara langsung yang berasal dari kekayaan desa dan digunakan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan rakyat. Tujuan dari pembentukan BUMDes menurut Permendes PDTT No.4 tahun 2015 antara lain: Meningkatkan perekonomian suatu desa, mengoptimalkan aset desa untuk kesejahteraan desa, pengelolaan potensi ekonomi desa untuk meningkatkan usaha masyarakat desa, membuka lapangan pekerjaan, melakukan perbaikan pelayanan umum untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, serta meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Resiliensi

Resiliensi merupakan suatu strategi yang harus dijalankan oleh suatu organisasi untuk tetap dapat bertahan, beroperasi, ataupun memproduksi ketika menghadapi suatu keadaan yang sulit. Strategi ini juga bisa dilakukan oleh suatu BUMDes. Strategi yang diterapkan oleh suatu organisasi harus dipikirkan secara matang dan dipersiapkan di awal agar tidak langsung menimbulkan dampak yang besar ketika terjebak dalam kondisi yang tidak diinginkan. Apabila ingin bertahan, baiknya suatu organisasi melakukan perencanaan strategi yang memungkinkan pula untuk dilakukan kedepannya. Menurut Pratiwi et al. (2020) adapun langkah-langkah yang dapat diterapkan untuk melakukan strategi resiliensi pada suatu BUMDes adalah :

1. Membuat daftar hal-hal yang dibutuhkan dalam penentuan tujuan dan perbaikan efektivitas suatu organisasi secara baik.
2. Melakukan suatu pengembangan yang berkaitan dengan aktivitas pada suatu organisasi supaya strategi yang disusun sebelumnya dapat tercapai.
3. Selain pengembangan aktivitas, BUMDes juga harus melakukan pengembangan strategi agar tujuan yang ditetapkan di awal juga bisa tercapai.
4. Melakukan pengevaluasian terhadap strategi resiliensi yang dilakukan agar dapat ditentukan kelayakannya untuk dapat digunakan kembali pada saat kondisi sulit atau dilakukan peningkatan terhadap strategi tersebut.

METODA

Jenis dan Sumber data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif sehingga dapat menjelaskan dengan lebih detail mengenai keadaan BUMDes sesuai dengan realita yang

terjadi. Data penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui teknik wawancara.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di BUMDes Tirto Sumilen terletak di Desa Karanganyar, Tuntang, Bringin, Kabupaten Semarang yang bergerak di beberapa unit usaha, salah satunya adalah air dan sanitasi. Responden penelitian ini terdiri dari penanggung jawab BUMDes unit usaha air dan sanitasi serta pengurus BUMDes secara keseluruhan unit usaha.

Tahapan dan Teknik Penelitian

Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan, pertama adalah reduksi data, selanjutnya penyajian data dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk menyeleksi data yang sudah terkumpul dari narasumber untuk menyajikan informasi yang penting terkait dengan penelitian untuk menjawab pertanyaan persoalan penelitian. Selanjutnya penyajian data yaitu mengklasifikasikan informasi penting yang didapatkan dari reduksi data berdasarkan pokok persoalan penelitian agar mudah memahami dengan jelas peristiwa yang terjadi. Penarikan kesimpulan adalah tahap terakhir yang berguna untuk mengambil inti dari data yang diperoleh dengan melakukan analisis guna menemukan arti data dalam menjawab persoalan penelitian (Aditya & Hapsari 2020). Metode triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber, di mana teknik ini melihat sebuah fenomena dari berbagai sudut pandang untuk mendapatkan keandalan dan kebenaran informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek pada penelitian ini adalah BUMDes Tirto Sumilen yang berdiri sejak tahun 2012. BUMDes ini berlokasi di Karanganyar, Kecamatan Tuntang, Demungan dan memiliki beberapa unit usaha yaitu air bersih, listrik, simpan-pinjam dan warung. Penelitian ini lebih memfokuskan pada unit usaha air bersih. Pada tahun 2012 unit usaha air bersih dikelola secara sosial oleh masyarakat Wendo, tetapi pada tahun 2014 unit usaha tersebut diambil alih dan dikelola oleh BUMDes Tirto Sumilen. Pengurus BUMDes tersebut terdiri atas Ketua, Sekretaris, Bendahara dan Pencatat meter yang didampingi oleh Kepala Desa.

BUMDes sudah mampu mencapai tujuan yaitu mengoptimalkan aset desa untuk kesejahteraan rakyat desa karena untuk menyalurkan air kepada masyarakat aset yang digunakan adalah aset milik desa dan pengurus sudah menganggarkan untuk perbaikan aset serta terdapat iuran dari masyarakat setiap bulannya yang digunakan untuk

memperbaiki peralatan jika terjadi kerusakan. Pengurus BUMDes terus berusaha untuk meningkatkan layanannya kepada masyarakat desa dengan membuat kebijakan sesuai dengan fenomena yang terjadi saat ini. Pada saat ini pandemi Covid-19 sudah menyebar di seluruh dunia dan mampu mengubah dunia dalam sekejap. Baik itu usaha pribadi maupun organisasi terkena dampak dari pandemi ini, ada yang usahanya makin meningkat dan ada yang semakin menurun namun kebanyakan berbagai sektor usaha mengalami penurunan laba.

Pada kenyataannya usaha BUMDes dalam bidang air dan sanitasi juga mengalami dampak dari adanya pandemi ini. Pembayaran yang tersendat dikarenakan kondisi perekonomian warga juga menjadi salah satu hambatan dalam pengelolaan usaha ini. Berbagai usaha telah dilakukan pemerintah, termasuk dengan pemberian bantuan langsung tunai kepada masyarakat. Akan tetapi, penentuan prioritas kebutuhan atas penggunaan bantuan tersebut seringkali tidak termasuk dalam penggunaan pembayaran tagihan air melalui BUMDes. Pembayaran iuran air yang sama untuk seluruh warga, dinilai cukup meringankan beban warga, jika dibandingkan dengan layanan air oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Iuran yang dikenakan kepada warga seringkali tidak mencukupi untuk biaya operasional, terlebih saat terjadi pandemi saat ini.

Pandemi telah menggoncang perekonomian seluruh negara, namun diharapkan Indonesia tidak terlalu terpuruk dalam menghadapi pandemi saat ini. Pemerintah telah berupaya dalam menjaga stabilitas keuangan negara. Kekuatan Indonesia terletak pada usaha kecil dan menengah yang tetap berusaha dalam kondisi yang sulit ini. Termasuk dengan BUMDes yang saat ini ikut terimbas kondisi pandemi saat ini. Pemerintah telah berupaya melakukan percepatan pasca pandemi dengan adanya kebijakan penyaluran Bantuan Langsung Tunai Dana Desa (Suartana, 2020). Upaya yang dilakukan Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi terkait hal tersebut adalah registrasi ulang untuk seluruh BUMDes. Pemerintah tidak bisa menjamin bahwa masyarakat terhindar dari adanya bencana, namun sebagai fasilitas dalam mengupayakan meringankan imbas yang dirasakan oleh masyarakat.

Kemampuan beradaptasi BUMDes juga turut diuji dalam kondisi pandemi saat ini. Kerentanan atas kondisi perekonomian tidak hanya dirasakan oleh masyarakat juga, namun BUMDes juga turut terimbas. Saat ini kemampuan dalam mengupayakan usaha tetap berjalan, serta kemampuan beradaptasi sangat diperlukan untuk dapat resilien. Kementerian Desa Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi melakukan

pendampingan dalam operasional BUMDes salah satunya dengan digitalisasi kegiatan operasional.

BUMDes Tirta Sumilen saat ini masih mampu mengatasi kendala selama pandemi yang ada di lapangan karena hanya ada sedikit perubahan akibat terjadinya pandemi. Kemampuan dalam menanggulangi fasilitas pengaliran air yang berkurang, perlakuan pembebasan pembayaran iuran air tidak terlalu dirasaka dampaknya pada BUMDes Tirta Sumilen. Ketika terjadi kerusakan, BUMDes sudah berinisiatif untuk melakukan pembenahan jaringan air namun terkendala atas mendesak pengalokasiannya. Kerusakan yang seringkali terjadi ini, dapat memunculkan masalah dikemudian hari dikarenakan ketidakmampuan BUMDes dalam membenahi jaringan air. Proses penganggaran yang membutuhkan waktu sedikitnya satu tahun anggaran juga menjadi hambatan dalam perbaikan jaringan secara mendadak.

Menurut salah satu anggota pengurus BUMDes unit usaha air dan sanitasi :

“Untuk pembenahan kemarin memang dialokasikan dari pemerintah desa, kemarin ada pembenahan jaringan air karena juga ada biaya yang dikumpulkan sehingga dari pengurus diajukan ke desa untuk pembenahan, akan tetapi karena mendesak pengalokasiannya dari desa bisanya tahun depan karena belum masuk di APBDES jadi setiap anggaran yang bisa dibiayai desa yang masuk APBDES”

Masyarakat yang menggunakan layanan unit usaha air rata-rata sudah memiliki pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari namun lagi-lagi karena adanya pandemi ini ada masyarakat yang tidak menghasilkan uang, hal ini menyulitkan masyarakat karena air yang digunakan sehari-hari masih harus dibayarkan kepada BUMDes sehingga ada beberapa masyarakat atau pelanggan yang terlambat untuk membayar tagihan. Selain itu sekitar 15 persen pelanggan masih terlambat untuk membayar. Ketegasan BUMDes selama pandemi cukup longgar karena tidak semua mampu membayar tagihan air yang digunakan seperti hasil wawancara berikut ini :

Menurut salah satu anggota pengurus BUMDes unit usaha air dan sanitasi :

“Untuk konsumsi airnya masih normal akan tetapi ya itu pembayaran dari pelanggan agak terlambat nggeh karenakan banyak warga yang petani dan mungkin ada karyawan swasta dirumahkan untuk bayarnya agak telat”

Ketika pelanggan tidak melakukan pembayaran tepat waktu, kebijakan dari BUMDes sebelum terjadinya pandemi adalah mengeluarkan surat peringatan. Surat peringatan diberikan sebanyak tiga kali kepada pelanggan dan apabila dalam jangka waktu

yang ditentukan tidak membayar tagihan maka pengaliran air akan diputuskan dari BUMDes ke rumah pelanggan. Ketika pandemi menerpa, BUMDes memberikan kebijakan baru yang berkaitan dengan keterlambatan pembayaran yaitu meringankan beban pelanggan untuk menunda pembayaran tagihan, namun jangka waktu batas pembayaran tidak ditentukan oleh BUMDes. Potensi fraud dapat terjadi ketika penetapan batas akhir pembayaran tidak ada, serta tidak adanya peringatan yang diberikan oleh BUMDes kepada pelanggan air. Risiko atas terjadinya gagal bayar, pembayaran yang tidak lengkap, serta kelalaian petugas dalam mencatat piutang lampau bisa saja terjadi.

Aspek kedua yang perlu diperhatikan dalam pengupayaan resiliensi adalah aspek sosial. Kehidupan masyarakat Indonesia yang tidak terlepas dari gotong royong dalam pembangunan infrastruktur, serta musyawarah dalam pengambilan keputusan sangat mempengaruhi operasional usaha BUMDes. Penetapan atas kebijakan BUMDes Tirta Sumilen dalam pelonggaran pembayaran iuran air tidak lepas dari kesepakatan yang telah dilakukan dalam rapat desa. Keputusan hasil musyawarah ini akan menjadi dasar pengambilan kebijakan pengurus BUMDes Tirta Sumilen. Keinginan tetua masyarakat serta pengurus BUMDes adalah tidak ingin menghilangkan jati diri desa yaitu gotong royong dan musyawarah warga desa.

Menurut anggota pengurus BUMDes unit usaha air dan sanitasi :

“Kalau biasanya tiga kali tidak melakukan pembayaran akan diputus sementara tapi di masa pandemi tidak karena kita menghargai juga karena kondisi seperti ini jadi tetap disalurkan”

Kebijakan ini didasarkan pada tujuan awal didirikannya BUMDes unit air yaitu untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat sehingga sifat sosial cukup tinggi di daerah BUMDes Tirta Sumilen. Berbeda dengan penjelasan dari salah satu pengurus BUMDes secara keseluruhan.

Menurut salah satu anggota pengurus BUMDes secara keseluruhan:

“Kebijakan tersebut dibuat sejak berdiri dan beroperasi bukan karena dampak dari pandemic ini, tapi memang membantu masyarakat yang tidak mampu. Sejauh ini belum ada warga yang terlambat membayar. Tapi ada yang telat sehari atau dua hari, tapi itu gak apa-apa selama gak sampai satu atau dua bulan itu dimaklumi.”

Perbedaan mengenai batas tenggat waktu yang diberikan oleh pengurus usaha air serta pengurus usaha secara keseluruhan dapat menimbulkan potensi *fraud* pula. Ketidakkonsistenan atas kebijakan dapat menimbulkan perbedaan perlakuan kepada

pelanggan. Ketika terdapat kesempatan untuk membayarkan kepada petugas yang berbeda, akan menghasilkan perbedaan perlakuan pula.

Kebijakan yang ditetapkan oleh BUMDes ini didasarkan pada keputusan melalui musyawarah bersama yang dihadiri pengurus BUMDes dan juga pelanggan. Aspirasi dari masyarakat keseluruhan sangat diperlukan untuk pengambilan keputusan sehingga tidak ada pihak dirugikan dan tidak menimbulkan *fraud*. Namun, ketika musyawarah dilakukan tidak semua pelanggan dapat menghadiri pertemuan yang diadakan BUMDes sehingga terdapat pelanggan yang tidak mengetahui perubahan dan perkembangan yang terjadi karena hal tersebut hanya diberitahukan ketika pertemuan berlangsung dan notulensi dicatat oleh pengurus BUMDes.

Menurut salah satu pengurus BUMDes secara keseluruhan :

“Dengan kesibukan warga masing-masing, tidak semua warga 100 persen hadir. Musyawarah ini berguna untuk membicarakan keberlangsungan usaha itu sendiri dan untuk hasil pertemuan ada notulensi”.

Selama pandemi BUMDes masih tetap mempekerjakan pekerja dengan jumlah yang sama dan tidak ada pengurangan pekerja. Hal itu dilakukan agar masyarakat sekitar tetap dapat mencukupi kebutuhannya sehari-hari melalui pekerjaan yang ada di BUMDes tersebut. Meskipun honor yang didapatkan masih tergolong kecil dikarenakan pelayanannya bersifat sosial, namun tetap saja ini menguntungkan bagi warga sekitar. Seperti paparan hasil wawancara berikut ini :

Menurut salah satu anggota pengurus BUMDes unit usaha air dan sanitasi:

“BUMDes ini sifatnya masih pelayanan, belum bergerak di bidang yang komersial seperti pelayanan air bersih itu sifatnya masih pelayanan sehingga untuk operator ataupun petugasnya itu masih ya semampunya tidak ada patokan gaji atau honor jadi sifatnya masih sosial ngeh karena kita belum mempunyai usaha yang sifatnya komersial untuk benar benar profit oriented jadi masih sifatnya sosial”

Pernyataan tersebut sesuai dengan tujuan BUMDes yakni menciptakan lapangan pekerjaan. Meskipun terjadi pandemi dan itu sangat menyulitkan, BUMDes tetap mewujudkan tujuannya agar kesejahteraan masyarakat desa dapat tercapai.

Petugas teknis yang membantu BUMDes dalam melakukan pengecekan secara berkala ke setiap rumah pelanggan diberikan gaji yang terbilang cukup kecil, karena gaji yang diberikan BUMDes tidak ada perhitungan mendasar untuk menetapkan gaji setiap bulannya. Pemberian insentif yang dilakukan oleh BUMDes sebesar Rp 200.000- Rp

250.000 didasarkan pada musyawarah bersama. Besaran honor ini tidak sesuai dengan UMR Kabupaten Semarang, akan tetapi ditilik dari tujuan pendirian BUMDes sudah tercapai yaitu penciptaan lapangan pekerjaan seperti hasil wawancara berikut ini:

Menurut salah satu anggota pengurus BUMDes unit usaha air dan sanitasi :

“Insentif masih sebatas sesuai kemampuan jd petugasnya insentifnya masih kecil (200.000-250.000/bln) belum ada standar atau honor UMR”

Risiko terjadinya fraud juga nampak dari tidak adanya pembagian tugas antara pencatatan dan penerima uang. Tugas mencatat penggunaan air dan menagih serta menerima uang dari pelanggan dilakukan oleh orang yang sama. Selain itu pencatatan penggunaan air setiap bulannya hanya dilakukan dengan mencatat di kertas dan kemudian dihitung, hal tersebut dapat menimbulkan risiko kehilangan ataupun kerusakan karena petugas tidak melakukan back up data misalnya melalui foto sehingga jika terjadi kerusakan, kehilangan data pelanggan dapat teratasi dan mampu meminimalisir manipulasi data penggunaan air. Berdasarkan tujuan utama didirikannya BUMDes ini adalah untuk mensejahterakan masyarakat, sehingga BUMDes mempunyai kepercayaan yang tinggi kepada setiap pengurus BUMDes.

Menurut salah satu anggota pengurus BUMDes secara keseluruhan:

Pencatat meter berikan catatan kepada bendahara untuk penggunaan air dan bendahara membuat daftar tagihan dan petugas meteran menagih langsung kepada pelanggan. Selain itu pencatatannya masih manual ya masih pake kertas jadi dibuatkan tabel dan diisi secara manual”

Berdasarkan ketiga aspek resiliensi tersebut, perlu adanya upaya menyeluruh yang dilakukan BUMDes Tirta Sumilen dalam implementasi kebijakan yang telah diputuskan, dengan mempertimbangkan aspek potensi *fraud* yang mungkin akan dihadapi. Resiliensi merupakan perwujudan dalam upaya yang dilakukan oleh entitas dalam menunjukkan eksistensi dalam dunia usaha. Kemampuan bertahan dan penyesuaian diri atas perubahan yang terjadi diperlukan dalam dinamika bisnis. Stimulus yang diberikan oleh pemerintah hendaknya tidak hanya digunakan untuk kegiatan operasional saja, namun juga untuk peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan inisiasi ide kreatifitas dalam menjalankan kegiatan operasional. Perancangan bisnis serta pemetaan atas potensi risiko maupun *fraud* yang mungkin terjadi juga akan menambah kualitas dari BUMDes Tirta Sumilen.

Perlu adanya kerjasama antar pemangku kepentingan BUMDes dalam upaya resiliensi usaha BUMDes Tirta Sumilen. Pengelolaan BUMDes dengan apik dapat meningkatkan kemandirian BUMDes Tirta Sumilen. Sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan kondisi usaha yang semakin baik, dan pengurangan potensi terjadinya fraud. Bantuan dan program dari pemerintah atas keberlanjutan usaha BUMDes diharapkan dapat membantu perkembangan BUMDes. Diiringi dengan peningkatan kapasitas operasional serta sumber daya manusia dalam pengembangan BUMDes.

SIMPULAN

Pandemi Covid 19 tidak memberikan perubahan yang signifikan untuk BUMDes Tirta Sumilen karena dampak yang dialami oleh BUMDes tersebut hanyalah masalah biasa seperti kendala teknis yang dapat teratasi dengan baik, sedangkan tarif air masih sama dari sebelum terjadinya pandemic karena masyarakat desa tersebut memiliki pekerjaan yang tetap sehingga sebagian besar mampu untuk membayar tagihan. Namun sekitar 15 persen masih ada pelanggan yang terlambat untuk membayar tagihan dikarenakan mereka adalah pekerja lepas harian, strategi yang dilakukan BUMDes adalah membuat kebijakan perpanjangan masa pembayaran dan tidak dikenakan denda serta pemutusan penggunaan air. Dengan demikian, BUMDes dapat beradaptasi dan mengatasi masalah yang terjadi selama pandemic. Meskipun pandemic tidak memberikan dampak yang besar terhadap BUMDes, pengelolaan BUMDes yang dilakukan oleh pengurus memiliki risiko fraud yang sebenarnya tidak disadari oleh pihak BUMDes karena rasa kepercayaan yang tinggi terhadap satu sama lain antar pengurus BUMDes. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak melakukan konfirmasi kepada pelanggan terkait dengan hasil wawancara BUMDes. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali informasi langsung dari pelanggan dan melakukan observasi di BUMDes untuk memperkuat bukti hasil wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Y. F. P., & Hapsari, A. N. S. (2020). Local Wisdom: Can It Mitigate the Risk of Fraud? *ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 4(01), 18–34. <https://doi.org/10.35310/accruals.v4i01.382>
- Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). (2016). *Auditor Essentials*, 7–10. <https://doi.org/10.1201/9781315178141-3>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Proporsi Populasi Penduduk Yang Memiliki Akses Terhadap Layanan Sanitasi Layak Dan Berkelanjutan*. Retrieved December 11, 2020, from

- <https://www.bps.go.id/indicator/29/1267/1/proporsi-populasi-penduduk-yang-memiliki-akses-terhadap-layanan-sanitasi-layak-dan-berkelanjutan.html>
- Dan, B., Dana, P., Di, P., Bhuana, B., Buleleng, K., Bali, P., Anugrah, F. W., Yasa, I. N. P., Sujana, E., & Ekonomi, J. (2019). ANALISIS PERBEDAAN DASAR PERHITUNGAN TARIF HARGA AIR UTAMA (Studi Pada BUMDes Bhuana Utama Desa Panji , Kecamatan. 263–272.
- Desa, D. I., & Kuta, T. (2018). Total jumlah kepala keluarga. 39–47.
- Dorojati, R., & Astuti, N. D. (2016). Model pelayanan air bersih perdesaan The model of rural area clean water services. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 29(317), 146–158.
- Indrayani, N. K. D., Sujana, E., & Dewi, P. E. D. M. (2019). Pengaruh Kompetensi Pengawas, Pengalaman Kerja, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Pendeteksian Kecurangan Pada Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Se-Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 10(2), 158–169. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/20515>
- Kementerian Sosial, 2019. (n.d.). Sustainable Development Goals (SDGs).
- Kewirausahaan, D. A. N. (2020). Business Resilience of Village-Owned Enterprises in the Pandemic Era: A Case Study Approach. 14(2), 256–266.
- Pendekatan Studi Kasus Wayan Suartana, S. I., Wirawan Yasa, G., Putu Wiwin Setyari, N., Gusti Ayu Purnamawati, I., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2020). Resiliensi Bisnis Badan Usaha Milik Desa Pada Era Pandemi. *Agustus*, 14(2), 256–266.
- Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 27 Tahun 2016.
- Permendes PDTT No.4 tahun 2015.
- Pinto, M. D. R., Widodo, W., & Rachman, A. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Air Bersih Berbasis Android Dengan Menggunakan Model Prototype. *INTEGER: Journal of Information Technology*, 5(1). <https://doi.org/10.31284/j.integer.2020.v5i1.905>
- Pratiwi, M. B., Novianty, I., & Kunci, K. (2020). Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pandemi COVID-19 pada Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. 26–27.
- Prokal.co 2017. (n.d.). Dugaan Korupsi Bumdes Dilimpahkan ke Kejari Penajam.
- Theron, G. B. (2016). Sustainable development goals. *Obstetrics and Gynaecology Forum*, 26(1), 1. <https://doi.org/10.7312/sach17314-016>
- Tuanakotta, T. M. (2014). Mendeteksi Manipulasi Laporan Keuangan. Penerbit Salemba.
- Undang-Undang No. 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air pasal 33 Ayat (3).
- Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 213 ayat (1).
- Undang-undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa pasal 1 ayat (6), (2014).
- Warih, H. A., & Fajarwati, A. (2006). Kajian Pengelolaan Air Berbasis Komunitas (Studi Kasus Desa Karangrejek Kabupaten Gunungkidul). 187–196.
- Widyawati, N. P. A., Sujana, E., & Yuniarta, G. A. (2019). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Whistle Blowing System, dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Pencegahan Fraud dalam Pengelolaan Dana Bumdes. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 10(3), 368–379.

ISBN 978-979-3775-81-4



Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Diponegoro No. 52-60, Salatiga 50711
Telp. (0298) 311881, Fax. (0298) 324828



feb
uksw

61
DIES
NATALIS
FEB
UKSW



Co-host



2 SKP

FOR
CALL PAPER
DAN
SEMINAR NASIONAL

Sertifikat

diberikan kepada:

Catur Septiawan G

Atas partisipasinya sebagai **pemakalah** dalam kegiatan Call for Paper dan Seminar Nasional **"Building Sustainability through Adaptation in the Global and Intense Dynamic Environment"** yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana kerjasama dengan IAI Wilayah Jawa Tengah secara daring pada tanggal 20 Januari 2021



Roos Kities Andadari, SE., M.B.A., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana

Dr. Yeterina W. Nugrahanti, SE., M.Acc., Ak

Ketua Call for Paper dan Seminar Nasional



Hendri Santosa, SE., M.Si., Ak., CA., CFA., CRP

Ketua IAI Wilayah Jawa Tengah