



SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS
GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE 2016



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Utama Universitas Bina Darma
Jl. A. Yani No.03 Plaju Palembang
Telp : (0711) 515582
Email : gcafeb@binadarma.ac.id

Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Global Competitive Advantage

2016

“Membangun Ekonomi dan Bisnis Inklusif”

PROSIDING

Palembang, 06-07 April 2016

Universitas Bina Darma

Supported by:



BANK INDONESIA



PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS
GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE

© Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

Cetakan Pertama Tahun 2016
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Reviewer

Dr. H. Hardiansyah, M.Si
Dr. Kristina Setyastuti, M.M.
Verawaty, S.E., Ak., M.Sc
Cirtra Indah M, S.E., Ak., M.M.
Asmanita, S.E., M.Si

Editor

M. Titan Terzaghi, S.E., Ak., M.Si
Irwan Septayuda, S.E., M.Si

Penerbit



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma
Jalan Jendral Ahmad Yani No. 3 Palembang
Kode Pas 302264
Telepon (62-711) 515679, 515581, 515582
Faksimile (62-711) 515581
<http://fekon.binadarma.ac.id>

ISBN : 978-602-74335-0-2

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun
tanpa izin tertulis dari penerbit

Universitas Bina Darma

SURAT TUGAS



Nomor : 0707 /ST/Univ-BD/XII/2015

Rektor Universitas Bina Darma menugaskan kepada Saudara-saudara yang nama-namanya tercantum di bawah ini sebagai Panitia Pelaksana Acara Seminar Nasional "Global Competitive Advantage", yang dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma di di Aula (lantai 6) Kampus Utama Universitas Bina Darma pada tanggal 6 sampai dengan tanggal 7 April 2016.

Penanggung Jawab	: Prof. Ir. H. Bochari Rachman, M.Sc	
Penanggung Jawab Pelaksana	: 1. Prof. Dr. H. Zainuddin Ismail, M.M. 2. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. 3. Dr. Emi Suwarni, M.Si.	
Pembicara	: 1. Prof. Dr. Basu Swasta (Universitas Gadjah Mada/UGM Yogyakarta) 2. Mulyaman Hadad (OJK)	
Ketua	: Dr. H. Bakti Setyadi, S.E, Ak., M.M., Ak., C.A.	
Wakil Ketua	: Heriyanto, S.E., M.Si.	
Bendahara	: 1. Yetty Karatu, S.E., Ak. 2. Ade Kemala Jaya, S.E., Ak., M.Acc. 3. Dra. Gagan Ganjar Resmi, M.Si. 4. Rolai Wahasusmiah, S.E, Ak., M.M.	
Sekretariat Anggota	: Rabin Ibnu Zainal, S.E, M.Sc., Ph.D. (Candidat) 1. Fitriasuri, S.E, Ak., M.M. 2. M.Titan Terzaghi, S.E., Ak., M.Si. (<i>Proceeding</i>) 3. Irwan Septa Yuda, S.E., M.Si. (<i>Proceeding</i>) 4. Andrian Noviard, S.E., M.Si. (CP)	5. Ari Muzakir, M.Cs. (<i>Website</i>) 6. Efan Elpanso, S.E, M.M. (CP). 7. Septiani Fransisca, M.Si. (CP)
Seksi Acara Anggota	: Dina Mellita, S.E., M.Ec. 1. Drs. H. Mukran Roni, M.BA. 2. Trisninawati, S.E., M.M. 3. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.	4. Drs. H. Hasan Kuzery, Ak.M.M. 5. HMA dan HMM
Seksi Reviewer	: Dr. H. Hardiyansyah, M.Si. 1. Dr. Koesharijadi, S.E., M.M. 2. Dr. Kristina Setyastuti, M.M. 3. Verawaty, S.E., Ak., M.Sc.	4. Citra Indah M, S.E., Ak.M.M. 5. Asmanita, S.E., M.Si.
Seksi Promosi Anggota	: Dr. H. Dedi Rianto Rahadi, M.M. 1. Dr. H. Lin Yan Syah, M.Si. 2. M. Amirudin Syarif, S.Si., M.M.	3. Poppy Indriani, S.E.Ak., M.Si. 4. Jaka D, S.E., Ak., M.Ak., C.A.
Seksi Konsumsi Anggota	: Siti Nurhayati Nafsiah, S.E., M.Si. 1. Henni Indriani, S.E., Ak., M.Si. 2. Yeni Widyanti, S.E., M.Ak.	3. Maningsih
Seksi Dokumentasi Anggota	: Wiwin Agustian, S.E., M.Si. 1. Agus Hendrianto 2. Bidar TV	
Seksi Perlengkapan/Umum dan Transport Anggota	: Sunar 1. Ujang, S.E., M.M. 2. Darwin, S.E., M.M. 3. Erlang 4. Marvin 5. Antoni Chandra 6. HMA dan HMM	

Surat Tugas ini berlaku terhitung mulai tanggal ditetapkan dan berakhir sampai dengan selesainya kegiatan tersebut.

Demikianlah surat tugas ini dibuat agar dapat dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Dikeluarkan di : Palembang
Pada tanggal : 4 Desember 2015

Wakil Rektor I, //

Universitas Bina Darma

Prof. Dr. H. Zainuddin Ismail, M.M.

Tembusan disampaikan kepada yth:

1. Rektor Universitas Bina Darma (sebagai laporan);
2. Yang bersangkutan untuk dilaksanakan;
3. Arsip.

Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis Global Competitive Advantage

2016

“Membangun Ekonomi dan Bisnis Inklusif”

PROSIDING

Palembang, 06-07 April 2016

Universitas Bina Darma

Supported by:



BANK INDONESIA



PROSIDING

SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS *GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE*



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
Palembang 6-7 April 2016**

**Penerbit :
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bina Darma
Palembang
2016**

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS
GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE

© Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

Cetakan Pertama Tahun 2016
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Reviewer

Dr. H. Hardiansyah, M.Si
Dr. Kristina Setyastuti, M.M.
Verawaty, S.E., Ak., M.Sc
Cirtra Indah M, S.E., Ak., M.M.
Asmanita, S.E., M.Si

Editor

M. Titan Terzaghi, S.E., Ak., M.Si
Irwan Septayuda, S.E., M.Si

Penerbit



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma
Jalan Jendral Ahmad Yani No. 3 Palembang
Kode Pos 302264
Telepon (62-711) 515679, 515581, 515582
Faksimile (62-711) 515581
<http://fekon.binadarma.ac.id>

ISBN : 978-602-74335-0-2

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun
tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur selayaknya tercurah kehadiran Allah SWT, karena atas kemudahan yang diberikan-NYA maka Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis *Global Competition Advantage* (GCA) dapat diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma pada tanggal 6-7 April 2016. Adalah suatu kebanggaan dan rasa syukur yang tinggi dapat menghimpun dan menyatukan serta menyebarkan berbagai ide, pemikiran, dan hasil riset ilmiah maupun pengalaman praktis yang terhimpun dalam Prosiding Seminar ilmiah GCA yang pertama dengan mengangkat tema "Membangun Ekonomi dan Bisnis Inklusif".

Tema tersebut dipilih, karena kami berharap bahwa pembangunan ekonomi dan bisnis tidak hanya terbatas kepada bidang tertentu dan hanya memberikan manfaat kepada sebagian pihak saja, melainkan dapat memberikan manfaat yang menyentuh seluruh elemen masyarakat Indonesia. Prosiding ini berisi makalah dengan ruang lingkup bidang ilmu ekonomi, manajemen, akuntansi, bisnis, dan kewirausahaan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembangunan nasional yang kompleks dan menuntut peran aktif seluruh pihak.

Kami mengucapkan terima kasih atas kesediaan para tamu undangan, DR. Fahmi Idris, S.E., M.H. (Menteri Perindustrian dan Menteri Tenaga Kerja & Transmigrasi pada Kabinet Indonesia Bersatu), Prof. DR. Basu Swasta Dharmmesta M.B.A. (Direktur MM UGM Yogyakarta), Slamet Edi Purnomo S.E., M.M (Kepala Departemen Komunikasi dan Internasional OJK), dan DR. Ekowati Retnaningsih, SKM., M.Kes (Kepala Bappeda Sumsel) yang telah menghadiri pembukaan dan memberikan sambutan pada seminar ini sebagai *keynote speaker*. Selanjutnya kami ucapkan terima kasih pada para peserta, pemakalah, dan presenter seminar atas partisipasinya, serta penghargaan juga patut diberikan kepada seluruh panitia pelaksana dan pihak - pihak terkait dalam seminar nasional ini atas jerih payahnya sehingga seminar dapat berlangsung dengan baik sampai tersusunnya prosiding ini. Akhir kata, semoga prosiding ini dapat memberikan konsep dan aplikasi yang bermanfaat khususnya dalam mensukseskan pembangunan nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Semoga Allah SWT meridhai semua langkah dan perjuangan kita, serta berkenan mencatatnya sebagai amal ibadah. Aamiin.

Palembang, April 2016

Tim Pelaksana

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
 PRICE PERCEPTION OF CONSUMER (STUDY IN SMARTPHONE MARKET) Ali Mohamad Rezza.....	 1
 PERBAIKAN STASIUN KERJA KRITIS MENGGUNAKAN METODE ERGONOMIC ASSESSMENT SURVEY (EASY) Brian Adiguna, Hasmawaty Adam, Christofora Desi Kusmindari.....	 7
 QUALITY ON THE WEB PERFORMANCE ANALYSIS OF CONSUMER CONFIDENCE IN CHOOSING THE ONLINE STORE SITE Dadan Abdul Aziz Mubarok.....	 16
 PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP HUBUNGAN ANTARA PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA Desy Lesmana, Mutiara Maimunah, Delfi Panjaitan	 26
 PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI MASA TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA KONSUMEN MCDONALD'S INDONESIA) Dimas Yudistira Nugraha	 37
 KINERJA PEMASARAN UNGGULMELALUI STRATEGI PEMASARAN UNGGUL (STUDI PADA PT.TELKOM INTERNATIONAL) Heru Basuki Purwanto	 45
 RELEVANSI PENDIDIKAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF TAUHID DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIANISLAM Lily Rahmawati Harahap, Rulyanti Susi Wardhani.....	 52
 PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) DALAM KAMPANYE POLITIK (STUDI PEMILIHAN KEPALA DAERAH DI INDONESIA) Muji Gunarto	 62
 ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP TAX AVOIDANCE Ahir Susilo Sudarman, Henni Indriyani, Yeni Widyanti	 74
 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESIAPAN PENERAPAN AKUNTANSI DESA (STUDI PADA LIMA DESA DI KECAMATAN INDRALAYA UTARA KABUPATEN OGAN ILIR) Ayu Lestari, Sitti Nurhayati Nafsiah, Jaka Darmawan	 82

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, KINERJA KEUANGAN DAN TINGKAT EKONOMI MAKRO TERHADAP KEBIJAKAN BUYBACK Chandra Kurniawan, Verawaty, Ade Kemala Jaya	91
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELENGKAPAN PENGUNGKAPAN LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN Fitriyanti, Fitriasuri, Citra Indah Merina.....	98
PENGARUH FAKTOR AKUNTANSI DAN NON AKUNTANSI TERHADAP PREDIKSI PERINGKAT OBLIGASI Ike Pitriani, Poppy Indriani, Andrian Noviardy	106
EVALUASI EMPIRIS INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA NON KEUANGAN M. Wahyudi Pratama, Verawaty, Setiani Fransisca.....	115
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK BADAN UNTUK MEMBAYAR PAJAK Muhamad Jasmani, H. Hasan Kuzery, M. Titan Terzaghi	124
PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT, PROFITABILITAS, LEVERAGE TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI (STUDY KASUS PERUSAHAAN SEKTOR PERKEBUNAN DI BEI) Okta Ariska, Siti Nurhayati Nafsiah, Andrian Noviardy	133
PENGARUH DIVERSIFIKASI BERHUBUNGAN DAN DIVERSIFIKASI TIDAK BERHUBUNGAN TERHADAP STRUKTUR MODAL Sevrinda Anggia Sari, Poppy Indriani, Ade Kemala Jaya	140
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL DISTRESS Sri Husniati, Fitriasuri, Rolia Wahasusmiah	150
MANAJEMEN LABA DAN TINGKAT DISCLOSURE TERHADAP BIAYA MODAL Syelni Husyenti, Henni Indriyani, Citra Indah Merina	158
EVALUASI KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE BANK BRI DENGAN METODE UJI WILCOXON Agung Aryandi, Rabin Ibnu Zainal, M. Amirudin Syarif	167
PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT PELINDO II PALEMBANG Ari Fajri Rahmat, Hardiyansyah, M. Amirudin Syarif	176
ANALISIS KUALITATIF HUBUNGAN INTERPERSONAL DENGAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. PLN (PERSERO) WS2JB Febria Hidayah, Heriyanto, Gagan Ganjar Resmi	182

PENGARUH DIKLAT DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI PERUM BULOG SUMSEL BABEL Haris Siregar, Irwan Septayuda	192
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. ASURANSI SINARMAS CABANG PALEMBANG Marina, Lin Yan Syah, Asmanita	200
ANALISIS FAKTOR GAYA KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PTPN VII BATURAJA Mayang Safitri, Wiwin Agustian, Asmanita	209
PENGARUH PENEMPATAN KERJA TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN Pebri Yusani, Dedi Rianto Rahadi, Mukran Roni	217
PENGARUH KONFLIK ANTAR KARYAWAN TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN RA. Gusti Pratiwi, Emi Suwarni, Mukran Roni	225
PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN TERHADAP PROMOSI JABATAN STRUKTURAL DI RSUD KABUPATEN PALI Septa Wahyu Pratama, Emi Surwarni, Trisninawati.....	234
PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA KARYAWAN UKM KULINER KOTA PALEMBANG Tiri Jarmawati, Heriyanto, Dina Mellita	245
PENGARUH PROMOSI JABATAN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. PGASCOM PALEMBANG Trihan Alfian, Wiwin Agustian, Irwan Septayuda	255
THE EFFECT OF AUDITOR REPUTATION, PREVIOUS YEAR'S AUDIT OPINION, ROA, AND COMPANY SIZE ON THE GOING-CONCERN AUDIT OPINION Waseso Segoro, Dien Anggraeni	262

PRICE PERCEPTION OF CONSUMER (STUDY IN SMARTPHONE MARKET)

Ali Mohamad Rezza¹⁾

¹Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Pendidikan Indonesia

¹email: alimohamad.rezza@student.upi.edu

Abstract

Smartphone market in Indonesia is growing rapidly in the past 5 years, triggered by the increase of internet penetration rate in Indonesia. Highly competitive market then formed by high demands of smartphone product and a lot of smartphone producers who enter the market. This high competitive market give consumer exposed by a lot of choices on smartphone products with varying price range. It makes decision making process of consumer become complex. Price is one of important marketplace cues for consumers that is use in their decision making and every consumer think and react differently to price. Thereby knowledge about consumers price perception and their characteristic is very important in strategy formulation and determination of price for product. In the marketing literature, there is not much consumer study about price perception in smartphone market especially in Indonesia. The purpose of this research is to examine price perception and the relationship among its dimensions in the context Indonesian smartphone consumers. This research is explorative research and use descriptive quantitative approach. Total respondent was 200 people with sample extraction method use accidental sampling technique. This research shows that consumer in Indonesia has a very good knowledge about smartphone price and this make high sensitivity toward perception of smartphone price.

Keywords: Price Perception, Consumers Analysis, Pricing Strategy, Smartphone.

1. PENDAHULUAN

Semakin besarnya pengguna internet di Indonesia membuat permintaan terhadap smartphone menjadi meningkat. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan pasar smartphone di Indonesia. Ketatnya persaingan di industri ini bisa dilihat dari pengiriman handset dan smartphone di Indonesia yang terus mengalami peningkatan.

Persaingan yang ketat pun dapat dilihat dari banyaknya merek yang masuk kedalam pasar baik merek luar negeri maupun merek lokal dan setiap merek biasanya juga memproduksi beberapa model dengan range harga yang berbeda-beda untuk memberikan konsumen pilihan dan untuk mendapatkan konsumen dari berbagai segmen. Harga merupakan faktor penentu baik dalam memunculkan suatu minat beli maupun pada saat konsumen memutuskan suatu pembelian. Pada saat melakukan keputusan pembelian, banyak konsumen yang mendasarkan kepada harga dan pertimbangan mereka terhadap harga tersebut.

Strategi penetapan harga yang benar akan membuat perusahaan untuk dapat memaksimalkan keuntungan dari produknya. Dalam hal perancangan dan penerapan dari strategi harga memerlukan pengetahuan lebih jauh mengenai aspek psikologis konsumen terhadap harga dan pendekatan sistematis dalam pengaturan, pengadaptasian dan pengubahan harga [1]. Persepsi harga merupakan suatu proses interpretasi dan valuasi konsumen terhadap suatu produk [2]. Persepsi ini sifatnya multidimensional dan dalam pembentukannya diperlukan suatu proses dan juga waktu. Setiap konsumen akan memiliki persepsi yang berbeda terhadap produk karena ada kemungkinan persepsi akan terjadi bila konsumen tersebut mempunyai pengalaman berbelanja sebelumnya [3]. Pada literatur masih sangat kurang diketahui bagaimana konsumen di Indonesia melihat dan mempersepsikan harga smartphone dan bagaimana pembentukan persepsi harga smartphone oleh konsumen. Penelitian ini

mempunyai implikasi praktis dan penting bagi pemilihan strategi harga untuk perusahaan yang bergerak di pasar smartphone Indonesia.

Penelitian mengenai persepsi harga biasanya dilakukan kepada satu produk saja, disini dicoba untuk melakukan penelitian dengan menggunakan dimensi persepsi harga dari penelitian Lichtenstein (1993) pada produk heterogen dan diterapkan pada konsumen di Indonesia.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Harga merupakan salah satu petunjuk pasar yang paling penting dan merupakan suatu hal yang muncul pada situasi pembelian. Harga dapat menjadi indikator dari seberapa besar pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk dapat membeli produk dan juga indikator terhadap suatu kualitas dari produk [4]. Harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian [5].

Dimensi Persepsi Harga

Menurut Lichteinsten et,al (1993), persepsi harga konsumen mempunyai 7 dimensi yaitu: asosiasi harga-kualitas, sensitifitas prestise, kesadaran nilai, kesadaran harga, price mavenism, sales proneness, dan coupon proneness. Untuk penelitian ini coupon proneness tidak diteliti karena jarang nya penggunaan kupon di pasar Indonesia.

Asosiasi harga-kualitas

Konsumen dapat menghubungkan suatu harga dengan kualitas suatu produk, semakin tinggi harga maka kualitasnya pun akan semakin tinggi [2], [5]–[8].

Sensitifitas Prestise

Sensitifitas prestis dideskripsikan sebagai persepsi yang diinginkan dari suatu harga dimana menghadirkan sinyal rasa gengsi dan status yang tinggi orang lain terhadap si pembeli [6]. Persepsi harga dipengaruhi juga oleh sinyal harga apa yang dimunculkan orang lain terhadap konsumen yang membayar dengan harga tersebut [7].

Kesadaran Nilai

Manfaat yang diterima selalu dibandingkan dengan seberapa besar materi yang dikeluarkan untuk menebusnya, oleh karena itu menghasilkan persepsi nilai. Konsumen yang menilai harga sebagai suatu pengorbanan moneter maka akan lebih sadar mengenai nilai sehingga refleksi dari pembayaran harga terhadap kualitas adalah kesadaran nilai [2], [6], [7], [9].

Kesadaran Harga

Kesadaran terhadap harga dideskripsikan sebagai suatu tingkatan dimana konsumen akan membayar pada harga yang rendah [2], [5]–[7].Dapat dikatakan juga konsumen seperti ini merupakan konsumen yang mempunyai sensitifitas tinggi terhadap harga.

Price Mavenism

Price mavenism didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana konsumen atau individual menjadi sumber informasi mengenai produk atau tempat untuk belanja yang murah, menginisiasi diskusi dengan konsumen lain, dan merespon konsumen lain dalam kaitannya mengenai info harga [6]. Untuk menjadi price maven seorang konsumen harus mempunyai tingkat sensitifitas terhadap harga yang tinggi [2].

Sales Proneness

Sales proneness mengindikasikan tren konsumen terhadap produk dan jasa pada saat terjadi potongan harga. Sales proneness didefinisikan sebagai meningkatnya kecenderungan perilaku membeli sebagai respon dari penawaran pembelian dengan adanya potongan harga dimana pada kondisi ini harga dinilai positif dalam mempengaruhi evaluasi pembelian [6].[5]. Potongan harga akan memberikan evaluasi positif terhadap konsumen dalam melihat suatu produk, sehingga perilaku konsumen yang terjadi adalah bila suatu produk sedang discount maka ia cenderung akan membelinya [2], [5], [6].

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan untuk melihat hubungan antara setiap variabel pembentuk persepsi harga. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung selama kurang lebih sebulan dari bulan Oktober sampai November 2015. Jumlah sampel sebanyak 200 orang dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling. Penentuan jumlah sampel menggunakan metode quota sampling dari beberapa perguruan tinggi di Kota Bandung. 200 kuisioner disebar kepada para responden dan yang valid sebanyak 102 kuisioner. Teknik analisis menggunakan Structural Equation Model (SEM) dimana dengan menggunakan SEM dapat diuji validitas dan reabilitas setiap instrumen penelitian, ketepatan model penelitian dan pengaruh antar variabel penelitian. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program Lisrel 8.80 for Windows.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini 80,4% berusia 18-23 tahun dengan 90,2 % dari responden adalah mahasiswa. Sebanyak 39,2 % responden menggunakan smartphone iPhone, 30,4 % menggunakan Samsung, dan sisanya 30,4% menggunakan merek lain.

Untuk sistem operasi yang digunakan pada smartphone responden, sebanyak 56,9% menggunakan Android, 39,2% menggunakan iOS dan sisanya 3,9% menggunakan Windows dan Blackberry OS. Sistem operasi android lebih banyak dikarenakan banyak merek yang menggunakan sistem operasi ini pada smartphonenya seperti Samsung, Asus, LG, dll.

Sebanyak 41,2% dari responden memiliki smartphone lebih dari satu dan sisanya hanya mempunyai satu. Konsumen di Indonesia dikenal mempunyai beberapa smartphone untuk menunjang aktifitasnya, dalam penelitian ini membuktikan hal tersebut. Hampir setengah dari responden mempunyai lebih dari satu smartphone.

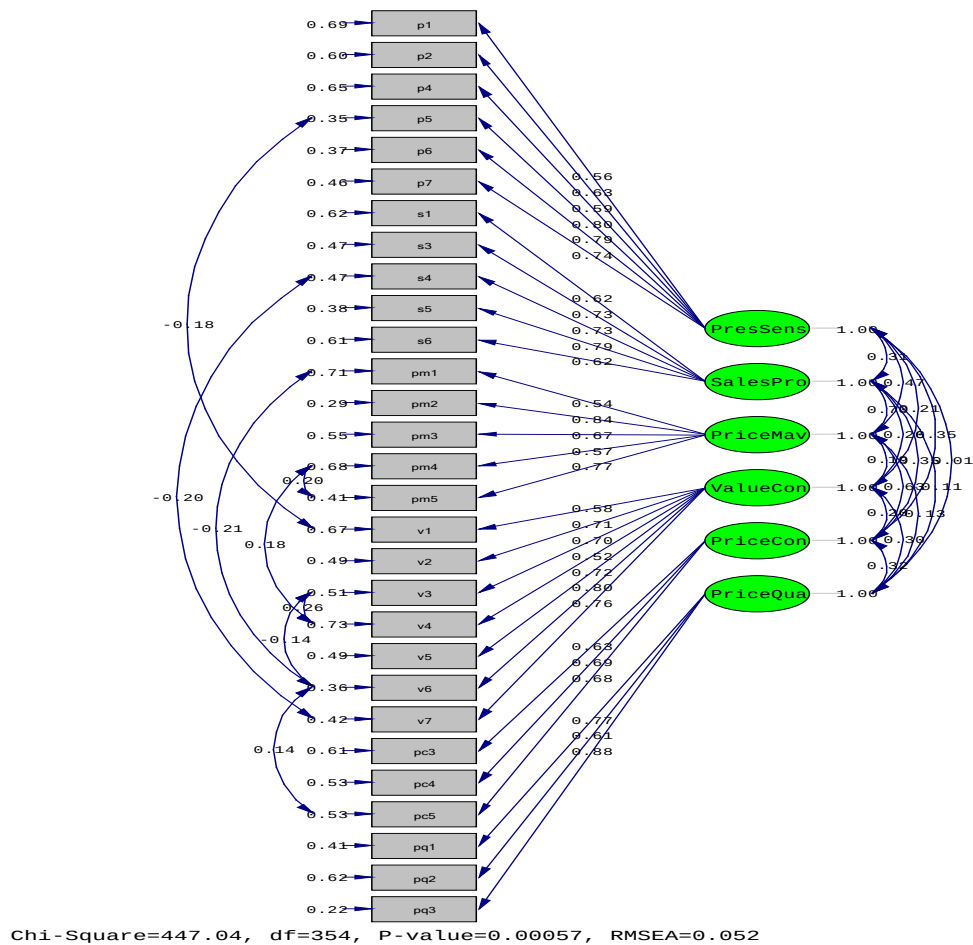
Lima fitur produk smartphone yang dirasakan paling penting bagi responden penelitian adalah berturut-turut kapasitas baterai yang tahan lama, kapasitas RAM yang besar, kamera yang bagus, processor yang kuat, dan kemampuan menangkap sinyal 4G. Lima fitur ini dirasakan penting karena dilihat dari aktifitas penggunaan smartphone di Indonesia yang sangat intens dari mulai browsing, foto, update jejaring sosial dan juga multitasking.

Responden dalam penelitian ini tidak sepenuhnya loyal terhadap merek smartphone yang dipakai, ketika ditanyakan mengenai smartphone pilihan bila akan mengganti smartphonenya ternyata sebanyak 52% menginginkan membeli produk iPhone, 21,6% membeli produk Samsung, 12% membeli produk Sony dan sisanya sebanyak 14,4% membeli produk dengan merek lainnya seperti Xiaomi, Nokia, OPPO dan lain-lain. Responden yang sekarang menggunakan iPhone, hampir semua

menyatakan bahwa iPhone merupakan merek yang paling diinginkan dan pasti akan membeli kembali iPhone pada saat mereka perlu mengganti smartphone-nya.

ANALISIS FIRST ORDER CONFIRMATORY FACTOR

Pengujian CFA memperlihatkan bahwa semua indikator valid dan reliable.



Gambar 4.1. Hasil Pendugaan Full Model

Dapat dilihat bahwa faktor loading dari keenam dimensi lebih besar dari 0,5 maka dapat disimpulkan indikator-indikator tersebut dapat menjelaskan konstruk laten dengan baik. Nilai Goodnes of Fit (GOF) model struktural dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Nilai GOF pada Full Model Struktural.

No	Kriteria	Nilai Batas	Hasil	Kesimpulan
1	<i>Significance probability</i> <i>X²-chi square</i>	≥ 0,05	0,00	<i>Not Fit</i>
2	RMSEA	≤ 0,08	0.052	<i>Good Fit</i>
3	GFI	≥ 0,90	0.76	<i>Not Fit</i>
4	AGFI	≥ 0,90	0,73	<i>Not Fit</i>
5	CFI	≥ 0,90	0,93	<i>Good Fit</i>
6	NNFI/TLI	≥ 0,90	0,92	<i>Good Fit</i>
7	NFI	≥ 0,90	0,81	<i>Not Fit</i>
8	RMR	≤ 0,05	0.074	<i>Not Fit</i>

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Berdasarkan Tabel 4.1 mengindikasikan bahwa model yang terbentuk memiliki *goodness of fit* yang baik, karena memiliki nilai-nilai, RMSEA, CFI, dan TLI yang memenuhi nilai *good fit*, sehingga model yang diperoleh memiliki *goodness of fit* yang baik. Meskipun nilai *chi square* tidak terpenuhi, tetapi nilai RMSEA sudah memenuhi kriteria *fit*, karena nilai RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi nilai *chi square* dalam sampel besar [10].

Faktor-faktor pembentuk persepsi harga smartphone saling mempengaruhi satu sama lain secara positif dan ada juga yang negatif. Variabel prestige sensitivity tidak memberikan hubungan yang signifikan dengan value consciousness dan price quality. Variabel sales proneness tidak memberikan hubungan yang signifikan dengan price consciousness. Variabel price mavenism tidak memberikan hubungan yang signifikan dengan value consciousness. Value consciousness tidak memberikan hubungan yang signifikan dengan price consciousness.

Untuk pengaruh langsung indikator-indikator terhadap variabel prestige sensitivity dapat dilihat dari gambar 4.1 dimana indikator yang paling dominan adalah indikator yang menunjukkan bahwa pembelian smartphone berharga tinggi dapat memberikan prestige lebih bagi yang membelinya.

Untuk variabel sales proneness, indikator yang paling dominan ialah membeli smartphone pada saat harga sedang discount dengan nilai faktor loading sebesar 0,79.

Pada variabel price mavenism, indikator yang paling dominan adalah dimana pengetahuan mengenai harga smartphone telah sangat diketahui. Hal ini dapat disimpulkan bahwa informasi mengenai harga smartphone sudah sangat mudah untuk didapatkan sehingga banyak orang yang sangat mengenal harga smartphone.

Indikator yang sangat dominan pada variabel value consciousness ialah indikator yang menyebutkan bahwa pengguna smartphone pada saat akan melakukan pembelian smartphone, terlebih dahulu akan melakukan perbandingan dengan produk smartphone yang biasanya dibeli atau produk yang disukai oleh mereka.

Pada variabel price consciousness, indikator yang paling dominan ialah pertanyaan yang mengindikasikan pencarian harga terendah pada beberapa toko tidak penting bagi calon pembeli smartphone.

Pada variabel price-quality, indikator yang paling dominan adalah pertanyaan yang mengindikasikan bahwa harga suatu produk smartphone bisa jadi indikator tingginya kualitas dari smartphone.

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa konstruk persepsi harga dapat diterapkan untuk konsumen di Indonesia dilihat dari hasil pengolahan model dengan menggunakan pendekatan SEM yang menghasilkan model yang fit. Hal ini berarti model dapat menggambarkan kondisi aktualnya.

Hasil pengujian struktural juga menunjukkan bahwa untuk variabel-variabel pembentuk persepsi konsumen terhadap harga smartphone di Indonesia bahwa konsumen Indonesia lebih dapat menjadi penyambung informasi mengenai harga smartphone kepada orang lain. Variabel kedua yang mempunyai hubungan signifikan terbesar adalah price consciousness dimana disini konsumen Indonesia mempunyai indikasi sangat sensitif terhadap harga.

5. SIMPULAN

Persepsi harga yang dimunculkan oleh konsumen smartphone berbeda-beda. Penelitian ini menguji mengenai persepsi harga dan dimensinya juga keterkaitan hubungan antar dimensi pembentuk konsep persepsi. Dimensi persepsi harga berubah-ubah berdasarkan peranan negatif dan positif dari harga.

Kesimpulannya bahwa tidak semua dimensi pembentuk persepsi harga ini mempunyai hubungan yang signifikan, namun sebagian besarnya mempunyai saling keterhubungan yang signifikan.

Penelitian ini pun menghasilkan suatu temuan dalam memprediksi perilaku konsumen Indonesia dimana konsumen Indonesia mempunyai pengetahuan harga smartphone yang sangat baik dan ini pun diperjelas dengan tingkat sensitifitas terhadap harga smartphone yang sangat tinggi.

6. REFERENSI

- [1] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 14e ed. Prentice Hall, 2012.
- [2] F. Geçti, "Examining Price Perception and The Relationship Among Its Dimentions Via Structural Equation Modeling: A Research on Turkish Consumers," *Br. J. Mark. Stud.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–11, 2014.
- [3] A. r. Rao and K. b. Monroe, "The moderating effect of prior knowledge on cue utilization in product evaluations," *J. Consum. Res.*, vol. 15, no. 4, pp. 253–264, 1988.
- [4] W. B. Dodds, K. B. Monroe, and D. Grewal, "Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers Product Evaluation," *J. Mark. Res.*, vol. 28, no. 3, pp. 307–319, 1991.
- [5] B. Jin and B. Sternquist, "The Influence of Retail Environment on Price Perceptions: An Exploratory Study of US and Korean Students," *Int. Mark. Rev.*, vol. 20, no. 6, pp. 643–660, 2003.
- [6] D. R. Lichtenstein, N. M. Ridgway, and R. G. Netemeyer, "Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study," *J. Mark. Res.*, vol. 30, no. 2, pp. 234–245, 1993.
- [7] J. (Gloria) Meng and S. A. Nasco, "Cross-Cultural Equivalence of Price Perceptions across American, Chinese, and Japanese Consumers," *J. Prod. Brand Manag.*, vol. 18, no. 7, pp. 506–516, 2009.
- [8] J. (Gloria) Meng, "Understanding Cultural Influence on Price Perception: Empirical Insights from a SEM Application," *J. Prod. Brand Manag.*, vol. 20, no. 7, pp. 526–540, 2011.
- [9] B. Jin, B. Sternquist, and A. Koh, "Price as hedonic shopping," *Fam. Consum. Sci. Res. J.*, vol. 31, no. 4, pp. 378–402, 2003.
- [10] M. Gunarto, *Membangun Model Persamaan Struktural (SEM) dengan Program Lisrel*. Palembang: Tunas gemilang Press, 2013.

PERBAIKAN STASIUN KERJA KRITIS MENGGUNAKAN METODE *ERGONOMIC ASSESSMENT SURVEY (EASY)*

Brian Adiguna¹⁾, Hasmawaty Adam²⁾, Christofora Desi Kusmindari³⁾

^{1,2,3}Teknik Industri, Universitas Bina Darma

³email: desi_christofora@binadarma.ac.id

Abstract

In the design of work stations, the role and the basic functions of the system components, namely human work involved, machinery / equipment and the physical working environment. The facilities and equipment used in the work is supposed to make operators feel safe and comfortable. Operator jobs at the work station creeper cause symptoms Musculoskeletal Disorders (MSDs) in the body of the operator. It is marked with the number of complaints of pain that is felt operator in the body and can lead to the production process menjadi inhibited. So to solve the problem of this research to identify the symptoms of MSDs using the assessment Ergonomic Survey (EASY). This method is based on the operator's body posture while working, instead of the load, duration, and frequency of posture of the operator while working. The results of this study were (1) based on the scores EASY didapatkan largest value in the back with a score of 7, (2) Posture operator who bent when folded rubber is a top priority at risk of muscle fatigue more quickly and can have an impact on disease musculoskeletal, (3) After doing repairs on critical work station EASY score became 4.

Keywords: *EASY Method, Musculoskeletal Disorders, critical work station*

1. PENDAHULUAN

Stasiun kerja merupakan salah satu komponen yang harus diperhatikan berkenaan dengan upaya peningkatan produktivitas kerja. Kondisi kerja yang tidak memperhatikan kenyamanan, kepuasan, keselamatan dan kesehatan kerja tentunya akan sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerja manusia. Dalam perancangan atau redesain stasiun kerja itu sendiri harus diperhatikan peranan dan fungsi pokok dari komponen-komponen sistem kerja yang terlibat yaitu manusia, mesin/peralatan dan lingkungan fisik kerja. Fasilitas dan peralatan yang digunakan dalam bekerja seharusnya dapat membuat operator merasa aman dan nyaman sehingga tidak mudah membuat kesalahan dalam melakukan pekerjaannya. Hal ini akan memberi kepuasan kerja kepada operator dan pekerjaan yang dilakukannya akan menjadi lebih efektif [1]

PT Bintang Gasing Persada merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan karet bongkahan karet mentah menjadi *crumb rubber* yang berada di daerah Banyuasin. Dalam melakukan aktifitas proses produksi dijumpai beberapa kondisi kerja yang kurang memperhatikan prinsip-prinsip ergonomi pada postur kerja operator yang mengakibatkan rasa kurang nyaman pada saat bekerja. Dalam proses produksi postur kerja merupakan faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan operator, postur kerja umumnya di bagi dalam tiga kelompok yaitu berdiri, duduk, jongkok. Postur kerja yang tidak sesuai dapat menyebabkan keluhan pada bagian otot dari yang ringan sampai sangat sakit [2]. Pekerjaan yang berulang-ulang dengan postur kerja yang buruk dapat menyebabkan keluhan pada sistem *musculoskeletal*.

Menurut pihak manajemen tingkat produktivitas kerja operator masih cukup rendah dalam melakukan pekerjaan. Kondisi melakukan pekerjaan seperti itu menyebabkan gejala *Musculoskeletal Disorders (MSDs)* pada tubuh operator. Hal ini di tandai dengan banyaknya keluhan rasa sakit yang dirasakan operator pada bagian tubuhnya dan dapat menyebabkan proses produksi menjadi terhambat. Maka untuk mengatasi masalah tersebut di gunakan metode *Ergonomic Assesmen Survey (EASY)*. Metode ini dapat mengidentifikasi gejala *MSDs*, tidak hanya didasari dari postur tubuh

operator saat bekerja, melainkan dari beban, durasi, dan frekuensi dari postur operator tersebut saat bekerja.[3]

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengertian EASY

Metode *EASY* adalah suatu cara yang dapat digunakan untuk menilai tingkat resiko ergonomi terhadap suatu kegiatan kerja. Metode ini terdiri dari tiga jenis survei yang masing-masing memiliki skor yang berbeda-beda. Ketiga skor tersebut yaitu *BRIEF* survey, *employee survey*, dan *medical survey*.

Hasil akhir dari *EASY* berupa *rating* yang diperoleh dari penjumlahan skor yang didapatkan dari ketiga survei di atas (maksimal 7 skor). *Rating* tersebut akan menunjukkan prioritas pengendalian yang perlu dilakukan. Semakin besar skornya, maka tingkat pengendaliannya pun semakin besar [3]

2.2 BaseRisk Identification Of Ergonomic Factor

Survey BRIEF merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengidentifikasi resiko ergonomi bagi suatu pekerjaan dengan menggunakan sistem *rating* untuk mengidentifikasi bahaya ergonomi yang diterima oleh pekerja dalam kegiatannya sehari-hari. Terdapat empat faktor yang perlu diketahui dalam metode ini yaitu:

1. Postur: yaitu sikap anggota tubuh yang janggal sewaktu melakukan pekerjaan.
2. Gaya: beban yang harus ditanggung oleh anggota tubuh pada saat melakukan postur janggal dan melampaui batas kemampuan tubuh.
3. Lama: lamanya waktu yang digunakan dalam melakukan postur janggal. Setiap postur dipertahankan selama atau lebih dari 10 detik.
4. Frekuensi: jumlah postur yang berulang dalam satuan waktu (menit) yaitu lebih dari atau sama dengan 2 kali per menit.

Dalam survei ini, setiap faktor resiko yang melanggar kriteria standar [3], maka akan mendapatkan skor 1. Semakin banyak skor yang didapatkan dalam suatu pekerjaan, maka pekerjaan tersebut semakin berisiko dan memerlukan penanggulangan segera. Skor maksimal yang bisa didapatkan pada survei ini yaitu sebesar 4 skor.

2.3 Medical Survey

Medical survey didapatkan dari hasil laporan rekam medis pekerja berupa kartu sakit dan data kunjungan pada poliklinik perusahaan atau pelayanan kesehatan lain. Data ini merupakan data yang paling dapat dipercaya, namun sulit didapatkan karena faktor kerahasiaan dan kebijaksanaan dari perusahaan. Pemberian skor pada metode ini diberikan secara berurutan yaitu 0 bagi pekerja yang tidak mengalami gangguan *musculoskeletal*, 1 bagi pekerja yang mengalami gangguan *musculoskeletal* namun tidak kehilangan hari kerjanya dan 2 (tertinggi) bagi pekerja yang mengalami gangguan atau kelainan pada sistem *musculoskeletal* dan kehilangan hari kerjanya.[3]

2.4 Employee Survey (Survey Gejala)

Tujuan metode ini adalah untuk mengetahui keluhan nyeri (gangguan kesehatan) pada pekerja yang dialami pada saat melakukan suatu kegiatan. Ketika pekerja melaporkan rasa sakit yang terus menerus pada bagian tubuhnya, informasi ini dimasukkan dalam metode *EASY*. Dalam metode ini dapat diketahui tahapan kegiatan mana yang paling berat (berisiko) untuk dikerjakan terkait dengan keluhan kesehatan yang selama ini muncul pada pekerja. *Survey* ini dapat dilakukan dengan menyebarkan kuisioner atau wawancara pada para pekerja [3]. *Survey* ini mendapatkan skor 1 apabila

pekerja mempunyai keluhan mengenai pekerjaannya dan skor 0 bila pekerja tidak mengalami keluhan apapun [3]

2.6 Musculoskeletal Disorders

Musculoskeletal Disorders (MSDs) merupakan sekumpulan gejala/gangguan yang berkaitan dengan jaringan otot, tendon, ligament, kartilago, sistem saraf, struktur tulang, dan pembuluh darah. *MSDs* pada awalnya menyebabkan sakit, nyeri, matirasa, kesemutan, bengkak, kekakuan, gemetar, gangguan tidur, dan rasa terbakar [4]

MSDs adalah kelainan yang disebabkan penumpukan cidera atau kerusakan-kerusakan kecil pada sistem *musculoskeletal* akibat trauma berulang yang setiap kalinya tidak bisa sembuh secara sempurna, sehingga membentuk kerusakan cukup besar untuk menimbulkan rasa sakit [4]

MSDs bukanlah merupakan diagnosis klinis tapi merupakan label untuk persepsi rasa sakit atau nyeri pada sistem *musculoskeletal*. Keluhan *musculoskeletal* adalah keluhan pada bagian-bagian otot skeletal yang dirasakan oleh seseorang mulai dari keluhan yang ringan sampai yang sangat fatal. Apabila otot menerima beban statis secara berulang dan dalam waktu yang lama, akan dapat menyebabkan keluhan berupa kerusakan pada sendi, *ligament*, dan tendon. Keluhan hingga kerusakan inilah yang biasanya diistilahkan dengan keluhan *Musculoskeletal Disorders (MSDs)* atau cidera pada sistem *musculoskeletal* [2]

Secara garis besar keluhan otot dapat dikelompokkan menjadi dua [2] yaitu:

1. Keluhan sementara (*reversible*), yaitu keluhan otot yang terjadi pada saat otot menerima beban statis, namun demikian keluhan tersebut akan segera hilang apabila pembebanan dihentikan, dan
2. Keluhan menetap (*persistent*), yaitu keluhan otot yang bersifat menetap, walaupun pembebanan kerja telah dihentikan, namun rasa sakit pada otot masih terus berlanjut.

2.7 Penelitian terdahulu

Penelitian Terdahulu ini menjadi referensi untuk melaksanakan penelitian ini adalah

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Endang, Bukhori, 2010	Hubungan Faktor Risiko Pekerjaan Dengan Terjadinya Keluhan Musculoskeletal Disorders (<i>MSDs</i>) Pada Tukang Angkut Beban	Terdapat (79.2%) tukang angkut penambang emas mengalami keluhan <i>MSDs</i> .
2	Nazlina, Danci S, 2005	Penambang Emas. Nazlina, Danci S, 2005, Usulan Perbaikan Fasilitas Kerja	Mengusulkan dan penambahan fasilitas
3	Arie, 2011	Berdasarkan Tinjauan Ergonomi Usulan Perbaikan Stasiun Kerja Kritis Berdasarkan Metode <i>Ergonomic Assessment Survey</i> [5]	dengan penerapan Ergonomi. Berdasarkan hasil perhitungan <i>EASY</i> didapatkan skor tertinggi dibagian kaki.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT GASING BINTANG PERSADA yang beralamat di Jalan Raya Tanjung Api-api Desa Tanjung KM10 Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Bayuasin Sumatera Selatan, yang bergerak dibidang industri *crumb rubber*. Waktu penelitian mulai dari bulan April sampai dengan bulan Juli 2015.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sumber informasi dari penelitian ini diperoleh dari informan sebanyak 10 orang yaitu operator pada stasiun kerja kritis, kepala bagian produksi, dan personalia pada PT Bintang Gasing Persada. Penelitian kuantitatif ialah suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka skor atau nilai.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode *survei* untuk memperoleh informasi dan data yang memiliki hubungan dengan penelitian ini. Adapun data yang akan diambil adalah jenis data yang penulis perlukan dalam penelitian ini yaitu : [6]

1. Data Primer
adalah data yang diperoleh dari pengamatan dan penelitian secara langsung dilapangan. Yaitu melakukan observasi pada pekerja, analisa foto atau aktivitas yang sedang dilakukan, dan wawancara mengenai *BRIEF survey* dan *employee survey*.
2. Data Sekunder
adalah data yang diperoleh dari literatur-literatur dan referensi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Yaitu buku Ergonomi Industri, Jurnal-jurnal, data mengenai *medical survey* dari perusahaan yang berkaitan dengan keluhan *musculoskeletal*.

3.4 Pengolahan Data

Setelah data diperoleh, proses selanjutnya yang dilakukan adalah mengolah data tersebut, serta literatur dengan tetap mengacu pada tujuan penelitian. Langkah-langkah pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Perhitungan Data *BRIEF survey (Base Riks Identification Ergonomic factor)*
Pengolahan data dilakukan untuk memberikan skor 1 untuk faktor resiko yang melanggar kriteria standard dan untuk skor 0 bila tidak melanggar.
2. Perhitungan Data *Medical Survey*
Pengolahan data untuk memberikan skor dengan nilai 2, apabila harus beristirahat dan kehilangan hari kerja, skor diberi nilai 1, apabila pekerja harus beristirahat dan terdapat pengurangan jam kerja.
3. Perhitungan Data *Employee Survey*
Pengolahan data untuk memberikan skor 1 apabila pekerja mengalami keluhan kelelahan otot dibagian tubuh dan skor 0, apabila pekerja tidak mengalami apapun.
4. Usulan perbaikan pada stasiun kerja kritis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Postur Kerja Awal

Dari Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa pekerjaan pada stasiun *creeper* 7 memiliki beban yang berat dengan durasi yang panjang, dan frekuensi dalam postur canggung yang mengakibatkan cepat terjadinya kelelahan otot dan berampak pada penyakit *Musculoskeletal*. Pada stasiun *creeper* 7 ini dikatakan kritis dan perlu dilakukan perbaikan dengan merancang alat bantu untuk mengurangi beban, durasi, dan frekuensi saat bekerja.



Gambar 4.1. Postur Kerja Awal

4.2 Pengumpulan dan pengolahan data EASY

Pengumpulan dan pengolahan data *EASY* dilakukan dengan tiga jenis survey yaitu :

- Base Risk Identification Of Egonomic Factors (BRIEF).*
- Medical Survey*
- Employee Survey*

EASY™ ERGONOMIC ASSESSMENT SURVEY

Langkah 1
Lengkapi informasi pekerjaan
Nama Pekerjaan: Melipat karet Tempat: Stasiun Creeper 7
Tanggal: 05-06-2015 Dept: SHF : Pagi Produk: crumb Rubber

Langkah 2
Lengkapi EASY Scoring Matrix
Lingkari skor di EASY Scoring Matrix untuk setiap bagian tubuh berdasarkan BRIEF, Medical, dan Employee Survey results. Lalu tambahkan skor pada setiap bagian tubuh untuk menentukan EASY Score mereka

EASY Scoring System

	Tangan dan pergelangan		Siku		Bahu		Leher	Punggung	Kaki
	Kiri	Kanan	Kiri	Kanan	Kiri	Kanan			
BRIEF	3	4	4	4	4	4	3	4	4
Medical	1	1	0	0	0	0	0	2	0
Employee	1	1	1	1	1	1	1	1	1
EASY Score	5	6	5	5	5	5	4	7	6

Langkah 3
Lengkapi Job EASY Score
Tulis nilai/hasil dari bagian tubuh EASY Score dan berapa nomor dari bagian tubuh dengan hasil tersebut di dalam kotak sebelah kanan

EASY Score*	Prioritas
0 or 1	Rendah
2 - 4	Sedang
≥ 5	Tinggi

Job EASY Score

Nilai Tertinggi EASY Score	Nomor Bagian Tubuh
7	1

Komentar: Bagian tubuh yang paling beresiko mengalami Musculoskeletal / kelelahan otot lebih cepat adalah Punggung

Gambar 4.2. Pengolahan data *Ergonomic Assessment Survey*

4.4 Usulan Perbaikan Stasiun Kerja

Hasil skor tertinggi dari pengolahan *EASY* sebesar 7 pada bagian punggung. Hasil tersebut menunjukkan prioritas utama perlu dilakukan perbaikan, dimana bagian tubuh ini harus segera mendapatkan pengendalian secara cepat agar kelelahan otot pada punggung operator dapat segera berkurang serta mengurangi terjadinya resiko *musculoskeletal*. Pada bagian ini memiliki skor tertinggi diakibatkan oleh adanya postur tubuh yang canggung pada punggung dengan durasi yang melebihi

batas kemampuan operator yaitu selama 7 jam dalam 8 jam kerja per hari, dan frekuensi dalam melakukan postur canggung yang mengakibatkan cepat terjadinya kelelahan otot.

Memaksimalkan produksi dan lancarnya suatu pekerjaan yang dilakukan operator, maka perlu adanya suatu perancangan alat yang membantu operator saat bekerja. Perbaikan stasiun kerja tidak hanya memfokuskan pada bagian punggung operator saja namun memperbaiki stasiun kerja secara keseluruhan. Perancangan ini mempertimbangkan bagian tubuh yang dinilai dalam *BRIEF survey*, yaitu bagian tangan dan pergelangan tangan (kiri dan kanan), siku (kiri dan kanan), leher, dan kaki.

Rekomendasi perancangan perbaikan stasiun kerja yang memperlambat terjadinya *musculoskeletal disorders* atau mencegah terjadinya kelelahan otot yang lebih cepat pada punggung operator dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1. Perbaikan Stasiun Kerja Untuk Mencegah Terjadinya *Musculoskeletal* Pada Punggung.

No	Solusi	Rekomendasi
1.	Mempermudah pekerjaan operator agar operator tidak melipat secara manual dengan beban yang berat.	Merancang alat yang membantu untuk mengurangi resiko <i>musculoskeletal</i> .
2.	Memperlambat terjadinya kelelahan otot pada operator saat bekerja	Merancang alat yang membantu untuk mengurangi resiko <i>Musculoskeletal</i> .

Langkah selanjutnya adalah merekomendasikan perancangan perbaikan stasiun kerja untuk mencegah terjadinya *musculoskeletal* pada bagian tubuh lainnya, sesuai dengan analisis *BRIEF survey*. Perbaikan stasiun kerja tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2. Perbaikan Stasiun Kerja Berdasarkan Hasil *BRIEF Survey*.

No	Solusi	Rekomendasi
1.	Operator tidak mengangkat, menarik, melipat, <i>crum rubber</i> menggunakan kedua tangan.	Merancang alat yang mengurangi resiko kelelahan otot lebih cepat.
2.	Posisi punggung dan leher operator tidak membungkuk saat bekerja	Merancang alat yang mengurangi resiko kelelahan otot lebih cepat.
3.	Mengurangi rasa nyeri pada bahu operator pada saat menopang beban.	Merancang alat yang mengurangi resiko kelelahan otot lebih cepat.
4.	Meminimalisir terjadinya pegal pada bagian kaki karena durasi yang berulang-ulang saat melipat <i>crum rubber</i> .	Merancang alat yang mengurangi resiko kelelahan otot lebih cepat.

Terdapat hasil rancangan perbaikan stasiun kerja berdasarkan *EASY score*, yaitu alat yang menggunakan tenaga mesin untuk menggulung crumb yang keluar dari mesin *creeper* dapat dilihat pada Gambar 4.3

Gambar 4.3.a Hasil Perbaikan Berdasarkan *BRIEF* SurveyGambar 4.3.b Hasil Perbaikan Berdasarkan *BRIEF* Survey

4.5 Perhitungan *EASY* Score Hasil Usulan Perbaikan

Berdasarkan usulan perbaikan yang telah dilakukan, dilakukan kembali perhitungan *EASYScore* untuk mengetahui apakah kondisi stasiun kerja lebih baik dari sebelumnya. Hasil analisis hanya dapat dilihat pada *BRIEF* score. Perhitungan *BRIEF* score dapat dilihat pada Gambar 4.7 dan Tabel 4.9.

BREF™ SURVEY – Baseline Risk Identification Of Ergonomic Factors													
Tahap 1		Nama Pekerjaan: Melipat Bagian: operator Stasiun: Creeper 7 Produk: Crumb rubber											
Informasi lengkap pekerjaan		Tanggal: 04-07-2015 Dept: Shift: Pagi											
Tahap 2		Tangan dan pergelangan		Siku		Bahu		Leher		Punggung		kaki	
Identifikasi Resiko		 		 		 		 		 		 	
2A. Tandai postur dan kekuatan tubuh pada kotak sesuai dengan faktor-faktor resiko yang diamati		Kiri	Kanan	Kiri	Kanan	Kiri	Kanan						
2B. Untuk bagian tubuh dengan postur atau kekuatan yang ditandai, tandai pada kotak durasi dan atau frekuensi apabila telah melampaui batas													
2A													
Postur Tubuh		☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐	☐	☒	☐	☐	☐
Kekuatan		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2B													
Durasi		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☒	☐
Frekuensi		☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Skor		0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1
Tingkatan Resiko		T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R	T M R

Gambar 4.4. Pengumpulan data *BRIEF* Survey Dari Hasil Rancangan

Tabel 4.3. Pengolahan Data *BRIEF Survey* Hasil Rancangan

	Bahu		Siku		Leher	Punggung	Kaki
	Kiri	kanan	kiri	Kanan	kiri	Kanan	
Postur	0	0	0	1	0	0	0
Kekuatan	0	0	0	0	0	0	0
Durasi	0	0	0	0	0	0	1
frekuensi	0	0	0	0	0	0	0
Skor	0	0	0	1	0	0	1
Tingkat Resiko	R	R	R	R	R	R	R

Setelah mendapat skor *BRIEF* hasil usulan, langkah selanjutnya adalah menghitung kembali skor *EASY* kembali. Adapun perhitungan tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.5.

EASYTM - ERGONOMIC ASSESSMENT SURVEY

Langkah 1
Lengkapi informasi pekerjaan
Nama Pekerjaan: Melipat karet Tempat: Stasiun: Creeper 7
Tanggal : 04-07-2015 Dept : Shif : Pagi Produk : crumb Rubber

Langkah 2
Lengkapi EASY Scoring Matrix
Lingkari skor di EASY Scoring Matrix untuk setiap bagian tubuh berdasarkan BRIEF, Medical, dan Employee Survey results. Lalu tambahkan skor pada setiap bagian tubuh untuk menentukan EASY Score mereka

EASY Scoring System

EASY Scoring Matrix

	Tangan dan pergelangan		Siku		Bahu		Leher	Punggung	Kaki
	Kiri	Kanan	Kiri	Kanan	Kiri	Kanan			
BRIEF	0	0	0	1	0	0	0	1	1
Medical	1	1	0	0	0	0	0	2	0
Employee	1	1	1	1	1	1	1	1	1
EASY Score	2	2	1	2	1	1	1	4	2

Langkah 3
Lengkapi Job EASY Score
Tulis nilai/hasil dari bagian tubuh EASY Score dan berapa nomor dari bagian tubuh dengan hasil tersebut di dalam kotak sebelah kanan

EASY Score*	Prioritas
0 or 1	Ringan
2 - 4	Sedang
≥ 5	Tinggi

Job EASY Score

Nilai Tertinggi EASY Score	Nomor Bagian Tubuh
4	1

Komentar: Hasil rancangan memberikan Skor kecil, artinya hasil rancangan stasiun kerja yang baru dapat mencegah terjadinya *Musculoskeletal*.

Gambar 4.5. Perhitungan Ulang Score *EASY*

5. SIMPULAN

Dari hasil pengamatan serta pembahasan yang telah dilakukan evaluasi pada pekerja melipat karet pada stasiun *creeper 7*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Setelah melakukan observasi dan mengamati operator saat bekerja didapatkan skor dari *BRIEF survey*, *medical survey*, *employeesurvey*, kemudian dari ke tiga *survey* tersebut dijumlahkan di dalam tabel *EASY* skor pada Gambar 4.5 dan didapatkan nilai terbesar pada bagian punggung dengan skor 7.
2. Postur tubuh operator yang membungkuk pada saat melipat karet menjadi prioritas utama yang beresiko kelelahan otot lebih cepat dan dapat berdampak pada penyakit *musculoskeletal*.
3. Setelah di lakukan perbaikan pada stasiun kerja kritis kemuian di hitung kembali skor *BRIEF* di tabel *EASY* pada Gambar 4.8. Pada hasil perbaikan tersebut dapat mengurangi *EASY score* menjadi 4 untuk bagian punggung. Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan stasiun kerja tersebut dapat mengurangi resiko terjadinya *musculoskeletal*.

6. REFERENSI

- [1] Nazlina, Danci S, 2005, *Usulan Perbaikan Fasilitas Kerja Berdasarkan Tinjauan Ergonomi Di Pt. Seltech Motor Industri*. Staf Pengajar, Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik USU, Medan.
- [2] Tarwaka, 2011 *Ergonomi Industri*. Solo, Harapan Press.
- [3] Emi Maijunidah, 2010, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keluhan Musculoskeletal Disorders (Msds) Pada Pekerja Assembling PT X Bogor*. Skripsi, Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- [4] Endang Bukhori, 2010, *Hubungan Faktor Risiko Pekerjaan Dengan Terjadinya Keluhan Musculoskeletal Disorders (Msds) Pada Tukang Angkut Beban Penambang Emas Di Kecamatan Ciligrang Kabupaten Lebak*. Skripsi, Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- [5] Arie, Caecilia, Anita, 2011, *Usulan Perbaikan Kerja Kritis Berdasarkan Metode Ergonomic Assesment Survey (EASY)*. Prosinding Seminar Nasional, Teknik dan Manajemen Industri, Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional, Bandung.
- [6] Sugiyono, 2015, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*, Bandung, Alfabert.

QUALITY ON THE WEB PERFORMANCE ANALYSIS OF CONSUMER CONFIDENCE IN CHOOSING THE ONLINE STORE SITE

Dadan Abdul Aziz Mubarak¹⁾

¹Lecturer in Management Studies Program S1 STIE Inaba Bandung

¹dadan.aziz.mubarak@gmail.com

¹Students S3 Science Program Management Universitas Pendidikan Indonesia Bandung

¹dadan.aziz.mubarak@student.upi.edu

Abstract

Online store site selection is increasingly becoming consumer considerations in the deal because it raises the risk of uncertainty. Credibility and the popularity of the online store site building trust consumers in choosing the online store site. Consumer confidence in the quality of the website associated with the website itself. The purpose of this study is to determine the performance quality of the website which consist of usability, quality of information and interaction services to consumer confidence in choosing the online store site. This type of research is explanatory with the population of the research was the respondents who never visited or purchase products in the online store site using accidental. Sample and data collection using an online questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression and descriptive. Based on the results, a significant difference between usability, information quality, and service interaction quality on consumer confidence in choosing the online stores sites simultaneously. Partially there are no true influence and convinced of the usefulness and quality of information on consumer confidence in choosing the online store site. Service interaction becomes the dominant factor affecting consumer confidence in choosing the online store site.

Keywords: WebQuality, Trust, Online Store

1. PENDAHULUAN

E-commerce (electronic commerce) digunakan sebagai pendukung manajemen dalam proses pemasaran yang dilakukan secara *online* kepada konsumen, sehingga memudahkan semua kegiatan transaksi (Kotler dan Keller, 2012;438). Pasar *e commerce* di Indonesia, mengalami pertumbuhan seiring dengan peningkatan penetrasi internet pada tahun 2010 serta meningkatnya kepemilikan perangkat koneksi.

Kepemilikan perangkat telepon genggam di perkotaan yang mencapai 88% dari total populasi, menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap peningkatan belanja secara *online* di Indonesia. Telepon genggam digunakan oleh 60% *online shopper* di Indonesia untuk mencari informasi, meneliti dan membeli produk dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan (Nielsen Indonesia, 2014)

Hasil studi tentang *Global Survey E Commerce* oleh Nielsen Indonesia pada tahun 2014, diketahui bahwa konsumen Indonesia dalam enam bulan ke depan berencana untuk melakukan transaksi secara *online*, antara lain: 1) membeli tiket pesawat sebanyak 55%, 2) melakukan pemesanan hotel dan biro perjalanan sebanyak 46%, 3) membeli *e book* sebanyak 40%, 4) membeli pakaian/aksesori/sepatu sebanyak 37%, dan 5) konsumen yang merencanakan membeli tiket acara secara *online* sebanyak 34%.

Kondisi ini mendorong perkembangan jenis produk dan jasa yang ditawarkan para peritel *e commerce* dalam beberapa tahun terakhir ini. Popularitas dan besarnya potensi bisnis *on line* di Indonesia, mendorong munculnya berbagai [situs toko online](#). Menurut data selama kurun waktu bulan November - Desember 2015 dari situs www.alexa.com yaitu sebuah situs *online* yang melakukan pemeringkatan situs *online* berdasarkan tingkat popularitas melalui jumlah pengunjungnya, menunjukkan bahwa ternyata beberapa situs toko *online* yang dirintis oleh putra – putri asli Indonesia

cukup mendominasi dan populer untuk menjadi *top site e commerce* yang ada di Indonesia, seperti **tokopedia, elevenia, lazada, zalora, olx** dan lain - lain.

Perkembangan situs – situs toko *online* tersebut mendorong persaingan diantara para pebisnis ritel *online* di Indonesia, apakah mereka mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen yang berkaitan dengan produk, kecepatan akses, atau layanan pembayaran. Data Nielsen Indonesia tahun 2014, memperlihatkan konsumen digital di Indonesia masih khawatir tentang keamanan transaksi (60%), setiap belanja secara online pasti ada biaya pengiriman (60%), serta belanja secara online sangat membingungkan (49%). Menurut Kotler dan Keller (2012; 439), pebisnis ritel *online* harus memperhatikan aspek-aspek penting seperti : interaksi konsumen dengan situs, layanan pengiriman serta kemampuan memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi konsumen.

Faktor kualitas situs web merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk belanja secara *online*. Hasil penelitian Gregg dan Walczak (2010), mengungkapkan bahwa kualitas situs web (*webqual*) dapat meningkatkan penjualan dan intensitas transaksi sebesar 12%. Menurut Siagian dan Cahyono (2014) berdasarkan penelitiannya menunjukkan bahwa *website quality* berpengaruh terhadap *trust*, dan *trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *online shop*.

Kondisi ini menggambarkan bahwa kepercayaan menjadi faktor yang sangat menentukan, apakah konsumen akhirnya menentukan pilihan toko online sebelum melakukan pembelian suatu produk/jasa. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Mengetahui faktor apa saja yang dapat menentukan kepercayaan konsumen di Indonesia dalam memilih situs toko online
- 2) Mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepercayaan konsumen di Indonesia dalam memilih situs toko online.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumen Online

Perilaku konsumen adalah tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi berkaitan dengan memilih, membeli dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler dan Keller, 2012; 153). Perilaku konsumen *online* dapat diketahui dari motivasi pembelian konsumen dalam melakukan bertransaksi yang secara umum berdasarkan: persepsi kemudahan, konfirmasi harapan, kepercayaan, persepsi kebermanfaatan, kepuasan, persepsi kegembiraan dan privasi yang memiliki pengaruh positif terhadap penjualan *online* (E., Trisnawati, et al 2012).

Kepercayaan (*E Trust*)

Risiko ketidakpastian dan keamanan bertransaksi menjadi peran yang menentukan keberhasilan bisnis ritel secara *online*. Jumlah transaksi pada bisnis *online* ditentukan oleh sejauhmana konsumen memberikan kepercayaan terhadap situs *online* yang dipilih. Kepercayaan menjadi isu penting yang harus dibangun oleh semua pelaku bisnis ritel *online* dengan konsumennya (T., Metehan, 2011). Kepercayaan konsumen kepada situs toko *online* dapat ditentukan oleh kualitas situs online, jaminan keamanan bertransaksi serta reputasi vendor (E., Pujiastuti et al, 2014).

Kredibilitas situs *online* baik dari bauran pemasaran, kualitas situs, kemudahan dan kualitas interaksi layanan dikatakan sebagai faktor untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap situs toko *online* (R., Agustian et al 2015). Hasil penelitian Mukherjee dan Nath (2007) mengungkapkan bahwa *retailer relationship* harus dibangun oleh faktor kepercayaan (*e trust*) dengan memperhatikan aspek komunikasi (kesesuaian dan ketersediaan informasi), dapat menjamin privasi serta keamanan data dan transaksi, *relationship* dengan memberikan layanan sesuai harapan dan menjaga komitmen

dengan pelanggan seperti kesesuaian produk yang ditawarkan, jaminan pengiriman produk yang tepat waktu.

Kualitas Website (*WebQual*)

Keunggulan pebisnis ritel *online* dalam mengelola suatu situs web harus memperhatikan kualitas situs web, sehingga mampu membangun kepercayaan konsumen sebagai kunci untuk memenangkan persaingan di bisnis ritel *online*. Implementasi kualitas situs web dapat dijadikan sebagai dasar untuk menarik konsumen dan mendorong kunjungan ulang (Kotler dan Keller, 2012). Ukuran suatu *website* berkualitas dapat ditentukan oleh: informasi yang sesuai dengan kebutuhan, kesesuaian komunikasi, kepercayaan, ketepatan merespon, mudah dimengerti, inovatif, serta tampilan yang menarik (E., Loiacono, et al, 2002).

Menurut Barnes dan Vidgen (2000) kualitas situs web (*webqual*) ditentukan oleh ketiga faktor dibawah ini, yaitu sebagai berikut:

1) *Usability* (Kegunaan)

Aspek kegunaan memudahkan konsumen yang berinteraksi dengan situs web yang bertujuan menarik konsumen dan mendorong kunjungan ulang (Kotler dan Keller, 2012). Menurut Fangyu dan Yefei (2011) mudah dan tidaknya konsumen menggunakan situs web yang diakses ditentukan oleh tiga faktor yaitu: *Content* (*merchandise catalog*, ketersediaan informasi, testimonial), *Ease of use* (layout situs web, mudah mencari produk yang dibutuhkan, sistem pembayaran dan sistem navigasi), *Emotional factors* (popularitas dan kredibilitas situs web, keamanan transaksi dan data pribadi, serta promosi).

2) *Quality Information* (Kualitas Informasi)

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) tahapan setelah konsumen mengenali kebutuhan atau keinginan untuk mengonsumsi suatu produk adalah tahapan pencarian informasi. Kondisi tersebut, mendorong pemasar harus menyediakan informasi yang memadai serta berkualitas. Menurut Barnes dan Vidgen (2000), kualitas informasi berkaitan dengan apakah situs web menyediakan informasi yang akurat, terpercaya, tepat waktu, relevan, mudah dipahami, sesuai dengan format dan kebutuhan. Informasi yang berkualitas akan membantu konsumen dalam proses memilih dan menetapkan suatu produk. *Information convenience* dalam situs web yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan meningkatkan penjualan karena waktu konsumen dalam proses mencari, menilai dan membeli produk semakin singkat (F., Salehi et al, 2012).

3) *Interaction Service* (Interaksi Layanan)

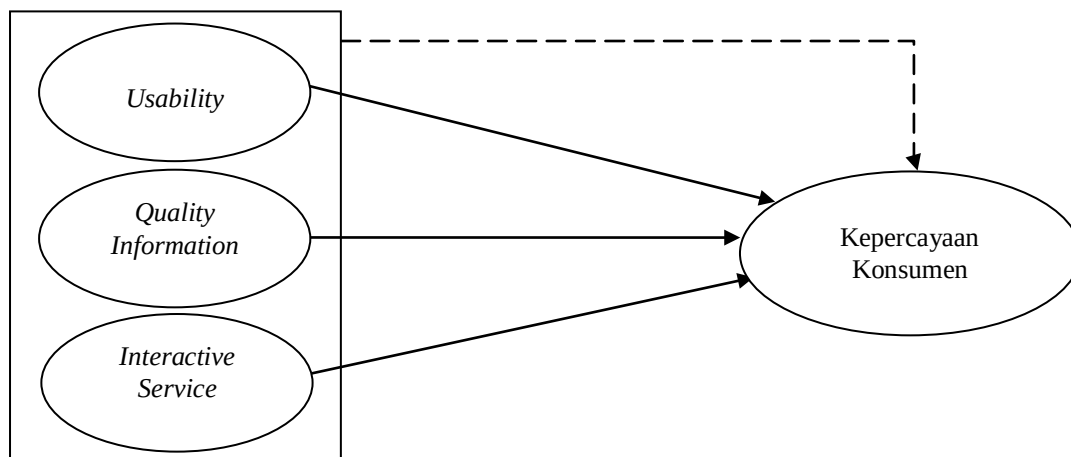
Menurut Barnes dan Vidgen (2000) kualitas interaksi layanan berkaitan dengan reputasi situs, keamanan dalam transaksi, keamanan kerahasiaan informasi pribadi, rasa personalisasi, adanya komunitas, komunikasi dengan perusahaan dan kesesuaian pesanan. Pengaruh personalisasi sebagai bagian dalam interaksi layanan dapat mendorong calon konsumen yang awalnya mencari informasi akhirnya melakukan pembelian, meningkatkan *cross selling capability* serta mampu membangun loyalitas pelanggan (Lou Ya, 2012)

4) *Usability, Quality Information* dan *Interactive Service* dengan Pilihan Situs Toko Online

Ecommerce merupakan proses pemasaran yang memudahkan konsumen bertransaksi secara online, karena menyediakan beberapa fasilitas (*usability*) yang membantu konsumen menghemat waktu dalam kegiatan pencarian penjual, pemilihan produk, serta pembelian dan pembayaran (A., Denni et al 2015). Menurut Y. Suhari (2012) keputusan pembelian secara online dipengaruhi oleh: (1) efisiensi yang ditentukan oleh yaitu kemudahan pencarian dan penggunaan situs web serta kecepatan waktu dalam pencarian, (2) value (harga bersaing dan kualitas baik), dan (3) interaksi (informasi, keamanan, load time, dan navigasi). Kondisi ini

menunjukkan bahwa tingkat kualitas situs web berkaitan dengan pilihan konsumen terhadap situs toko online. Situs web yang berkualitas akan mengubah konsumen potensial menjadi konsumen aktual setelah mereka meneliti dan menilai web content sebuah situs toko online (F., Mariam dan J., Song, 2009). Konsumen yang telah berinteraksi dengan suatu situs web saat mencari dan meneliti produk yang dibutuhkannya dapat menilai apakah situs web toko online yang mereka kunjungi memiliki kelebihan atau kekurangan (V., Durova dan N., Amin, 2009). Kualitas situs web yang memiliki *usability*, *quality information* dan *interactive service* berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen (Tarigan, Joshua, 2008) selain itu kredibilitas situs web dengan *webqual* dan bauran pemasaran akan mendorong pembelian secara online serta penggunaan website untuk melakukan transaksi (R., Agustian et al, 2015, H., Yoon dan L., Occena, 2015).

Berdasarkan uraian diatas, maka analisis kinerja *webqual* terhadap kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online dalam penelitian ini, dituangkan dalam paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan penelitian *explanatory* dengan metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung atau pernah melakukan transaksi secara online di situs toko online. Metode pengambilan sampel dengan cara *accidental sampling* yaitu menentukan sampel yang mudah dan sesuai dengan kriteria. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen situs toko online yang merespon dan bersedia untuk mengisi kuesioner. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui link <http://goo.gl/qHfDSX> dan jawaban akan terkirim pada google drive email peneliti. Jumlah respon yang masuk sebanyak 125 responden, namun jumlah respon yang layak dianalisis dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Variabel – variabel dalam penelitian untuk mengukur kualitas web (*webqual*) menggunakan konsep *webqual* dari Barnes dan Vidgen (2000) sedangkan variabel *e trust* (kepercayaan) konsumen dalam memilih situs *retailer* online menggunakan konsep dari Mukherjee dan Nath (2007). Model

pengukuran dengan menggunakan skala likert dengan rentang jawaban sangat setuju (5) sampai dengan sangat tidak setuju (1). Pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian disusun berdasarkan variabel webqual dan e trust, yang terdiri dari : (Tabel 1.)

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Elemen
WebQual (Kualitas Web)	<i>Usability</i> (Fangyu dan Yefei, 2011)	1) Kemudahan untuk dioperasikan. 2) Interaksi dengan website jelas dan dapat di mengerti. 3) Kemudahan untuk navigasi. 4) Tampilan yang atraktif. 5) Tampilan sesuai dengan jenis website toko online. 6) Adanya penambahan pengetahuan dari informasi website (pengalaman posituf) 7) Situs <i>loading</i> dengan cepat (waktu tunggu singkat)
	<i>Quality of Information</i> (Barnes dan Vidgen, 2000), (F, Salehi et al, 2012)	1) Menyediakan informasi yang cukup jelas. 2) Menyediakan informasi yang dapat dipercaya. 3) Menyediakan informasi yang up to date. 4) Menyediakan informasi yang relevan. 5) Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami.
	<i>Quality of service interactive</i> (Barnes dan Vidgen, 2000)	1) Alamat situs mudah diingat 2) Situs menawaekan banyak kategori produk 3) Mempunyai reputasi yang baik. 4) Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi. 5) Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi. 6) Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian. 7) Adanya suasana komunitas. 8) Kemudahan untuk memberi masukan (feed back). 9) Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan website 10) Menawarkan alternatuf pembayaran 11) Jaminan mengirimkan barang sesuai yang dijanjikan 12) Menciptakan perasaan personalisasi 13) Kemudahan untuk menjadi member
Kepercayaan	<i>E trust</i> (Mukherjee dan Nath, 2007)	1) Komunikasi 2) Privasi 3) Keamanan 4) <i>Relationship</i> 5) Komitmen

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden situs toko online berdasarkan hasil survey di dominasi oleh responden perempuan sebesar 71% dengan kisaran usia antara 17 – 32 tahun. Penggunaan internet oleh responden untuk mencari informasi (47%), belanja online (17%), bersosialisasi di dunia maya (16%), mengirimkan email (6%), mengisi waktu senggang (14%).

Lokasi responden untuk mengakses internet dapat dilakukan dirumah (43%), di tempat kerja (15%) atau dari warnet (6%) atau mengakses dari ketiga tempat tersebut (36%). Hal ini menunjukkan penetrasi internet tahun 2010 serta kepemilikan koneksi dengan perangkat seperti telepon genggam, tablet, *gadget* lainnya memudahkan responden untuk selalu terhubung dengan internet dalam setiap aktivitasnya.

Responden mengetahui alamat atau link situs toko online dari informasi *search engine* (42%), email (6%), brosur/leaflet (4%), radio/televisi (21%), koran/majalah (3%) serta informasi dari teman/kolega (24%). Perilaku responden dalam mencari informasi menjadi faktor yang cukup penting dalam bisnis retail online, karena ketersediaan dan kesesuaian informasi menjadi salah pendorong keberhasilan transaksi secara online.

Situs toko online yang sering diakses responden untuk transaksi secara online antara lain lazada (23%), olx (14%), tokopedia (20%), traveloka (10%), zalora (7%), bukalapak (6%), blibli dan mataharimall (5%) dan lainnya (10%) merupakan situs toko online yang mempunyai tingkat popularitas dan cukup mendominasi di bisnis retail online di Indonesia. Responden melakukan belanja online 1 kali dalam sebulan (42%), 2 – 5 kali dalam sebulan (34%) dan sisanya > 5 kali dalam sebulan dengan kategori produk yang dibeli cukup beragam seperti fashion (53%), gadget (14%), tiket (20%), buku (4%), perlengkapan rumah tangga (4%) dan sisanya barang-barang konsumsi lainnya (5%). Secara keseluruhan penilaian responden terhadap situs toko online yang pernah diakses dinilai responden dengan kategori baik (25%) dan cukup baik (20%) dan sebagian besar responden merekomendasikan situs toko online tersebut untuk dijadikan pilihan tempat belanja online (43%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap elemen yang menentukan kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran (*valid*), dan apabila digunakan secara berulang dalam pengukuran menunjukkan hasil yang relatif sama dan dapat dipercaya (*reliable*).

Uji Asumsi Klasik

Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, diketahui bahwa nilai *Variation Inflation Factor* (VIF) dari setiap variabel ≤ 10 dan nilai Tolerance dari setiap variabel $> 0,1$, artinya data yang diperoleh dari hasil survey dan model regresi yang terbentuk layak digunakan karena terbebas dari masalah multikolinieritas.

Autokorelasi

Hasil pengujian diketahui nilai *dw* hitung sebesar 1,743 lebih besar dari 1,611 dan lebih kecil dari 2,265 yang artinya berada pada daerah tidak ada autokorelasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi linier yang terbentuk layak digunakan karena tidak terjadi autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan model layak untuk mengestimasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil pengujian disajikan pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Uji Kelayakan Model (Uji F / ANOVA)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.690	3	2.897	43.594	.000 ^b
	Residual	6.313	95	.066		
	Total	15.003	98			

a. Dependent Variable: Y = Kepercayaan konsumen

b. Predictors: (Constant), X3 = Interaksi layanan, X1 = Kegunaan, X2 = Kualitas informasi

Sumber : Ouput IBM SPSS versi 20 (2015)

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui nilai F hitung (sig.) pada tabel di atas nilainya 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda yang diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh dimensi kegunaan, kualitas informasi dan interaksi layanan terhadap kepercayaan konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas web yang terdiri dari kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk apakah parameter yang diduga untuk mengestimasi model (persamaan) regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Hasil pengujian dapat dilihat dari tabel 3 berikut:

Tabel 3. Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.720	.273		2.633	.010
X1 = Kegunaan	.136	.094	.137	1.438	.154
X2 = Kualitas informasi	.132	.083	.160	1.594	.114
X3 = Interaksi layanan	.515	.100	.534	5.141	.000

Dependent Variable: Y = Kepercayaan konsumen

Sumber : Ouput IBM SPSS versi 20 (2015)

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel kegunaan sebesar 0,154 memiliki nilai signifikansi > 0,05 artinya *kegunaan (usability) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online.*

Menurut Kotler dan Keller (2012) kinerja suatu situs web ditentukan oleh aspek kegunaan yang berkaitan dengan kemudahan (pengoperasian, penggunaan serta kemudahan bernavigasi pada

web) dan daya tarik secara fisik (tampilan web yang menarik dan sesuai dengan jenis web serta mengandung kompetensi) dapat menarik konsumen dan mendorong kunjungan ulang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aspek kegunaan tidak mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online, namun aspek kegunaan dalam situs toko online akan sangat membantu konsumen dalam tahap mencari, meneliti dan menilai produk yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya sebelum memutuskan untuk membeli

Nilai t hitung variabel kualitas informasi sebesar 0,114 memiliki nilai signifikan $> 0,05$ artinya *kualitas informasi (quality information) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online.*

Berdasarkan kondisi tersebut, maka pengelola situs toko online perlu mengembangkan aspek kualitas informasi menjadi kenyamanan informasi (*information convenience*) dengan memperhatikan apakah situs web menyediakan informasi yang akurat, terpercaya, tepat waktu, relevan, mudah dipahami, sesuai dengan format dan kebutuhan sehingga mengalami kondisi kebingungan dalam proses mencari, menilai dan waktu yang diperlukan untuk membeli produk semakin singkat (Barnes dan Vidgen, 2000 ; F., Salehi et al, 2012).

Nilai t hitung variabel interaksi layanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa *interaksi layanan (interactive service) berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online* Kondisi ini menunjukkan, bahwa peningkatan interaksi layanan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memilih situs toko online.

Kondisi ini menunjukkan bahwa interaksi layanan sebagai bagian dalam kualitas web di setiap situs toko online di Indonesia mampu dijadikan sebagai pemasaran interaktif yang memberikan peluang interaksi dan individualisasi jauh lebih besar antara pemasar dan konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Interaksi layanan dalam bisnis ritel *online* mampu meningkatkan reputasi situs, keamanan dalam transaksi, keamanan kerahasiaan informasi pribadi, rasa personalisasi, adanya komunitas, komunikasi dengan perusahaan dan kesesuaian pesanan (Barnes dan Vidgen, 2000). Selain itu interaksi dan individualisasi (personalisasi) sebagai bagian dalam interaksi layanan dapat mendorong calon konsumen yang awalnya mencari informasi akhirnya melakukan pembelian, meningkatkan *cross selling capability* serta mampu membangun loyalitas pelanggan (Lou Ya, 2012)

Koefisien Determinasi

Proporsi pengaruh variabel kegunaan, kualitas informasi dan interaksi layanan terhadap kepercayaan konsumen dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (Adjusted R-Square) seperti dalam tabel 4 berikut :

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.761 ^a	.579	.566	.25778	1.743

a. Predictors: (Constant), X3 = Interaksi layanan, X1 = Kegunaan, X2 = Kualitas informasi

b. Dependent Variable: Y = Kepercayaan konsumen

Sumber : Ouput IBM SPSS versi 20 (2015)

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa, nilai Adjusted R-square sebesar 0.566 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh interaksi layanan, kegunaan dan kualitas informasi terhadap kepercayaan konsumen sebesar 56,6% sedangkan sisanya 43,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam model regresi.

5. SIMPULAN

- 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi layanan menjadi variabel yang dominan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, namun variabel lain seperti kegunaan dan kualitas informasi harus tetap diperhatikan. Aspek kegunaan dapat membantu konsumen dalam pengoperasian situs sehingga memudahkan dalam proses mencari, menilai dan memutuskan pembelian. Aspek kualitas informasi dapat mengurangi kekhawatiran konsumen dalam menentukan pilihan situs toko online.
- 2) Proses pemasaran dalam bisnis online terbentuk karena ada nilai yang unik pemasar dan konsumen dengan memperhatikan aspek komunikasi (kesesuaian dan ketersediaan informasi), dapat menjamin privasi serta keamanan data dan transaksi, memberikan layanan sesuai harapan dan menjaga komitmen dengan pelanggan seperti kesesuaian produk yang ditawarkan, jaminan pengiriman produk yang tepat waktu.
- 3) Penelitian mendatang diharapkan mampu melakukan penelitian lebih dalam mengenai hubungan antara webqual dengan tingkat kepercayaan konsumen dengan variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini, misalnya aspek e promotion, quality assurance, keamanan transaksi, atau variabel lain yang berkaitan dengan *online retailer relationship*

6. REFERENSI

- [1] Abrianto, A. (2012). Perilaku Konsumen Online : Membangun ' Trust ' Situs E Commerce Di Indonesia. Forum Ilmiah, 9(1), 18 – 23.
- [2] Agustian, R., Sumarwan, U., Nurmalina, R., Manajemen, K., Pajajaran, J. R., & Barat, J. (2015). The Effect Of Marketing Mix And Webqual On Site ' S Credibility. Widyariset, 18(1), 49–58.
- [3] Avinandan Mukherjee, Prithwiraj Nath, (2007), "Role of electronic trust in online retailing: A re-examination of the commitment-trust theory", European Journal of Marketing, Vol. 41 Iss: 9 pp. 1173 – 1202
- [4] Barnes, S., & Vidgen, R. (2000). WebQual: An Exploration of Web-site Quality. Communications, 1, 298–305.
- [5] Durova, V. A., & Amin, N. (2009). Using Webqual 4.0 in the Evaluation of the Russian B2C Cosmetic Web Sites. Webist 2009: Proceedings of the Fifth International Conference on Web Information Systems and Technologies, 585–588.
- [6] Gregg, D.G. & Walczak, S. (2010, March). The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. Journal Electronic Commerce Research. 10(1), pp. 1-25
- [7] Hotlan Siagian1; Edwin Cahyono (2014), Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014 hal 55 – 61
- [8] Kotler & Keller (2012), Marketing Management, 14th Global Edition, Pearson
- [9] Koller & Armstrong (2012), Principle of Marketing, 14th Global Edition, Pearson
- [10] Li, F., & Li, Y. (2011). Procedia Engineering Usability evaluation of e-commerce on B2C websites in China. Procedia Engineering, 15, 5299–5304.
- [11] Loiacono, E. T., Watson, R. T., & Goodhue, D. L. (2002). WebQual TM: A Measure of Web Site Quality. Marketing Theory and Applications, 13(3), 432–438.
- [12] Mariam, F., & Song, J. (2009). Do web sites change customers ' beliefs ? A study of prior – posterior beliefs in e-commerce. Information & Management, 46, 125–137.
- [13] Metehan, T., & Author, C. (2011). The Effect Of Web Vendor Trust On Turkish Online. Australian Journal of Business and Management Research, 1(6), 87–96.

- [14] Pujastuti, E., & Winarno, W. W. (2014). Pengaruh E-Commerce Toko Online Fashion Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Citec Journal*, 1(2), 5771.
- [15] Rahimnia, F., & Hassanzadeh, J. F. (2013). The Impact of website content dimension and e trust on e marketing effectiveness. *Information & Management*, 1–19.
- [16] Rosita, P. S., R., R. E., & Wijaya, A. B. M. (2014). Benchmarking Website E Commerce Menggunakan Teknik Pengukuran Web Qual (Vol. 2014).
- [17] Salehi, F., Abdollahbeigi, B., & Charmchian, A. (2012). The Impact of Website Information Convenience On E-commerce Success Of Companies. *Procedia Social and Behavioral Science*, 57, 381–387.
- [18] Saraswati, P., & Baridwan, Z. (2011). Acceptance E-Commerce System : Effect Trust , Perceived Risk And Perceived Benefit.
- [19] Tarigan, J. (2008). User Satisfaction Using Webqual Instrument : A Research on Stock Exchange of Thailand (SET). *Jurnal Akutansi Dan Keuangan*, 10, 34–47.
- [20] Trisnawati, E., Suroso, A., & Kumorohadi, U. (2012). Analisis faktor-faktor kunci dari niat pembelian kembali secara online. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(2), 126–141.
- [21] Yoon, H. S., & Occe, L. G. (2015). Management Influencing factors of trust in consumer-to-consumer electronic commerce with gender and age. *International Journal of Information Management*, 35, 352–363.
- [22] www.alexacom website popularity rank, november 2015
- [23] _____, (2013) Perkembangan E Commerce di Indonesia, Kemenkoinfo, Jakarta
- [24] _____, (2014), Global Survet E Commerce, Nielsen Indonesia

PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP HUBUNGAN ANTARA PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA

Desy Lesmana ¹⁾, Mutiara Maimunah ²⁾, Delfi Panjaitan ³⁾

^{1,2,3}Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Misi Charitas

¹desylesmana@ymail.com

²mutiaramai@gmail.com

³delfianna_panjaitan@yahoo.com

Abstract

This study is aim to examine the effect of corporate social responsibility to the financial performance with good corporate governance as the moderator variable. The object of this study was all the manufacturing companies which are registered at Indonesian Stock Exchange in the period of 2010 until 2013. Purposive method was applied as well in this study. This hypotheses were : 1) managerial ownership is able to moderate the link between corporate social responsibility and financial performance; 2) institutional ownership is able to moderate the link between corporate social responsibility and financial performance; 3) independent commissioner is able to moderate the link between corporate social responsibility and financial performance; and 4) auditing committee ia able to moderate the link between corporate social responsibility and financial performance. The hypotheses were tested by using multiple regression analysis from SPSS 16. The result showed that independent commissioner was the only mechanism which moderated the link between corporate social responsibility and financial performance. Meanwhile, another three mechanism (manely managerial ownership, institutional ownership and auditing committee) were not able to moderate the link between corporate social responsibility and financial performance.

Keywords : corporate social responsibility, good corporate governance, and financial performance.

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi topik yang sudah tidak asing lagi bagi perusahaan di Indonesia. CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholder-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan pengoperasian perusahaan (Anaesthasia,2009). Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan sekitar. Kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan diatur oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Pasal 74 tahun 2007, dimana perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tidak semua pihak setuju dengan adanya peraturan baru ini, memperlihatkan bahwa komunitas bisnis Indonesia belum sepenuhnya yakin bahwa aktivitas CSR akan memberikan dampak positif bagi tujuan utama mereka.

Sumber dana CSR didapat dari penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 2% atau sesuai dengan keputusan RUPS. Meskipun dana CSR didapat dari laba perusahaan, ternyata CSR tidak berakibat negatif pada profitabilitas perusahaan, bahkan aktifitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (Dyah,2012). Hal ini terbukti dari banyaknya penelitian mengenai pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan dari waktu ke waktu yang semakin berkembang dan menunjukkan hasil yang baik bagi perusahaan yang menjalankannya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad (2007), Rettab et al. (2008), Vergalli et al. (2009), menemukan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Masih banyak penelitian lainnya seperti Martin (2011), Aditya (2012), dan lainnya yang berhasil membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, terutama yang diprosikan menggunakan ROA. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku etis

perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan (Lely dan Sylvia, 2008). Agar GCG berjalan dengan efektif, maka organ perusahaan yang terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), dewan Komisaris, dan Direksi memegang peranan penting. Organ ini menjalankan tugas, fungsi dan tanggungjawab yang berbeda dan semata-mata tujuannya untuk kepentingan perusahaan (KNKG, 2006). Harapan dengan diterapkannya GCG maka kinerja perusahaan tersebut akan meningkat menjadi lebih baik.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang dirumuskan adalah apakah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen dan komite audit mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan kinerja keuangan. Manfaat dari penelitian ini adalah; pertama bagi perusahaan, dapat memberikan penjelasan kepada perusahaan mengenai pengaruh GCG terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan sehingga perusahaan tidak ragu lagi dalam menerapkan GCG dan melaksanakan CSR; kedua bagi regulator, dapat menginspirasi para regulator untuk membuat aturan yang lebih tegas mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan; dan ketiga bagi akademisi, dapat menambah wawasan, pemahaman, referensi, dan bahkan sebagai bahan pertimbangan serta acuan yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Agency Theory dan Stakeholder Theory

Teori keagenan (*Agency theory*) merupakan teori dasar yang menjadi pedoman praktik bisnis perusahaan yang digunakan saat ini. Menurut Jensen dan Meckling (1976), *agency theory* adalah sebuah kontrak antara manajer (*agent*) dengan pemilik (*principal*). (Restie, 2010). Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) dengan pihak yang menerima wewenang (agensi). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri (Suwardjono, 2005). Agen cenderung akan bertindak untuk kepentingan pribadinya sendiri dan bertindak tidak sesuai dengan kepentingan principal. Masalah keagenan ini bisa berkurang jika manajer memiliki kesepahaman dengan pemegang saham dan bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham.

Ghozali dan Chariri (2007, dalam Kartika 2011) menjelaskan bahwa *stakeholder theory* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok stakeholder ini lah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dan atau tidak mengungkapkan suatu informasi didalam laporan keuangan, sehingga perusahaan akan berusaha untuk mencapai kinerja optimal seperti yang diharapkan oleh stakeholder.

Salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dalam pelaporan keuangan adalah semakin tinggi pengungkapan CSR oleh perusahaan maka semakin tinggi kepercayaan para stakeholder terhadap perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep bahwa organisasi, dalam hal ini lebih dikhususkan kepada perusahaan, memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi, yang menciptakan profit demi kelangsungan usaha, tapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan (Dwi

dan Maksu, 2008). Pelaksanaan *corporate social responsibility* merupakan hal yang sangat penting karena berkaitan dengan pembentukan citra positif perusahaan (Kartika, 2011).

Ada dua sifat pengungkapan yaitu pengungkapan yang didasarkan pada ketentuan atau standar (*required/regulated/mandatory disclosure*) dan pengungkapan yang bersifat sukarela (*voluntary disclosure*). Perusahaan bersedia melakukan pengungkapan sukarela, meski menambah *cost* perusahaan untuk memenuhi keinginan *stakeholder* atau meningkatkan citra perusahaan. Manfaat dari pengungkapan sukarela yang diperoleh perusahaan antara lain meningkatkan kredibilitas perusahaan, membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen, menarik perhatian analis meningkatkan akurasi pasar, menurunkan ketidaksimetrisan informasi pasar dan menurunkan kejutan pasar (Na'im, 2006).

Good Corporate Governance

Forum for Corporate Governance di Indonesia (FCGI, 2001 dalam Rustiarini, 2010) merumuskan *corporate governance* sebagai sebagai suatu sistem tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan berbagai partisipan dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Manfaat dari penerapan *corporate governance* dapat diketahui dari harga saham perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor (Rustiarini, 2010).

Susi Susanti (2013) menggunakan enam macam mekanisme GCG dalam penelitiannya yang diharapkan dapat mengurangi konflik keagenan, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, Komite Audit, Komisaris Independen, kepemilikan asing, serta konsentrasi kepemilikan saham.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu tampilan tentang kondisi *financial* perusahaan selama periode waktu tertentu. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan digunakan investor untuk memperoleh perkiraan tentang laba dan dividen dimasa mendatang dan risiko atas penilaian tersebut (Brigham dan Houston, 2006).

Yang akan dilihat pertama kali oleh investor untuk melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan return atas investasi yang akan mereka tanamkan adalah rasio profitabilitas. Profitabilitas dapat diproses dalam enam rasio (Ang, 1997) Return on Asset (ROA), Return on Equity (ROE), Return on Sale (ROS), Net Profit Margin (NPM), Gross Profit Margin dan Operating Ratio.

Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan Kepemilikan Manajerial, CSR, dan Kinerja Keuangan

Kepemilikan manajemen adalah tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan (Rustiarini, 2010). Menurut Gray, et.al (1988), manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial (CSR) dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut. Penelitian yang menguji kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi terhadap hubungan CSR dan kinerja telah dilakukan oleh Hanung (2012) dan Laras & Basuki (2012), kedua penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Berdasarkan hal tersebut maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1: Kepemilikan Manajerial mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

2. Hubungan Kepemilikan Institusional, CSR, dan Kinerja Keuangan

Penelitian yang menguji kepemilikan institusional sebagai variabel pemoderasi terhadap hubungan CSR dan kinerja telah dilakukan oleh Rustiarini (2010) dan Dyah (2012), kedua penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Berdasarkan hal tersebut, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepemilikan Institusional mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

3. Hubungan Komisaris Independen, CSR, dan Kinerja Keuangan

Penelitian yang menguji komisaris independen sebagai variabel pemoderasi terhadap hubungan CSR dan kinerja telah dilakukan oleh Rustiarini (2010) dan Dyah (2012), yang menunjukkan hasil yang positif. Berdasarkan hal tersebut, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

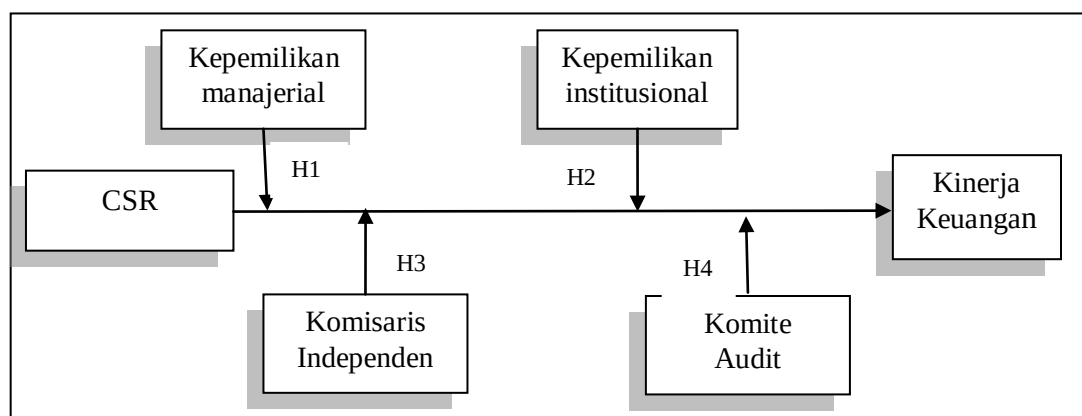
H3: Komisaris Independen mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

4. Hubungan Komite Audit, CSR, dan Kinerja Keuangan

Dengan pengawasan yang dilakukan oleh komite audit, perusahaan akan berusaha menampilkan kinerja perusahaan sebaik mungkin dan salah satu caranya dengan melaksanakan CSR untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang menguji mengenai komite audit sebagai variabel pemoderasi terhadap hubungan CSR dan Kinerja telah dilakukan oleh Rustiarini (2010) dan Dyah (2012), hasil dari kedua penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H4: Komite Audit mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan

Gambar 1. Model Penelitian



3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk melihat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan, maka penelitian ini menggunakan data lag-1 tahun, sebab berdasarkan pertimbangan bahwa CSR akan dirasakan manfaatnya bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang termasuk kedalam industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representative sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang termasuk kedalam industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013.
2. Mempublikasikan annual report empat tahun berturut-turut tahun 2010, 2011, 2012, dan 2013.
3. Memiliki nilai ROA positif selama tahun 2011, 2012, dan 2013.
4. Memiliki data CSR dan data kepemilikan lebih dari nol.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang dibutuhkan berupa laporan tahunan dari industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data tersebut diperoleh dari situs BEI (www.idx.co.id), situs resmi perusahaan dan berbagai sumber lainnya.

Pengujian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Oleh sebab itu sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Keempat uji ini dilakukan agar model regresi yang digunakan tidak bias atau tidak mengandung kesalahan.

Variabel dan Pengukurannya

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam penelitian ini variabel independen yaitu CSR akan diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dengan indikator GRI (Global Reporting Initiatives). GRI (Global Reporting Initiatives) berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, human rights, society*, dan *product responsibility* sebagai dasar *sustainability reporting*. Pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Bambang Suripto, 1999), yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSRI = Indeks pengungkapan perusahaan

n = jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = jumlah semua item yang mungkin dipenuhi

2. Kinerja keuangan perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan diproksikan dengan ROA, yaitu perbandingan antara laba bersih setelah pajak terhadap total aset. Data untuk menghitung perofitabilitas (ROA) diambil dari data laporan tahunan perusahaan manufaktur periode 2011, 2012 dan 2013.

3. *Good Corporate Governance* (GCG)

Variabel pemoderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *good corporate governance* yang diproksikan menggunakan (Rustiarini, 2010) :

- a. Kepemilikan manajerial yang diukur dengan persentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.
- b. Kepemilikan institusional yang diukur dengan persentase kepemilikan saham perusahaan dibagi dengan total jumlah saham yang beredar.
- c. Komisaris independen yang diukur dengan persentase jumlah komisaris independen dibagi dengan total jumlah anggota dewan komisaris.
- d. Jumlah anggota komite audit yang diukur dengan menghitung jumlah anggota komite audit dari setiap perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Data penelitian diperoleh dengan mengambil data pada website www.idx.go.id. Hasil pengumpulan data dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data yang diolah

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur terdaftar tahun 2013	124
Tidak mempublikasikan annual report empat tahun berturut-turut (2010, 2011, 2012, 2013)	(50)
Memiliki nilai ROA lebih kecil atau sama dengan nol di tahun 2011, 2012, 2013	(20)
Memiliki data csr dan data kepemilikan sama dengan nol di tahun 2010, 2011, 2012	(25)
Jumlah perusahaan	29
Jumlah data amatan 29 x 3 periode	87

Analisis Statistik Deskriptif

Berdasarkan tabel 2, maka statistik deskriptif dapat dibahas sebagai berikut : Variabel Kinerja Keuangan memiliki nilai minimum 0,004 (0,4 persen) dimiliki oleh PT Kedaung Setia Industri Tbk TAHUN 2011 dan nilai maksimum 0,404 (40,4 persen) dimiliki oleh PT.Unilever Indonesia Tbk TAHUN 2013, dengan nilai rata rata 0.0931 (9,310 persen). Nilai rata-rata 9,310 persen menunjukkan bahwa rata-rata nilai ROA perusahaan cukup baik.

Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai minimum 0,064 (5 item pengungkapan) dimiliki oleh Alumindo Light Metal Industry Tbk tahun 2010, dan nilai maksimum 0,782 (62 item pengungkapan) dimiliki oleh Semen Industri (Persero) Tbk tahun 2013, dengan nilai rata rata 0,2934 (29 persen). Nilai rata-rata 0,2934 menunjukkan bahwa rata-rata item pengungkapan CSR hanya sebesar 23 item, sehingga pengungkapan CSR masih relatif sedikit.

Variabel Kepemilikan Manajerial memiliki nilai minimum 0,001 persen dimiliki oleh PT.Unilever Indonesia Tbk di tahun 2010, 2011, dan 2012, sementara nilai maksimum 43,860 persen dimiliki oleh Asahimas Flat Flass Tbk di tahun 2010, 2011 dan 2012. Nilai rata rata 6,442 persen menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tergolong rendah.

Variabel Kepemilikan Institusional memiliki nilai minimum 32,22 persen dimiliki oleh Lionmesh Prima Tbk di tahun 2010, 2011, dan 2012. Nilai maksimum 99,97 persen dimiliki oleh Citra Turbindo Tbk di tahun 2010, 2011 dan 2012. Nilai rata rata 69,52 persen menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tergolong tinggi.

Variabel Komisaris Independen memiliki nilai minimum 0,03 persen dimiliki oleh Astra International Tbk di tahun 2010, 2011 dan 2012. Nilai maksimum 0,62 persen dimiliki Eterindo Wahanatama Tbk di tahun 2010, 2011 dan 2012. Nilai rata rata 0,10 persen menunjukkan bahwa komisaris independen masih relatif sedikit.

Variabel Komite Audit memiliki nilai minimum 3 dan nilai maksimum 4. Nilai rata-rata jumlah komite audit adalah 3,03, artinya perusahaan sudah memiliki jumlah komite audit sesuai dengan yang ditetapkan oleh Bapepam dengan SE-03/PM/2000, yaitu minimal 3 orang untuk perusahaan publik.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas pertama menggunakan uji Glejser menunjukkan terdapat nilai signifikansi di bawah 0,05 untuk variabel KIN dan CSRxKIN.. Hal tersebut mengindikasikan terjadi gejala heterokedastisitas.

Menurut Iman Ghazali (2011), untuk mengobati data yang terindikasi terganggu heterokedastisitas ataupun normalitas, maka dapat menggunakan semilog, yaitu mengubah variabel dependen atau independen ke dalam bentuk Logaritma Natural (Ln). Oleh karena itu persamaan regresi diubah menjadi :

$$\text{Ln_KK} = a + b_1\text{CSR} + b_2\text{KM} + b_3\text{KI} + b_4\text{KIN} + b_5\text{KA} + b_6\text{CSRxKM} + b_7\text{CSRxKI} + b_8\text{CSRxKIN} + b_9\text{CSRxKA} + e$$

Selanjutnya dilakukan pengujian heterokedastisitas untuk model tersebut. Hasil uji heterokedastisitas (2) terlihat pada tabel 2. Nilai signifikansi semua variabel independen menunjukkan nilai di atas 0,05, sehingga disimpulkan bahwa model telah terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Tabel 2. Uji heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.064	1.983			1.545	.126
CSR	-5.844	4.857	-1.956		-1.203	.233
KM	-.007	.014	-.142		-.464	.644
KI	.005	.007	.202		.727	.470
KIN	-6.988	3.731	-1.277		-1.873	.065
KA	-.693	.556	-.453		-1.246	.216
CSRxKM	.083	.081	.302		1.019	.312
CSRxKI	.003	.020	.084		.154	.878
CSRxKIN	20.747	10.173	1.574		2.039	.055
CSRxKA	1.151	1.158	1.323		.994	.323

a. Dependent Variable: AbsUt

2. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan kolmogorov-smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,925. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	87
Kolmogorov-Smirnov Z	.548
Asymp. Sig. (2-tailed)	.925

a. Test distribution is Normal.

3. Uji autokorelasi

Hasil uji autokorelasi menggunakan Run-test menunjukkan nilai test adalah 0,06956 dengan probabilitas 0,589. Oleh karena probabilitas di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual random atau tidak terjadi autokorelasi antar residual.

4. Uji Multikolinieritas

Besaran korelasi antar variabel independen menunjukkan tidak adanya yang berkorelasi tinggi. Nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan tidak ada satupun variabel independen memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam regresi.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (uji model)

Hasil uji simultan ditunjukkan pada tabel 4. Nilai signifikansi model memperlihatkan nilai sebesar 0,025. Angka ini masih di bawah tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah baik atau layak. Angka ini juga dapat diartikan bahwa secara simultan, variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4. Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.723	9	2.969	3.858	.000 ^a
	Residual	59.264	77	.770		
	Total	85.987	86			

2. Uji Partial

Hasil uji partial dapat dilihat pada tabel 5. Dari tabel tersebut tampak bahwa tingkat signifikansi semua variabel independen memiliki nilai di atas 0.05.

Tabel 5. Uji Partial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.246	3.569		-1.470	.146
	CSR	-2.656	8.744	-.438	-.304	.762
	KM	-.063	.025	-.675	-2.486	.015
	KI	-.024	.012	-.511	-2.074	.041
	KIN	23.029	6.718	2.073	3.428	.001
	KA	1.007	1.002	.324	1.005	.318
	CSRxKM	.143	.146	.258	.983	.329
	CSRxKI	.059	.037	.773	1.592	.116
	CSRxKIN	-68.406	18.316	-2.556	-3.735	.000
	CSRxKA	.809	2.085	.458	.388	.699

a. Dependent Variable: LN_KK

Pembahasan hasil untuk menjawab hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan

Nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,762. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang diterima 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Perusahaan mengeluarkan sejumlah dana untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* adalah dengan tujuan untuk memperoleh manfaat ekonomis jangka panjang. Namun berdasarkan hasil pengujian secara statistik ternyata secara partial variabel *Corporate Social Responsibility* tidak mempengaruhi variabel kinerja keuangan perusahaan. Artinya pengungkapan CSR tidak memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh kebanyakan perusahaan saat ini hanya menutupi keburukan kinerja perusahaan atau hanya *lips service* (Indiana dkk : 2008). Sembiring (2005) menyatakan bahwa pada saat profitabilitas rendah, perusahaan berharap agar para pengguna laporan akan membaca “*good news*” yang diberikan perusahaan, misalnya dalam pengungkapan social. Pengungkapan CSR mungkin justru akan segera direspon positif oleh investor atau calon investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

b. Hipotesis 1 : Kepemilikan Manajerial mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,329. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang diterima 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, sehingga hipotesa pertama ditolak.

Kepemilikan manajerial secara partial terbukti berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, namun memiliki arah yang negatif. Semakin tinggi persentase kepemilikan manajerial, maka kinerja keuangan akan menurun. Sebaliknya makin rendah persentase kepemilikan manajerial maka kinerja perusahaan akan meningkat. Hal ini sejalan dengan *agency theory*. Dalam *agency theory*, manajer (*agen*) akan melakukan tindakan-tindakan untuk menguntungkan kepentingan pribadinya, dimana manajer cenderung akan mengorbankan laba jangka panjang perusahaan. Semakin banyak persentase kepemilikan saham oleh manajemen maka manajer bertindak tidak sesuai dengan harapan pemilik (*principal*). Berdasarkan statistic deskriptif data, maka terlihat bahwa kinerja keuangan perusahaan yang diproksikan dengan ROA secara rata-rata cukup tinggi, sementara kepemilikan manajerial rata-rata rendah. Hal ini dapat dijelaskan bahwa makin sedikit persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen, maka kinerja keuangan akan semakin meningkat.

Mekanisme GCG berupa kepemilikan saham oleh manajer ternyata dimanfaatkan oleh manajer untuk mengejar kepentingan jangka pendek, bukan kepentingan jangka panjang perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak mampu memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility* dengan kinerja keuangan.

c. Hipotesis 2 : Kepemilikan Institusional mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,116. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang diterima 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, sehingga hipotesa kedua ditolak.

Seperti halnya dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan saham oleh institusi ternyata dimanfaatkan oleh institusi tersebut untuk mengejar keuntungan jangka pendek mereka saja tanpa memperhatikan kepentingan jangka panjang. Kepemilikan institusional tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility* dan Kinerja Keuangan,

d. Hipotesis 3 : Komisaris Independen mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,000. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diterima 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa komisaris independen mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, sehingga hipotesa ketiga diterima.

Komisaris independen secara partial terbukti memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, dengan arah positif. Semakin tinggi persentase komisaris independen, maka kinerja keuangan akan meningkat. Dan semakin rendah persentase komisaris independen maka kinerja perusahaan akan menurun. Komisaris yang berasal dari luar perusahaan (komisaris independen) direaksi positif oleh pasar (investor) karena investor yakin bahwa kepentingan investor akan terlindungi.

Komisaris yang berasal dari luar perusahaan (komisaris independen) direaksi positif oleh pasar karena investor yakin bahwa kepentingan investor akan terlindungi. Komisaris independen mampu memperkuat hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility* dan Kinerja Keuangan, sehingga diharapkan dengan adanya kolaborasi antara CSR dengan pengawasan dari komisaris independen maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat.

e. Hipotesis 4 : Komite Audit mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

Nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,669. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang diterima 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa komite audit tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan, sehingga hipotesa keempat ditolak.

Meskipun komite audit diyakini mampu mengurangi konflik kepentingan antara agen dan principle, namun banyaknya jumlah komite audit bukanlah jaminan bahwa kinerja suatu perusahaan tersebut akan membaik. Keberadaan komite audit hanya dipandang sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan pada peraturan Bapepam/OJK saja.

Komite audit tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility* dan Kinerja Keuangan disebabkan karena komite audit tidak menjalankan tugas dan fungsinya secara maksimal. Keberadaan mereka hanya memenuhi kewajiban yang syaratkan oleh Bapepam bagi perusahaan publik.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Sebagai variabel pemoderasi, hanya mekanisme komisaris independen saja yang mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility* dan Kinerja Keuangan, sementara tiga mekanisme yang lain (kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan komite audit) tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Sosial Responsibility* dan Kinerja Keuangan

Penelitian ini hanya menghasilkan nilai adjusted R² sebesar 23%, artinya masih ada 77% variabel lain yang mempengaruhi kinerja keuangan. Sehingga penelitian lain masih perlu menambahkan variabel lain yang diduga mempengaruhi hasil penelitian, misalnya sekretaris perusahaan dan konsentrasi kepemilikan saham sebagai mekanisme lain dari GCG.

Penelitian ini mengukur dampak CSR terhadap Kinerja Keuangan satu tahun de depan dan memperoleh hasil bahwa CSR tidak memiliki dampak terhadap kinerja keuangan jangka panjang. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengukur dampak CSR terhadap kinerja keuangan untuk dua atau tiga tahun ke depan, sehingga dapat membuktikan secara empiris bahwa CSR memiliki dampak ekonomis untuk jangka panjang. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indikator yang lain dalam mengukur variabel *Good Corporate Governance* dan *Corporate Sosial Responsibility*.

6. REFERENSI

- [1] Aditya Arief Yuniawan. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Lverage, Growth, dan Size Perusahaan Terhadap ROE Perusahaan. Skripsi. Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- [2] Ahmad Nurkhin. 2009. Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- [3] Anaesthasia Suzanna Bessie. 2009. Peran Corporate Social Responsibility PT. Pertamina (persero) dalam Membantu Pengembangan Usaha Kecil Menengah. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- [4] Andriyati M. Sinaga. 2011. Pengaruh Elemen Good Corporate Governance (GCG) terhadap Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Sektor Perbankan di Indonesia. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- [5] Citra Puspita Dewi. 2011. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2009. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- [6] Dyah Ardana Riswani. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- [7] Ihyaul Ulum. 2007. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan di Indonesia. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- [8] Isnaeni Ken Zuraedah. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. Sripsi. Universitas Pembangunan Naional "Veteran". Jakarta.
- [9] Kartika Sayidatina. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Stock Return. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- [10] Lely Dahlia dan Sylvia Veronica Siregar. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- [11] Luciana Spica Almilia dan Dwi Wijayanto. 2007. Pengaruh Enviromental Performance dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance. FEUI. The 1st Accounting Conference. 7-9 September.
- [12] Martin Lasty Marbun. 2011. Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Return On Equity Melalui Corporate Social Responsibility. Skripsi. Universitas Airlangga. Surabaya.
- [13] Mathews, M., dan Guthrie, J. 1985. Social and Environmental Accounting: A Practical Demostration of Ethical Concern. Journal of Business Ethics, Vol. 14, pp 663-671.
- [14] Ni Wayan Rustiarini. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi 13. Denpasar.
- [15] Vinola Herawaty. 2008. Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.

PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI MASA TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA KONSUMEN MCDONALD'S INDONESIA)

Dimas Yudistira Nugraha¹⁾

¹⁾Pogram Studi Doktor Ilmu Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia

¹⁾Email: dimasyn@student.upi.edu

Abstract

McDonald's is the largest fast food industry in the world. McDonald's has more than 36.000 stores which spreads around the worlds. However, in this year, McDonald's had to close more than 700 stores. Mass Communication Strategy is one of the factors why Marketing Performance of McDonald's being decrease. Mass Communication Strategy consisted of Advertising, Sales Promotion, Events and Experiences, and Public Relations. This research aims to observe the influence of Mass Communication Strategy on Marketing Performance and to observe which elements that dominant in influencing Marketing Performance. The author uses quota sampling method by 100 respondents. There are some findings from this research, first, Mass Communication Strategy influences Marketing Performance. Second, Events and Experiences is the elements that influence strongly on Marketing Performance.

Keywords: *Mass Communication Strategy, Marketing Performance*

1. PENDAHULUAN

McDonald's merupakan restoran cepat saji yang telah berdiri lebih dari 50 tahun dan telah memiliki lebih dari 36.000 gerai di seluruh dunia. Strategi pemasaran yang difokuskan oleh McDonald's yaitu dengan mengutamakan pelayanan serta dengan menyediakan banyak gerai untuk mempermudah menjangkau konsumen. McDonald's menawarkan banyak varian menu dengan harga yang terjangkau dengan segmentasi restoran cepat saji untuk keluarga dan anak muda (mcdonalds.co.id). Namun, dalam satu tahun terakhir ini Kinerja Pemasarannya menurun, hal ini dapat terlihat dari penjualan McDonald's secara global turun 0,6 persen hingga April 2015 dan turun 3,8 persen di Asia (insideretail.asia). Selain itu, McDonald's akan menutup lebih dari 700 gerainya di seluruh dunia. Gordon (2015) menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan oleh McDonald's terlalu berfokus pada internal, hal ini menyebabkan tidak adanya persepsi yang segar yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di McDonald's (news.okezone.com).

Dilihat dari fenomena di atas, strategi pemasaran yang kurang tepat yang dilakukan McDonald's menyebabkan kinerja pemasaran yang tidak optimal. Kurangnya perhatian McDonald's terhadap Strategi Komunikasi Masa disinyalir menjadi salah satu penyebab Kinerja Pemasaran McDonald's yang tidak optimal. Strategi Komunikasi Masa penting dilakukan karena perusahaan dapat memperkenalkan produk barunya serta dapat mengingatkan kembali pada konsumen mengenai keberadaan dari produk yang telah ada, maka, konsumen akan cenderung memilih untuk membeli produk dari promosi yang disajikan oleh perusahaan (Morgan, 2011:107).

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Strategi Komunikasi Masa terhadap Kinerja Pemasaran dan untuk mengetahui Faktor Strategi Komunikasi Masa mana yang dominan terhadap Kinerja Pemasaran.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan sebagai seni dan ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang memilih target pasar. Selain itu, manajemen pemasaran membahas tentang mendapatkan, menjaga, dan meningkatkan pelanggan dengan cara menciptakan, mengantarkan, dan mengkomunikasikan apa yang diinginkan oleh pelanggan. (Kotler, 2012). Selain itu, American Marketing Association (2007) dalam Tjiptono dan Chandra (2012:15) mendefinisikan pemasaran sebagai aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

2.2. Strategi Komunikasi Masa

Kotler dan Keller (2012) membagi Strategi Komunikasi Masa menjadi empat, yaitu Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Acara dan Pengalaman (*events and experiences*), dan Hubungan Masyarakat (*public relations*). Selain itu, Nour (2014:146) menjelaskan bahwa Periklanan (*advertising*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Acara dan Pengalaman (*events and experiences*), dan Hubungan Masyarakat (*public relations*) dapat diukur melalui beberapa indikator. Berikut ini penjelasan lebih lanjut mengenai pengukurannya:

A. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah salah satu bentuk komunikasi non-personal dengan menggunakan televisi, surat kabar, majalah, televisi, radio, dll. Selain itu, iklan juga dapat diimplementasikan sebagai bentuk sponsor terhadap suatu acara. (Kotler. & Keller, 2006; Mualla, 2007). Aktivitas promosi ini dapat diukur melalui:

- a. media iklan yang digunakan,
- b. ukuran iklan,
- c. durasi iklan,
- d. teknis dari beriklan,
- e. frekuensi iklan,
- f. isi iklan.

B. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah suatu usaha atau aktivitas pemasaran atau non pemasaran yang dilakukan pada satu waktu tertentu untuk menstimulasi peningkatan permintaan atau untuk menunjukkan dari keberadaan suatu produk (obydat, 2004). Aktivitas promosi ini dapat diukur dengan:

- a. penghargaan yang diperoleh dari individu atau organisasi,
- b. promosi pada paket-paket acara,
- c. penawaran paket-paket ekonomis,
- d. program promo potongan harga,
- e. keragaman promosi,
- f. hadiah gratis,
- g. durasi program promosi,
- h. metode penyebaran promosi,
- i. kredibilitas konsumen terhadap program promosi.

C. Acara dan Pengalaman (*Events and Experiences*)

Penjualan dalam suatu acara/event. Terdapat dua pengukuran dari **events** yaitu:

- a. *Supply side-method* seberapa banyak acara yang dilakukan oleh perusahaan

- b. *Demand side method* yaitu bagaimana pengetahuan konsumen mengenai suatu produk dengan adanya acara perusahaan dilakukan.
- c. Pengukuran *experiences* yaitu bagaimana konsumen dapat memperkaya pengalaman.

D. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat merupakan aktivitas dalam membangun relasi yang baik antara perusahaan dan konsumen. Hal ini dilakukan guna mendapatkan kepuasan dan keterikatan satu sama lain, baik secara internal maupun eksternal. Hubungan masyarakat diimplementasikan dengan cara membuat kebijakan dan program yang berdasarkan pada pertanggung jawaban sosial dan dengan berkerja sama dengan media untuk membangun citra merek yang baik. Kegiatan hubungan masyarakat juga meliputi segala aktivitas perusahaan dalam mendapatkan dan meningkatkan citra dari komunitas seperti mendorong dan berpartisipasi secara positif dalam masyarakat, lingkungan hidup, kesehatan, dan isu publik (Lovelock & Wirtz, 2004). Aktivitas promosi ini dapat diukur melalui:

- a. area aktivitas sosial seperti mendorong bisnis masyarakat dan pemberian santunan,
- b. memberi *support* pada tim dan klub olah raga,
- c. mendorong konsumen untuk tetap loyal,
- d. menerima keluhan dan kritik konsumen,
- e. menyelesaikan masalah dan isu,
- f. partisipasi pada lingkungan hidup dan kesehatan.

2.3. Kinerja Pemasaran

Morgan (2011) menjelaskan bahwa komunikasi yang baik dengan konsumen sangat penting karena dapat menghantarkan Nilai Konsumen. Kemampuan dalam komunikasi meliputi komponen-komponen Strategi Komunikasi Masa. Dalam mengukur Kinerja Pemasaran pada Komunikasi Masa dapat diukur dari beberapa poin berikut:

- a. perusahaan menyampaikan atau mengenalkan berbagai keuntungan dari produk baru;
- b. bagaimana perusahaan mengingatkan kembali mengenai berbagai produk terhadap konsumen;
- c. seberapa sering konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan eksploratif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh Strategi Komunikasi Masa terhadap Kinerja Pemasaran pada McDonald's. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat dari bulan Oktober-November 2015. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang ditentukan dengan metode *quota sampling*. Teknik analisis data dilakukan dengan model analisis regresi berganda dengan program SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkuman hasil analisis model regresi diperoleh hasil seperti pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Rangkuman Model Regresi Linier Berganda
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 ^a	,316	,287	,66861

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, diperoleh nilai korelasi ganda sebesar 0,562. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang moderat antara Strategi Komunikasi Masa dengan Kinerja Pemasaran. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,316. Hal ini menunjukkan bahwa model tersebut dapat menjelaskan variasi data yang ada sebesar 31,6 persen. Dengan kata lain, terdapat pengaruh periklanan (X1), promosi penjualan (X2), acara dan pengalaman (X3), dan hubungan masyarakat (X4) secara bersama-sama terhadap Kinerja Pemasaran sebesar 31,6 persen.

Nilai-nilai koefisien regresi hasil pendugaan dengan metode kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square*) terlihat seperti pada Tabel 3.2

Tabel 3.2
Nilai Koefisien Regresi dan Hasil Pengujiannya
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,615	,579		1,062	,291
1 X1	,166	,115	,147	1,451	,150
X2	,147	,147	,113	,995	,322
X3	-,085	,130	-,076	-,655	,514
X4	,636	,105	,560	6,060	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian, 2015 (diolah)

Tabel 3.2 dapat dijelaskan sebagai berikut: Kolom (**B**) menunjukkan nilai-nilai koefisien regresi untuk konstanta dan masing-masing variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4), kolom (**Std. Error**) menunjukkan nilai kesalahan baku untuk parameter koefisien regresi, kolom (**Beta**) menunjukkan besarnya koefisien regresi yang dibakukan atau menunjukkan koefisien jalur, kolom (**t**) menunjukkan nilai t-hitung untuk masing-masing parameter koefisien regresi, dan kolom (**Sig.**) menunjukkan besarnya peluang kesalahan yang terjadi (nilai ini akan dibandingkan dengan (α)).

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi untuk variabel Periklanan (X1) diperoleh sebesar 0,166 dengan nilai t-hitung sebesar 1,451 dan *p-value* sebesar 0,150. Karena *p-value* > 5%, maka H_0 **diterima**. Artinya dengan kepercayaan sebesar 95% dapat dinyatakan bahwa jika faktor lain dianggap tetap, maka Periklanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Promosi Penjualan (X2) diperoleh sebesar 0,147 dengan nilai t-hitung sebesar 0,995 dan *p-value* sebesar 0,322. Karena *p-value* > 5%, maka H_0 **diterima**. Artinya dengan kepercayaan sebesar 95% dapat dinyatakan bahwa jika faktor lain dianggap tetap, maka promosi penjualan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Acara dan Pengalaman (X3) diperoleh sebesar -0,085 dengan nilai t-hitung sebesar 0,655 dan *p-value* sebesar 0,514. Karena *p-value* > 5%, maka H_0 **diterima**. Artinya dengan kepercayaan sebesar 95% dapat dinyatakan bahwa jika faktor lain dianggap tetap, maka publisitas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.
4. Koefisien regresi untuk variabel Hubungan Masyarakat (X4) diperoleh sebesar 0,636 dengan nilai t-hitung sebesar 6,060 dan *p-value* sebesar 0,000. Karena *p-value* < 5%, maka H_0

ditolak. Artinya dengan kepercayaan sebesar 95% dapat dinyatakan bahwa jika faktor lain dianggap tetap, maka Hubungan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Pengujian secara simultan dilakukan dengan analisis varians (ANOVA- *Analysis of Variance*) menggunakan statistik uji-F. Bentuk tabel analisis varians telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Hasil perhitungan dengan bantuan paket program *SPSS for Windows* untuk analisis ragam dan hasil pengujiannya diperoleh hasil seperti pada Tabel 3.3

Tabel 33
Analisis Varians dan Hasil Pengujiannya
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,633	4	4,908	10,980	,000 ^b
	Residual	42,469	95	,447		
	Total	62,102	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian, 2015(diolah)

Tabel 3.3 dapat dijelaskan sebagai berikut: untuk kolom (model) menunjukkan sumber variasi, kolom (**Sum of Square**) menunjukkan jumlah kuadrat, kolom (**df**) menunjukkan derajat bebas, kolom (**Mean Square**) menunjukkan rata-rata jumlah kuadrat atau jumlah kuadrat dibagi derajat bebas, kolom (**F**) menunjukkan nilai F-hitung, dan kolom (**Sig.**) menunjukkan nilai p-value atau peluang kesalahan yang terjadi. Untuk membuat kesimpulan dapat digunakan nilai F-hitung yang dibandingkan dengan F-tabel, atau digunakan p-value yang dibandingkan dengan □.

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 10,980 atau nilai *p-value* (Sig.) sebesar 0,000, karena nilai *p-value* < □ **ditolak.** Artinya, pada taraf nyata sebesar 5% dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Strategi Komunikasi Masa secara bersama-sama terhadap Kinerja Pemasaran di McDonald's.

Jadi, hipotesis yang menyatakan bahwa “tidak ada pengaruh Strategi Komunikasi Masa terhadap Kinerja Pemasaran” ditolak, sedangkan hipotesis yang menyatakan bahwa “ada pengaruh Strategi Komunikasi Masa secara bersama-sama terhadap Kinerja Pemasaran” diterima. Hal ini berarti bahwa Kinerja Pemasaran dipengaruhi oleh Strategi Komunikasi Masa.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Strategi Komunikasi Masa terhadap Kinerja Pemasaran. Artinya semakin baik Strategi Komunikasi Masa, maka Kinerja Pemasaran di McDonald's juga akan semakin baik.

Berikut ini pembahasan mengenai hasil dari penelitian:

1. Strategi Komunikasi Masa memiliki peran yang penting dalam meningkatkan Kinerja Pemasaran. Strategi Komunikasi Masa meliputi Periklanan, Promosi Penjualan, Acara dan Pengalaman, dan Hubungan Masyarakat. Sedangkan, Kinerja Pemasaran dapat dilihat dari bagaimana perusahaan menyampaikan atau mengenalkan berbagai keuntungan dari produk baru; bagaimana perusahaan mengingatkan kembali mengenai berbagai produk terhadap konsumen; dan seberapa sering konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk.

McDonald's perlu memfokuskan strategi pemasarannya pada Strategi Komunikasi Masa. Hal ini perlu dilakukan guna menarik banyak konsumen serta menjaga konsumen yang loyal agar tetap melakukan pembelian di McDonald's.

2. Strategi Komunikasi Masa McDonald's memiliki berbagai macam variasi nilai. Adapun rincian dari nilai (persen) dari masing-masing variabel, yaitu:

- a. Variabel Periklanan

Pada variabel Periklanan, indikator yang dipersepsikan paling tinggi oleh konsumen yaitu pada teknis iklan dan isi iklan yaitu sebesar 33 % dan nilai yang paling kecil yaitu pada media iklan sebesar 14 %. Dalam hal ini dapat terlihat bahwa, persepsi konsumen mengenai teknis iklan seperti bagaimana metode McDonald's dalam menyampaikan iklannya dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Selain itu, isi dari iklan yang disampaikan oleh McDonald's dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Sementara itu, konsumen kurang menerima media iklan yang digunakan oleh McDonald's dalam menyampaikan promosi-promosi produknya.

- b. Variabel Promosi Penjualan

Pada Variabel Promosi Penjualan, indikator yang dipersepsikan oleh konsumen yang paling tinggi yaitu pada Hadiah/*Merchandise* dengan nilai 29 %. Sedangkan, indikator yang dipersepsikan yang paling rendah yaitu pada Potongan Harga sebesar 25% jika dihitung dari skala likert 1 – 2. Maka, dapat diinterpretasikan bahwa konsumen menyukai dengan program pemberian hadiah dari McDonald's. McDonald's melakukan strategi pemberian hadiah untuk anak-anak sudah dimulai dari tahun 1990. Hal ini diimplementasikan agar anak-anak lebih mengenal McDonald's dibandingkan kompetitor lainnya, maka ketika mereka beranjak dewasa, merek McDonald's akan selalu diingat oleh konsumen. Selain itu, anak-anak merupakan segmentasi yang mudah dipengaruhi untuk melakukan pembelian. Maka, dalam hal ini McDonald's sukses dalam melakukan promosi penjualan. Namun, konsumen kurang mempersepsikan dengan baik mengenai Potongan Harga. Hal ini membuktikan bahwa harga yang ditawarkan oleh McDonald's tidak dapat bersaing baik dengan kompetitornya. Konsumen menganggap bahwa harga yang ditawarkan oleh McDonald's sama atau bahkan lebih mahal dari kompetitornya.

- c. Variabel Acara dan Pengalaman

Pada Variabel Acara dan Pengalaman, indikator yang dipersepsikan paling tinggi oleh konsumen yaitu pada iklan McDonald's yang dapat menambah pengalaman tersendiri bagi konsumen yaitu sebesar 35%. Sedangkan, indikator yang dipersepsikan paling rendah yaitu Frekuensi Acara dengan nilai 16 %. Hal ini membuktikan bahwa konsumen merasakan sesuatu yang baru ketika mereka melihat iklan dari McDonald's. Namun, konsumen berpersepsi kurang baik mengenai Frekuensi Acara yang diadakan oleh McDonald's. Konsumen menganggap bahwa acara-acara yang bersifat promosi masih kurang.

- d. Variabel Hubungan Masyarakat

Pada Variabel Hubungan Masyarakat, indikator yang dipersepsikan paling tinggi oleh konsumen yaitu pada Tanggapan terhadap Keluhan dan Kritik dengan sebesar 32%. Sedangkan, indikator yang paling rendah yaitu pada Mendorong Tim/Klub Olah Raga dengan sebesar 9%. Dari penjelasan tersebut membuktikan bahwa konsumen berpersepsi baik mengenai tindakan McDonald's ketika menerima keluhan dan kritik dari konsumen. Namun, konsumen berpersepsi kurang baik mengenai peranan McDonald's terhadap *support* di bidang olah raga. *Support* atau dukungan terhadap bidang olah raga meliputi peranan McDonald's dalam mensponsori suatu tim di bidang olah raga.

e. Variabel Kinerja Pemasaran

Pada variabel Kinerja Pemasaran, indikator yang dipersepsikan paling tinggi yaitu pada tingkat frekuensi pembelian yaitu sebesar 29%. Sedangkan indikator yang dipersepsikan paling rendah yaitu pada Pengenalan terhadap Produk Baru dengan sebesar 32%, jika dilihat dari skala likert dari 1 – 3. Dari gambaran tersebut dapat diinterpretasikan bahwa konsumen melakukan pembelian ulang ketika mereka mendapatkan informasi mengenai produk-produk McDonald's. Konsumen menganggap bahwa kegiatan komunikasi masa yang dilakukan oleh McDonald's membuat mereka terpengaruh untuk melakukan pembelian ulang. Sementara itu, konsumen masih menganggap kurang baik mengenai usaha dari McDonald's dalam memperkenalkan produk barunya.

5. SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan beberapa poin penting, di antaranya yaitu:

- 1 Hasil pengujian secara simultan menunjukkan semakin baik Strategi Komunikasi Masa, maka Kinerja Pemasaran di McDonald's juga akan semakin baik.
- 2 Strategi Komunikasi Masa Periklanan yang dilakukan oleh McDonald's menunjukkan bahwa konsumen menerima dengan baik bagaimana teknis dan isi iklan McDonald's, sedangkan konsumen menganggap bahwa media iklan dalam berpromosi yang dilakukan oleh McDonald's masih kurang.
- 3 Strategi Komunikasi Masa Promosi Penjualan, konsumen berpersepsi bahwa pemberian Hadiah/*Merchandise* dari McDonald's merupakan metoda yang baik dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Namun, konsumen masih berpersepsi kurang baik mengenai program-program Potongan Harga yang diberikan oleh McDonald's kepada konsumen.
- 4 Strategi Komunikasi Masa Acara dan Pengalaman, menunjukkan bahwa konsumen dapat menambah pengalaman tersendiri ketika melihat iklan-iklan yang disajikan oleh McDonald's. Sementara itu, konsumen masih berpersepsi kurang baik mengenai Frekuensi Acara yang dilakukan oleh McDonald's.
- 5 Strategi Komunikasi Masa Hubungan Masyarakat, yang dipersepsikan paling tinggi oleh konsumen yaitu pada Tanggapan McDonald's terhadap Keluhan dan Kritik. Sedangkan, konsumen menganggap bahwa Dorongan/*Support* McDonald's terhadap Tim/Klub Olah Raga masih kurang baik.
- 6 Kinerja Pemasaran, yang dipersepsikan paling tinggi yaitu pada tingkat frekuensi pembelian konsumen terhadap McDonald's. Sedangkan yang dipersepsikan paling rendah yaitu pada bagaimana McDonald's melakukan Pengenalan terhadap Produk Baru terhadap konsumen.

Dari hasil penelitian, menunjukan bahwa Kinerja Pemasaran McDonald's turun karena media iklan yang digunakan oleh McDonald's masih kurang baik, program potongan harga, frekuensi acara, dorongan/support terhadap tim olah raga, serta pengenalan produk baru. Maka, hendaknya McDonald's memilih media iklan yang baik dalam mengenalkan produknya kepada konsumen, McDonald's perlu memberikan banyak Potongan Harga dari setiap produk-produknya, Frekuensi Acara perlu dilakukan lebih banyak oleh McDonald's dalam mengenalkan produknya kepada konsumen baru maupun konsumen yang loyal. Hal ini perlu dilakukan agar konsumen tidak mengalami kebosanan ketika mendapatkan informasi yang baru mengenai produk-produk McDonald's, dorongan/*Support* terhadap Tim/Klub Olah Raga perlu difokuskan oleh McDonald's karena ketika konsumen memiliki tim favoritnya,

kemudian tercantum nama sponsor, hal ini dapat mempengaruhi persepsi positif konsumen terhadap suatu produk, terahir, McDonald's perlu memperhatikan bagaimana cara untuk memperkenalkan Produk Baru terhadap konsumen. Produk-produk baru tersebut harus dapat dengan mudah diterima oleh konsumen karena produk yang sudah ada dari McDonald's sangat banyak, maka ketika McDonald's memperkenalkan produk baru harus dilakukan dengan baik.

6. REFERENSI

- [1] [Http://www.insideretail.asia/2015/05/11/mcdonalds – global – comparable – sales – decrease](http://www.insideretail.asia/2015/05/11/mcdonalds-global-comparable-sales-decrease). Diakses tanggal 3 Oktober 2015.
- [2] [Http://www.mcdonalds.co.id](http://www.mcdonalds.co.id). Diakses tanggal 3 Oktober 2015.
- [3] [Http://News.okezone.com/read/2015/06/20/18/1168669/kalah – saing – mcdonald –s – tutup – ratusan – restoran](http://News.okezone.com/read/2015/06/20/18/1168669/kalah-saing-mcdonald-s-tutup-ratusan-restoran). Diakses tanggal 3 Oktober 2015.
- [4] Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management 14E*. Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey.
- [5] Morgan, A. Neil. 2011. *Marketing and Business Performance*.J. of the Acad. Mark. Sci. Vol 40. Hal:102–119.
- [6] Nour, et al. 2014. *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions*. CS Canada International Business and Management.Vol. 8. No. 2. Hal: 143-151.
- [7] Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik ed. 2*. Andi. Yogyakarta.

KINERJA PEMASARAN UNGGUL MELALUI STRATEGI PEMASARAN UNGGUL (Studi pada PT.Telkom International)

Heru Basuki Purwanto¹⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Manajemen Sekolah Pasca Sarjana

Universitas Pendidikan Indonesia

¹⁾Email: herbas76@student.upi.edu

Abstract

Kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat, menuntut setiap perusahaan untuk secara terus menerus meningkatkan keunggulan bersaing di industrinya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat dengan sasaran pencapaian kinerja pemasaran yang tinggi yang diukur dari pencapaian tingkat penjualan, kepuasan, kesetiaan dan laba perusahaan sesuai yang telah ditetapkan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap pencapaian kinerja pemasaran perusahaan. Survei dilakukan melalui metoda kuesioner kepada 100 karyawan PT.Telkom International. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Models (SEM). Hasilnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pencapaian kinerja pemasaran. Bagi perusahaan yang ingin meningkatkan daya saing dan tetap bertahan secara berkesinambungan, harus mengembangkan strategi pemasaran yang dimilikinya secara maksimal untuk mencapai kinerja pemasaran yang unggul seperti yang diharapkan.

Keywords: Strategi Pemasaran, Kinerja Pemasaran

1. PENDAHULUAN

Studi ini dilakukan di PT.Telkom International yang dikenal juga dengan nama TELIN. TELIN adalah salah satu anak usaha PT.Telkom Indonesia, Tbk yang mempunyai tugas khusus mengelola dan mengembangkan bisnis penyediaan layanan telekomunikasi dan strategic investment dalam industri telekomunikasi internasional[1]. Sejak didirikan tahun 2007 sampai dengan saat ini, tahun 2015, TELIN telah mempunyai cabang usaha di 10 negara, yaitu: Singapura, Malaysia, Myanmar, Hongkong, Taiwan, Macau, Timor Leste, Amerika Serikat, Australia dan Saudi Arabia. Demi mencapai misinya, berbagai upaya dan strategi pemasaran telah dilakukan dan hasilnya cukup memuaskan, antara lain, pendapatan usaha TELIN menunjukkan peningkatan secara signifikan. Tetapi apabila dicermati secara lebih jauh, ternyata pertumbuhan pendapatan tersebut tidak diikuti oleh laju pertumbuhan laba usaha yang memadai. Sebagai contoh, pertumbuhan pendapatan usaha pada tahun 2015 TELIN tumbuh dengan angka sangat meyakinkan, tetapi laba usaha perusahaan ternyata tumbuh negatif sebesar 30,9%. Hal ini antara lain disebabkan oleh kenaikan beban usaha yang sebesar 37,4%, lebih besar dari tingkat pertumbuhan pendapatannya, sebesar 21,3%, dibanding tahun 2014,[1]. Inilah yang menjadi permasalahan TELIN saat ini

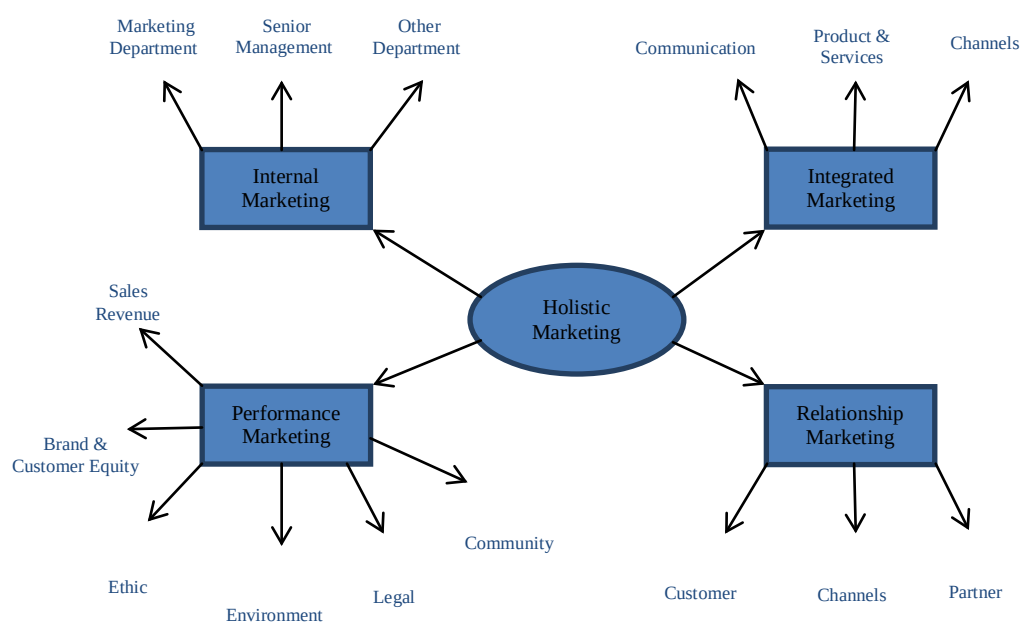
Tuntutan persaingan bisnis yang terus meningkat, memaksa banyak perusahaan untuk secara terus menerus mencari cara bagaimana meningkatkan daya saing agar perusahaan dapat tetap bersaing dan bertahan di industrinya. Persaingan antar perusahaan domestik maupun asing yang semakin tinggi, telah memaksa beberapa perusahaan untuk mencoba mengembangkan usahanya ke pasar internasional dan keputusan tersebut bukan tidak beresiko, pada kenyataannya telah berdampak pada peningkatan biaya pemasaran dan sekaligus mempersempit margin keuntungan[2]. Perusahaan yang beroperasi di pasar global, harus mempertimbangkan hal-hal penting berikut ini sebelum memutuskan masuk ke pasar global, yaitu: negara mana yang akan dimasuki, bagaimana cara masuknya (sebagai eksportir, pemegang lisensi, joint venture, kontrak kerja sama atau menjalankan sendiri usahanya), bagaimana mengadaptasi fitur produk dan layanan bagi setiap negara, bagaimana menetapkan tarif pada negara yang berbeda-beda, dan bagaimana merancang komunikasi untuk berbagai budaya yang

berbeda- beda. Tidak cukup itu, perusahaan juga masih harus menghadapi persyaratan ketat untuk melakukan berbagai transaksi, seperti melakukan pembelian maupun penjualan property. Dapat dipastikan perusahaan akan menghadapi permasalahan budaya, bahasa, hukum, politik, dan juga fluktuasi mata uang[2].

Berkaitan dengan penelitian ini, penulis selanjutnya penulis akan lebih fokus kepada bagaimana perusahaan dapat tetap mempertahankan bisnisnya di lingkungan industri yang dan berubah sangat cepat dan dinamis seperti sekarang ini, dengan meninjau peran dan pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap pencapaian kinerja pemasaran perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk menggali data dan informasi serta mengetahui sampai sejauh mana pengaruh penerapan strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran perusahaan. Hasil penelitian diharapkan disamping bermanfaat bagi ilmu pengetahuan juga dapat dipergunakan sebagai rujukan bagi dunia bisnispraktis perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR

Di era perubahan lingkungan industry yang sangat cepat dan penuh ketidakpastian seperti sekarang ini, perusahaan harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya [3] sehingga hasil strategis yang diinginkan, yaitu daya saing dan profitabilitas yang tinggi dapat dicapai (Hitt, Ireland dan Hoskisson, 2001). Demikian juga dengan strategi pemasaran, antara lain dengan munculnya konsep Holistic Marketing yang disusun berdasarkan pengembangan, perancangan, dan penerapan program- program, proses, dan aktivitas pemasaran dengan memperhatikan peran dan interdependensi setiap elemen tersebut satu sama lain. Pemasaran holistik, mengakui bahwa segala sesuatu itu penting bagi pemasaran serta diperlukan keluasan cara pandang yang lebih terintegrasi. Oleh karena itu, pemasaran holistik menampung dan menggabungkan lingkup dan kompleksitas kegiatan pemasaran secara bersamaan[2].

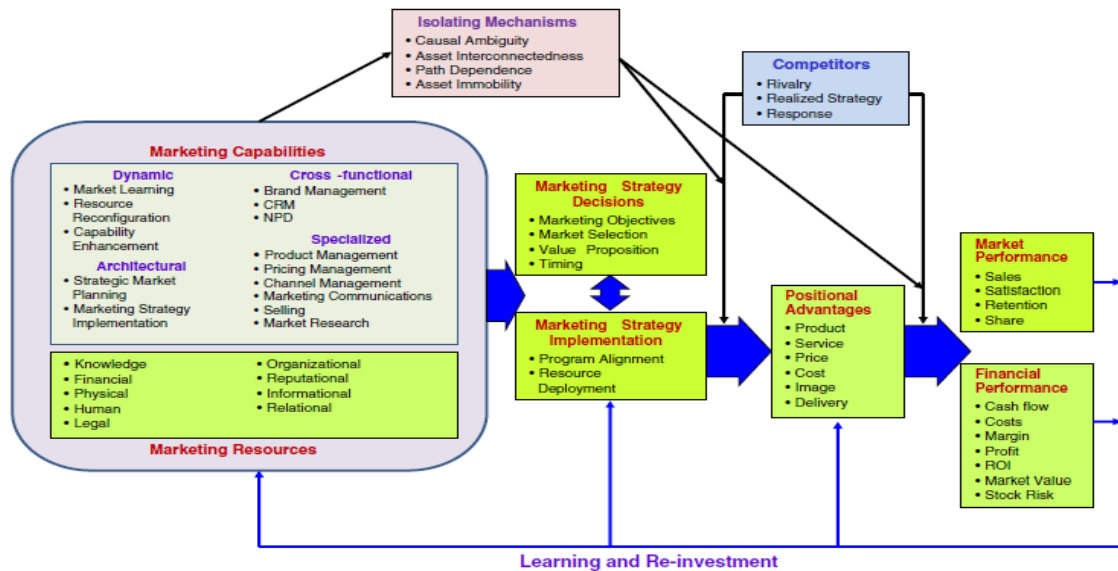


Gambar 1. Dimensi Pemasaran Holistik (Kotler & Keller, 2013)

Rujukan teori lainnya yang digunakan adalah teori hubungan antara pemasaran dengan kinerja bisnis seperti ditunjukkan pada Gambar.2. Pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa strategi pemasaran dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu Strategi Pemasaran Pengambilan Keputusan, (Marketing Strategy Decision, dan Strategi Pemasaran Penerapan, (Marketing Strategy Implementation). Strategi

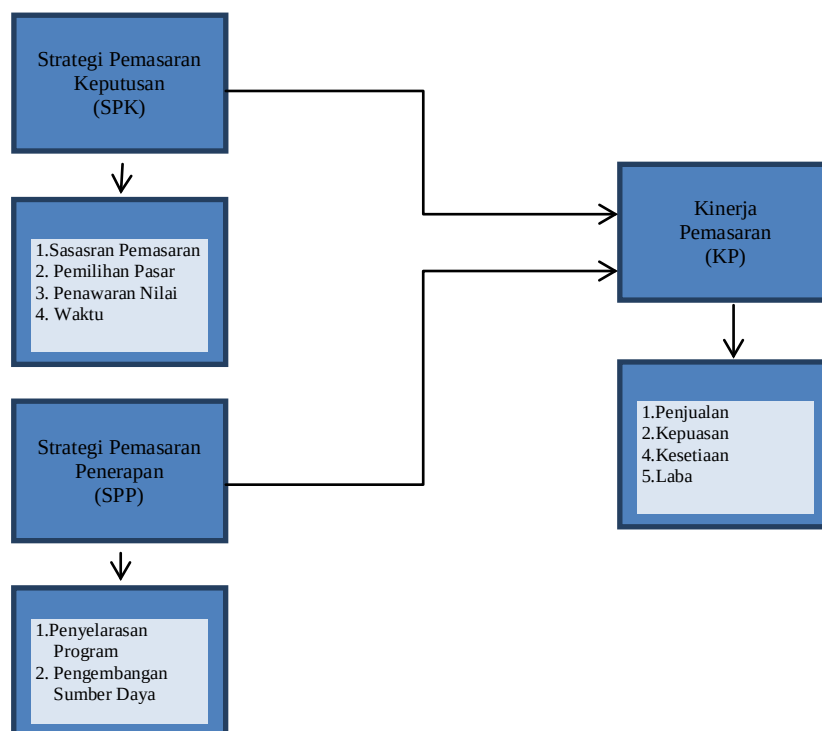
pemasaran keputusan (SPK) terdiri dari: Sasaran pemasaran (Marketing objective), Pemilihan pasar (Market selection), Penawaran nilai (Value proposition) dan Waktu (Timing). Sedangkan strategi pemasaran penerapan (SPP), terdiri dari: Penyelarasan Program (Program alignment) dan Pengembangan Sumberdaya (Resource deployment)

Kinerja pemasaran (Marketing performance) merupakan tujuan yang ingin dicapai, dapat diukur dari indikator- indikator berikut, yaitu: Penjualan (Sales), Kepuasan (Satisfaction), Kesetiaan (Retention) dan Laba(Share)



Gambar 2. Kerangka Konsep Hubungan Antara Pemasaran dan Kinerja Bisnis [4]

Dengan fokus penelitian hanya pada hubungan antara strategi pemasaran dengan kinerja pemasaran (KP), maka susunan pada Gambar 2, dapat digambar ulang seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar.3 Kerangka Hubungan Antara Strategi Pemasaran Dengan Kinerja Pemasaran

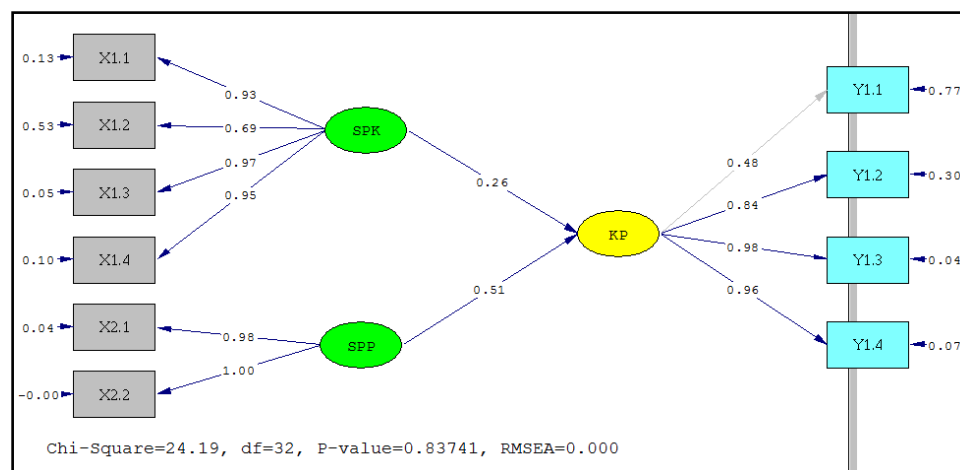
3. METODA PENELITIAN

3.1. Kajian Obyek Riset

Penelitian ini merupakan penelitian survai yang didukung dengan alat bantu kuesioner yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Lokasi penelitian dilakukan di PT Telkom Indonesia (TELIN). Responden dalam penelitian ini adalah karyawan TELIN khususnya yang terlibat dalam marketing. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang diambil secara accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan analisis model persamaan struktural (SEM). Penggunaan SEM memungkinkan peneliti untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, mengkonfirmasi ketepatan model sekaligus menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain [5]. Teknik pengolahan data dilakukan dengan bantuan paket program Lisrel 8.70 for Windows.

3.2. Aplikasi Penerapan Kajian terhadap Obyek

Setelah dilakukan analisis faktor konfirmatori (CFA) terhadap masing-masing variabel dan diperoleh indikator yang valid dan reliabel, selanjutnya dilakukan analisis full model struktural. Hasil pendugaan parameter pada pembentukan model struktural ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Pendugaan Full Model.

Nilai-nilai faktor loading pada masing-masing indikator pembentuk variabel laten sudah valid karena lebih besar dari 0,5. Dilihat dari nilai-nilai parameter yang ada terlihat bahwa hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen semua positif (Gambar 3). Gambar tersebut juga menunjukkan besarnya pengaruh faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu terhadap perilaku pemilih dan keputusan memilih. Nilai *loading factor* pada masing-masing indikator menunjukkan besarnya indikator tersebut dalam menjelaskan variabel latennya. Variabel Strategi Pemasaran Keputusan (SPK) dibentuk oleh empat indikator, yaitu Sasaran Pemasaran (X1.1), Pemilihan Pasar (X1.2), Penawaran Nilai (X1.3) dan Waktu (X1.4). Keempat indikator tersebut menjelaskan variabel SPK dan semuanya valid (lebih dari 0,5) dimana indikator penawaran nilai (X1.3) memiliki kontribusi yang paling dominan diantara indikator lainnya. Variabel Strategi Pemasaran Penerapan (SPP) dibentuk oleh dua indikator, yaitu Penyelarasan Program (X2.1), dan Pengembangan Sumber Daya (X2.2). Kedua indikator tersebut menjelaskan variabel SPP dan semuanya valid (lebih dari 0,5) dimana indikator Pengembangan Sumber Daya (X2.2) memiliki kontribusi yang paling dominan diantara indikator lainnya. Variabel Kinerja Pemasaran (KP) dibentuk oleh empat indikator, yaitu Penjualan (Y1.1), Kepuasan (Y1.2), Kesetiaan (Y1.3) dan Laba (Y1.4). Keempat indikator tersebut menjelaskan variabel KP dan semuanya valid, dimana indikator Kesetiaan (Y1.3) memiliki kontribusi

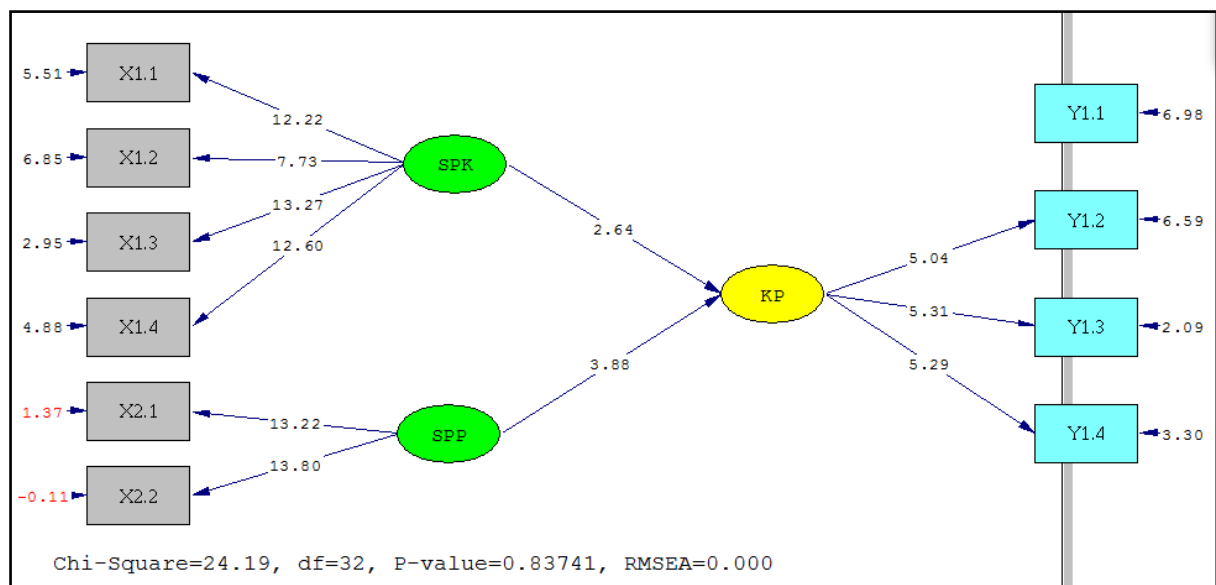
yang paling dominan diantara indikator lainnya. Nilai *Goodnes of Fit*(GOF) model struktural yang terbentuk dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai GOF pada Full Model Struktural.

No	Kriteria	Nilai Batas	Hasil	Kesimpulan
1	Significance probability X^2 -chi square	$\geq 0,05$	0,84	Good Fit
2	RMSEA	$\leq 0,08$	0.00	Good Fit
3	GFI	$\geq 0,90$	0.95	Good Fit
4	AGFI	$\geq 0,90$	0,92	Good Fit
5	CFI	$\geq 0,90$	1,00	Good Fit
6	NNFI/TLI	$\geq 0,90$	1,01	Good Fit
7	NFI	$\geq 0,90$	0,98	Good Fit
8	RMR	$\leq 0,05$	0.02	Good Fit

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Berdasarkan Tabel 1. mengindikasikan bahwa model yang terbentuk memiliki *goodness of fit* yang baik, karena memiliki nilai-nilai, RMSEA, GFI, AGFI, CFI, TLI, dan NFI yang memenuhi nilai *good fit*, sehingga model yang di peroleh memiliki *goodness of fit* yang baik. Bahkan nilai *chi square* pun terpenuhi, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai GOF yang lain akan terpenuhi [5]. Hasil pengujian parameter untuk analisis full model truktural ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Pengujian Full Model Struktural.

Pada Gambar 5. terlihat bahwa semua indikator pembentuk variabel laten dan hubungan struktural antar variabel sudah signifikan (nilai t lebih besar dari 1,96). Hasil pengujian masing-masing parameter untuk melihat hubungan struktural antara variabel laten terlihat seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hubungan Antar Variabel Laten.

Variabel Endogen		Variabel Eksogen	Estimate	S.E.	t- Value	Ket.
Kinerja Pemasaran (KP)	<---	Strategi Pemasaran Keputusan (SPK)	0,26	0,098	2,64	Signifikan
Kinerja Pemasaran (KP)	<---	Strategi Pemasaran Penerapan (SPP)	0,51	0,13	3,88	Signifikan

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Pada Table 2. terlihat bahwa faktor-faktor strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan (t-value lebih dari 1,96) terhadap Kinerja Pemasaran. Faktor penerapan strategi pemasaran memiliki pengaruh yang dominan terhadap kinerja pemasaran

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa faktor strategi pemasaran baik keputusan strategi pemasaran (SPK) maupun penerapan strategi pemasaran (SPP) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Hal ini ditandai dengan hasil pengujian hipotesis yang diperoleh nilai-t sebesar 2,64 untuk SPK dan 3,88 untuk SPP yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran baik keputusan maupun penerapannya akan meningkatkan kinerja pemasaran.

Hasil ini berarti bahwa strategi yang berkualitas dapat menimbulkan daya terima pelanggan terhadap tingkatan kualitas dan kinerja. Kinerja pemasaran diidentifikasi sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja strategi yang diimplementasikan dengan volume penjualan, pertumbuhan penjualan dan tingkat laba perusahaan.

Penelitian ini mendukung konsep yang diungkapkan oleh[6], bahwa strategi pemasaran mempunyai implikasi yang penting untuk berinteraksi antara perusahaan dan konsumen, sebagai kunci untuk mendapatkan dan mengidentifikasi tujuan perusahaan, kepuasan dan kebutuhan pelanggan dengan baik dibandingkan dengan pesaing.

Strategi pemasaran adalah proses manajerial dibidang pemasaran untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, *skill, knowledge, resources*, sesuai dengan peluang dan ancaman pada pasar yang selalu berubah-ubah dan bertujuan untuk menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.

5. SIMPULAN

5.1. Simpulan

Strategi pemasaran adalah salah satu strategi yang penting untuk membantu meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi era global. Oleh karena itu, strategi pemasaran sebagai alat

fundamental yang harus dirancang dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Strategi pemasaran dapat digunakan sebagai panduan bagi para manajer didalam melakukan tugasnya untuk mencapai target perusahaan. Dalam penyusunan dan penerapan strategi dapat dilakukan dengan mengkombinasikan beberapa strategi secara bersama-sama sehingga menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

Keputusan maupun pelaksanaan strategi pemasaran yang tepat, berdampak positif terhadap kinerja pemasaran TELIN. Dengan melakukan penyesuaian program yang ada dengan program-program lainnya secara terintegrasi serta memperhatikan semua sumber daya terkait yang dimiliki seperti kesiapan SDM, logistik dan lainnya, maka diharapkan, pencapaian kinerja pemasaran akan tinggi namun efektif dan efisien sesuai target yang ditetapkan

5.2. Saran

Untuk dapat meningkatkan kinerja pemasaran TELIN secara efektif, disarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Perusahaan harus menyusun sebuah program strategi pemasaran yang terintegrasi melalui pemilihan pasar, penawaran produk, serta waktu yang tepat.
2. Perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui penyesuaian program pemasaran dengan sumber daya yang ada.
3. Perusahaan harus mengukur tingkat kepuasan pelanggan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan layanan TELIN

6. REFERENSI

- [1] "Laporan Tahunan PT. Telkom International," Jakarta, 2014.
- [2] K. K. Kotler P, *Marketing Management*. Pearson Horizon, 2013.
- [3] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, Fifteenth. England: Pearson Education Limited, 2014.
- [4] N. a. Morgan, "Marketing and business performance," *J. Acad. Mark. Sci.*, vol. 40, no. 1, pp. 102–119, 2012.
- [5] M. Gunarto, *Membangun Model Persamaan Struktural (SEM) dengan Program Lisrel*. Palembang: Tunas gemilang Press, 2013.
- [6] W. Craven, D, *Pemasaran Strategis*, Edisi keem. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996.

RELEVANSI PENDIDIKAN DITINJAU DARI PERSPEKTIF TAUHID DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN ISLAM

Lily Rahmawati Harahap¹, Rulyanti Susi Wardhani²

¹Dosen FE Universitas IBA Palembang, Mahasiswa Program Doktor Universitas Trisakti

¹harahaplily@gmail.com

²Dosen FE Universitas Bangka Belitung, Mahasiswa Program Doktor Universitas Sriwijaya

²rulyantiwardhani67@gmail.com

Abstract

The purpose of this article is to share about the important of education and education system. With good education which is supported by good education system, then the society of the state will be able to manage the better state. We all know in Indonesia the education is still a luxury and expensive goods for most of Indonesia society, specially for them who lives in the villages. The lack of, specially in input, fund, infrastructures and culture, make some of the society facing difficulty to reach they need of education. To manage the better state, specially in economic sector, the collaboration between government, entrepreneurs and the employees are a must. The state need smart, taft and religious government, entrepreneurs and employees running the economy. All these can be reached if each of them has knowledge in accordance with their specialty. Education is a basic thing to obtain this. Islam is a rahmatan lil 'alamin religion. The Islam knowledge is not only applied by the people who has Islam themselves, but also for all those who are in nature. Generally, education definition from Islam side is a comprehensive relation between human and Allah, human and human, human and nature according to Islamic values. Islam also emphasizes how important increasing ourselves. One of the methode increasing ourselves is increasing person's knowledge by obtain the right of education. Education is a system that applied to increase human life quality in all aspect. No one in this world is not using education as a culture tools and tool for increasing life quality. The importance of having knowledge to every single human being described in several ayat in Al Qur'an. By having knowledge, a human will be spared indecency. Education in Islamic perspective relations to the tawhidi concept. Tawhidi concept explains every factor which influence the education is evolutionary and pervasive complementary. In other words, no factors substitutes other. Tawhidi concept is beginning from process one and through some process until the end of the world. The sources of every process are Al Quran and Sunnah. Moving to process two, process three, and the next, there are an interaction, integration and evolutionary process, to form a circular causation between education and economy.

Keywords: education, islamic education, tawhidi concept.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan adalah suatu sistem yang digunakan untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia dalam semua aspek kehidupan. Berdasarkan sejarah umat manusia, tidak ada seorang manusiapun yang tidak menggunakan pendidikan sebagai alat berbudaya dan alat untuk meningkatkan kualitasnya. Dibutuhkan sektor pendidikan untuk menyiapkan setiap manusia dalam dalam menunjang perannya di masa yang akan datang. Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, yang dimaksud dengan Pendidikan Nasional adalah pendidikan yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang berakar pada nilai-nilai agama, kebudayaan nasional Indonesia dan tanggap terhadap tuntutan perubahan zaman. Di dalam Undang-Undang tersebut salah satu pembahasan berkaitan dengan jalur pendidikan. Yang dimaksud dengan Jalur Pendidikan adalah wahana yang dilalui peserta didik untuk mengembangkan potensi diri dalam suatu proses pendidikan yang sesuai dengan tujuan pendidikan. Pada Undang-Undang tersebut, jalur pendidikan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: 1) *Pendidikan Formal*, adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi; 2) *Pendidikan Non-formal*, adalah jalur pendidikan di

luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang; 3) *Pendidikan Informal*, adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan dalam bentuk kegiatan belajar secara mandiri.

Di Indonesia, sektor pendidikan saat ini masih merupakan suatu produk yang relatif mahal. Permasalahan pendidikan di Indonesia secara umum diidentifikasi dalam empat krisis pokok, yaitu menyangkut masalah kualitas, relevansi, elitisme dan manajemen (Sanaky, 2008). Dengan kata lain, saat ini belum semua masyarakat Indonesia mampu memperoleh kesempatan untuk mendapat pendidikan, khususnya pendidikan tinggi. Jumlah masyarakat yang memperoleh pendidikan tidak sebanding dengan jumlah penduduk Indonesia. Informasi tingkat partisipasi sekolah dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 1.
Tingkat Partisipasi Sekolah

Usia/Tahun	2009	2010	2011	2012
7-12	97,95%	97,97%	97,49%	97,88%
13-15	85,43%	86,11%	87,58%	89,52%
16-18	55,05%	55,83%	57,57%	60,87%
19-24	12,66%	13,67%	13,91%	15,73%

Sumber: bps.go.id (2014).

Dari penelitian Hakim (2012), dengan pendekatan kualitatif naturalistik, dan subjek utama adalah wakil kepala sekolah, guru/wali kelas, siswa dan orang tua siswa menunjukkan bahwa proses internalisasi nilai-nilai Islam terhadap sikap siswa dan perilaku menggunakan pendekatan membujuk dan membiasakan, menumbuhkan kesadaran dan menunjukkan disiplin dan menjunjung tinggi aturan sekolah tersebut. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan penggunaan model kurikulum dan internalisasi nilai-nilai terbukti dapat membentuk sikap siswa dan perilaku yang taat kepada Allah, baik untuk sesama makhluk dan alam, kepribadian yang baik, tanggungjawab, *braveman*, berpikir kritis.

Clarke, Gray dan Mearman (2006), mengemukakan, *If we are to consider the process of marketing education, we should begin with a careful consideration of the aims of education itself. The starting point for this is the philosophy of education, as an educator's aims will flow from that philosophy. There is a danger that this philosophy is buried deep in the subconscious, or once established is pushed to the back of the mind as something which is immutable. A successful process of education though, requires that the educator is aware of, but more importantly, re-examines and re-affirms that philosophy.*

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pendidikan Dalam Islam

Islam merupakan agama rahmatan lil 'alamin. Artinya, ajaran Islam tidak hanya berlaku bagi orang-orang yang memeluk agama Islam itu sendiri, tetapi juga bagi semua makhluk yang ada di alam ini. Semua ajaran tersebut terdapat dalam Al Qur'an dan Hadist. Disebutkan dalam QS Shaad (38): 87, "*Al Qur'an tidak lain hanyalah peringatan bagi semesta alam*". Demikian juga hal yang sama disebut dalam QS At Takwir (81): 27, "*Al Qur'an itu tiada lain hanyalah peringatan bagi semesta alam*". Sementara itu, pada QS Al Anbiyaa' (21): 107 disebutkan, "*Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam*". Ketiga surat di atas secara jelas menyebutkan bahwa segala sesuatu yang berlaku bagi seluruh semesta alam sudah tertulis di dalam Al Qur'an, serta Nabi Muhammad SAW merupakan contoh dan refleksi dari apa yang dijelaskan dalam Al Qur'an bagi seluruh yang ada di semesta alam ini.

Sebagai khalifah di muka bumi, manusia melakukan banyak kegiatan. Salah satunya adalah berusaha untuk mencari rezeki. Beberapa surah dalam Al Qur'an yang menyebutkan tentang kesempatan yang diberikan Allah kepada manusia untuk berusaha antara lain adalah: QS Yunus (10):67, QS Al Furqaan (25):47, QS Al Qashash (28):73, QS Al Mukmin (40):61, QS Al Jumu'ah (62):10. Allah SWT memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada seluruh manusia untuk berusaha demi mencukupkan apa yang mereka perlukan. Untuk mencapai hasil dari usaha yang dilakukan tersebut, setiap manusia memerlukan pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan. Islam menganjurkan setiap manusia untuk memperoleh pendidikan setinggi mungkin dan dalam rangka menghindarkan diri dari kekejian, baik yang dilakukan oleh diri sendiri maupun yang dilakukan oleh orang lain.

Pendidikan Islam pada dasarnya merupakan pendidikan yang berpedoman pada nilai-nilai agama Islam. Secara epistemologi, pendidikan Islam berkaitan dengan tindakan kognitif dalam proses kultural, yaitu tindakan *iktisab al-ma'rifah* (pemerolehan pengetahuan) dan *intaj al-ma'rifah* (produksi pengetahuan) (Arif:2008). Pendidikan dalam Islam dapat diperoleh dalam 2 cara yaitu pendidikan aktif dan pendidikan pasif. Islam menganjurkan untuk memperoleh pendidikan secara aktif dengan berpedoman kepada Al Quran serta mencontoh kepada apa yang dilakukan oleh Rasulullah saw dalam kehidupannya sehari-hari.

Pengertian Ekonomi Islam

Sebagai agama yang merupakan rahmat bagi seluruh alam, Islam selalu berhubungan erat dengan kehidupan yang mengutamakan kesejahteraan yang mencakup kehidupan sosial, politik dan ekonomi. Dari perspektif ekonomi, para muslim percaya bahwa aturan-aturan yang terdapat dalam Islam, baik secara umum maupun khusus, dimaksudkan menuntun hidup manusia dalam mencapai keadilan sosial, kesejahteraan dan pembangunan ekonomi secara menyeluruh (Hasan *et.al.*, 2013). Dengan adanya beberapa ayat di dalam Al Quran yang menjelaskan tentang pentingnya kegiatan berusaha bagi setiap manusia, hal ini menunjukkan kepedulian Islam terhadap kehidupan manusia agar menjadi lebih baik. Usaha yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan yang pada masa ini disebut dengan kegiatan ekonomi. Ilmu Ekonomi Islam sebagai suatu ilmu pengetahuan modern baru mulai dikenal pada tahun 1970-an, tetapi pemikiran tentang ekonomi Islam telah muncul sejak Islam diturunkan melalui Nabi Muhammad SAW. Karena rujukan utama pemikiran ekonomi Islam adalah Al Qur'an dan Hadist, maka pemikiran ekonomi ini munculnya juga bersamaan dengan diturunkannya Al Qur'an dan masa kehidupan Rasulullah SAW, pada abad akhir 6M hingga awal abad 7M. Setelah masa tersebut, banyak sarjana muslim yang memberikan kontribusi karya pemikiran ekonomi, yang memiliki dasar argumentasi religius dan sekaligus intelektual yang kuat serta kebanyakan didukung oleh fakta empiris pada waktu itu dan berpandangan futuristik (P3EI, 2012).

Kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani (*Greek*), yang terdiri dari kata *Oikos*, yang berarti rumah tangga (*household*), serta kata *Nomos*, yang berarti aturan, kaidah atau pengelolaan. Sedangkan dalam bahasa Arab, ekonomi sering diterjemahkan dengan *al-iqtishad*, yang berarti hemat, dengan penghitungan, yang juga mengandung makna rasionalitas dan nilai secara implisit. Menurut Aziz (2008), secara garis besar, definisi ekonomi Islam dapat disederhanakan menjadi tiga pengertian, yaitu: 1) Ekonomi Islam adalah pengetahuan bagaimana menggali dan mengimplementasi sumber daya material untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan manusia, dimana penggalian dan penggunaan itu harus sesuai dengan *syariat* Islam, 2) Ekonomi Islam merupakan bagian dari bentuk usaha duniawi yang bernilai ibadah, juga merupakan suatu *amanah*, yaitu *amanah* dalam melaksanakan kewajiban kepada Allah SWT (*Hablumminallah*) dan kewajiban kepada sesama manusia (*Hablumminannas*), 3) Ekonomi Islam adalah tata aturan yang berkaitan dengan cara memproduksi, distribusi dan konsumsi serta kegiatan lain dalam kerangka mencari *ma'isyah*

(penghidupan individu maupun kelompok/negara) sesuai dengan ajaran Islam (Al Qur'an dan Al Hadits).

Istilah ekonomi Islam berasal dari dua kata, yaitu ekonomi dan Islam. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (2014), ekonomi adalah ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan). Sedangkan pengertian Islam adalah agama yang diajarkan oleh Nabi Muhammad Saw berpedoman pada kitab suci Al Qur'an yang diturunkan ke dunia melalui wahyu Allah Swt. Menurut Sholihin (2010), ekonomi Islam adalah sebuah konsep ekonomi yang bersumber pada Al Qur'an dan Sunnah. Dari Mannan (1997), ilmu ekonomi Islam diartikan sebagai ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu tentang manusia, bukan sebagai individu yang terisolasi, tetapi mengenai individu sosial yang meyakini nilai-nilai hidup Islam. Hal tersebut tercermin pada grafik di bawah ini.

Konsep Dasar Ekonomi Islam

Dalam Islam, yang menjadi tujuan pertama dan yang paling utama adalah mencapai *falah*, yaitu kebahagiaan umat manusia di dunia maupun di akhirat. Konsep Islam tentang *falah* merujuk kepada kebahagiaan spiritual, moral dan sosial ekonomi di dunia dan akhirat. Secara mikro, *falah* merupakan suatu situasi dimana seseorang tercukupi kebutuhan dasarnya dengan baik, serta menikmati kebebasan dan waktu luang yang diperlukan untuk meningkatkan mutu spiritual dan moralnya. Sedangkan secara makro, *falah* menggambarkan masyarakat yang sama derajatnya dan bahagia dengan lingkungannya (Chaudhry, 2012). Dengan demikian, siapapun manusia di muka bumi ini mempunyai hak yang sama untuk mencapai *falah* tersebut, dengan cara dan usaha masing-masing berdasarkan Al Qur'an dan Hadist.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendidikan Dalam Perspektif Tawhidi

Untuk meningkatkan kemampuan masyarakat memperoleh pendidikan, salah satu cara adalah dengan mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor yang dapat mendukung terlaksananya kegiatan perolehan pendidikan tersebut. Terdapat 2 faktor yang utama, yang terdiri dari faktor eksogenous dan faktor endogenous.

1. Faktor Eksogenous.

Faktor eksogenous merupakan faktor pendukung yang berada di luar lingkungan sektor pendidikan itu sendiri, yang mendorong untuk dilaksanakannya kegiatan perolehan pendidikan tersebut. Faktor eksogenous yang dimaksud dalam hal ini adalah anjuran-anjuran tentang pentingnya pendidikan, yang terdapat di dalam Al Quran dan Hadis. Fondasi dari seluruh akar ilmu pengetahuan adalah Tawhid, (yang bersumber dari Al Qur'an), menjelaskan tentang keesaan Allah Swt. Secara hakiki pengertian Tawhid meliputi seluruh hal yang berkaitan dengan keTuhanan, dengan beragam pendapat dari sistem kesatuan ilmu pengetahuan yang diperoleh dengan mengikuti tuntunan Rasulullah (*Sunnah*) dalam semua kegiatan yang ada di seluruh sistem dunia (Choudhury, 2011). Sumber dari seluruh ilmu pengetahuan yang berasal dari Al Qur'an (Ω), yang merupakan petunjuk bagi manusia yang mencakup segala hal secara keseluruhan baik yang ada di langit maupun di bumi. Petunjuk tersebut dilaksanakan dalam kehidupan manusia dengan berpedoman kepada apa yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, yang disebut dengan Sunnah (S). Hal ini menggambarkan adanya suatu konsep yang disebut dengan konsep *Tawhidi String Relation*.

Tawhidi String Relation merupakan suatu metodologi pengembangan ilmu pengetahuan, dimana seluruh sumber ilmu pengetahuan itu berasal dari Al Quran dan Sunnah. Dengan kata lain,

konsep *Tawhidi String Relation* yang berasal dari Al Qur'an dan Sunnah (Ω, S), menggambarkan kesatuan ilmu pengetahuan (Θ), kegiatan yang terus menerus dilakukan, kegiatan yang berkelanjutan, proses pembelajaran, sistem interaksi sosial, integrasi, kerjasama, ketulusan untuk saling melengkapi, serta pemenuhan kebutuhan hidup (Choudhury, 2013). Sumber dari keseluruhan ilmu pengetahuan adalah Al Quran, yang diberi notasi omega (Ω), yang diturunkan bagi seluruh umat manusia di dunia sebagai pedoman hidup. Dalam penerapan kehidupan berdasarkan Al Quran, semua ilmu pengetahuan tersebut dilekatkan dengan *tetha* (Θ), yang merupakan nilai-nilai kebaikan dari unsur etika, moral dan sosial.

Beberapa pengertian umum dalam pengimplementasian konsep *Tawhidi String Relation* adalah: 1) Tidak ada sistem maksimalisasi ataupun optimalisasi, yang ada yaitu sistem simulasi, 2) Adanya Interaksi, Integrasi dan Evolusi (IIE) pada suatu variabel merupakan bagian dari suatu himpunan, dimana di dalamnya terjadi interaksi pada anggota terkecil, lalu membentuk suatu integrasi antar bagian, dan pada akhirnya mengalami perubahan sebagai suatu evolusi, 3) Proses IIE terus berlangsung hingga akhir dunia, dimana proses tersebut membentuk suatu *circular causation* (hubungan sebab akibat yang saling berkaitan sehingga membentuk suatu lingkaran perputaran atau *circular*), 4) Setiap kejadian adalah dinamis (*evolutionary*) dan saling melengkapi (*pervasive complementary*), 5) Dalam pengambilan keputusan dari perubahan yang terjadi, selalu mengutamakan musyawarah (*shuratic process*) (Choudhury, 2013).

Pentingnya memiliki ilmu pengetahuan bagi setiap manusia dijelaskan di beberapa surat dalam Al Quran, yang antara lain: 1) QS Ar-Rahman ayat 1-4, yang artinya: “(Tuhan) Yang Maha Pemurah, Yang telah mengajarkan Al Qur'an. Dia menciptakan manusia, Mengajarnya pandai berbicara“, 2) QS Al Kahfi ayat 66, yang artinya: “ Musa berkata kepada Khidr: “Bolehkah aku mengikutu supaya kamu mengajarkan kepadaku ilmu yang benar di antara ilmu-ilmu yang telah diajarkan kepadamu?”, 3) QS Al 'Ankabut ayat 19-20, yang artinya: “Dan apakah mereka tidak memperhatikan bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian mengulanginya (kembali). Sesungguhnya yang demikian itu adalah mudah bagi Allah. Katakanlah: “Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”, 4) QS Al 'Alaq ayat 1-5, yang artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmula Yang Maha Pemurah, Yang mengajar manusia dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”, 5) QS An Nahl ayat 125, yang artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”, 6) QS Al Baqarah ayat 31, yang artinya: “ Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat lalu berfirman: “Sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu memang orang-orang yang benar!”.

Selain itu, dalam QS Al A'raaf ayat 180, yang antara lain artinya adalah: “Hanya milik Allah *asmaulhusna*”, serta QS Ar ra'd, yang artinya: “(yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah Swt. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi tenteram”. Kedua surah ini menggambarkan betapa hebatnya nama yang dimiliki oleh Allah. Salah satu nama Allah Swt dalam *asmaulhusna* tersebut adalah Ar-Rasyid (*asmaulhusna* ke 98), yang berarti Allah Swt maha tepat tindakan-Nya.

2. Faktor Endogenous.

Faktor endogenous merupakan faktor pendukung yang berada di dalam lingkungan dunia pendidikan itu sendiri, yang secara langsung mempengaruhi pelaksanaan kegiatan perolehan pendidikan tersebut. Faktot-faktor tersebut meliputi antara lain: 1) input, 2) keuangan, 3) infrastruktur, 4) budaya. Yang dimaksud dengan faktor input dalam hal ini adalah masyarakat yang akan menerima pendidikan tersebut, sesuai dengan usia dan tingkat pendidikan yang akan diikuti. Jika dilihat di pedesaan, terdapat input yang tidak sesuai usia sekolah dengan tingkat pendidikan yang diikuti. Hal ini disebabkan keterlambatan dalam memasuki dunia pendidikan. Selain itu, input yang diperoleh memiliki kemampuan yang kurang, bukan dikarenakan otak yang tidak mampu, tetapi lebih disebabkan karena adanya kegiatan lain yang harus dilakukan selain daripada mengikuti dunia pendidikan, seperti berladang, jualan, menjadi nelayan. Kegiatan ini sangat menguras tenaga sehingga input kurang fokus kepada pendidikan yang diikuti. Akibatnya, kecenderungan untuk lebih memilih kegiatan yang akan menghidupkan keluarga pada saat itu, lebih diutamakan daripada kegiatan mengenyam pendidikan. Faktor keuangan merupakan suatu faktor yang hampir harus dimiliki oleh masyarakat yang ingin mengikuti pendidikan tersebut. Karena hampir semua pelaksanaan pendidikan tersebut mengenakan biaya kepada masyarakat yang mengikutinya. Biaya yang diperlukan untuk membayar iuran pendidikan setiap bulan, biaya untuk membeli sarana pendukung belajar mengajar, seperti buku, alat-alat praktikum. Hal ini memberatkan para peserta pendidikan, sehingga ada kalanya dimana satu keluarga memiliki 3 anak usia sekolah, harus memilih anak mana yang akan disekolahkan terlebih dahulu.

Faktor infrastruktur menggambarkan infrastruktur pendukung yang diperlukan input sehingga dapat mengikuti dunia pendidikan itu sendiri. Di pedesaan, infrastruktur masih kurang mendukung bagi masyarakat untuk mengantarkan keluarga mereka memperoleh pendidikan. Jarak antara dusun tempat tinggal dengan sekolah yang relatif jauh, belum memadainya sarana transportasi umum, jalan-jalan yang masih belum memenuhi standard. Selain itu, juga infrastruktur yang mendukung kegiatan belajar mengajar itu sendiri, seperti jumlah sekolah yang masih sedikit, keadaan sekolah yang belum memenuhi standard minimal, jumlah dan keahlian guru yang belum sesuai, alat-alat pendukung kegiatan belajar mengajar di sekolah yang masih sangat minim. Sebagai dampaknya, kegiatan belajar mengajar tidak terlaksana dengan efektif. Faktor budaya, khususnya di pedesaan menggambarkan bahwa anak laki-laki lebih diutamakan untuk memperoleh pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan anak perempuan. Dengan usia tertentu menurut kebiasaan yang berlaku, baik bagi laki-laki ataupun perempuan diutamakan untuk membentuk rumah tangga dibandingkan dengan mengenyam pendidikan yang lebih tinggi. Kebiasaan ini dilakukan dengan maksud untuk meringankan beban keluarga, dimana setiap anak yang sudah membentuk keluarga sendiri, dapat meringankan beban orang tuanya untuk membiayai mereka. Dampak dari kegiatan ini secara langsung akan mengurangi jumlah masyarakat yang mengenyam pendidikan.

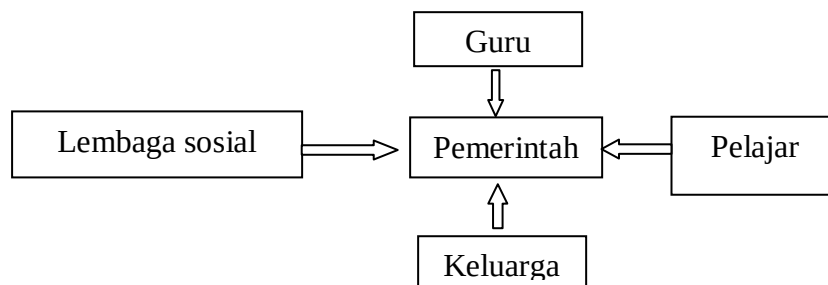
Dalam agama Islam, mengenyam pendidikan adalah sangat penting. QS Al Baqarah ayat 268 menyebutkan: *“Syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjanjikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”*. Dengan memiliki pendidikan, seseorang akan memperoleh efek domino yang baik khususnya untuk dirinya sendiri. Jika diulas secara logika, dengan pendidikan yang dimiliki seseorang, maka diharapkan orang tersebut akan dapat berpikir lebih jernih. Dengan pikiran yang jernih, maka seseorang akan lebih baik pula dalam mengerjakan tugas yang ada padanya. Dengan baiknya seseorang mengerjakan tugasnya, diharapkan akan memperoleh pendapatan yang baik pula. Dan pada akhirnya, dengan pendapatan yang baik, maka akan terpenuhi kebutuhan jasmani dan rohani dari orang tersebut. Kebutuhan jasmani dan rohani tersebut sangat luas lingkupnya, yang pada akhirnya, keberadaan orang tersebut diharapkan mampu

memberikan kebaikan bagi seluruh alam ini, baik bagi manusia di sekitarnya maupun makhluk hidup lainnya yang ada di bumi ini. Walaupun dijelaskan secara terpisah, tetapi dalam konsep tawhidi, tidak ada faktor yang merupakan ril eksogenous dan tidak ada pula faktor yang merupakan ril endogenous. Setiap faktor merupakan faktor endogenous maupun faktor endogenous. Karena salah satu dari prinsip konsep tawhidi adalah bahwa setiap faktor adalah dinamis (*evolutionary*) dan saling melengkapi (*pervasive complementary*). Dengan kata lain, setiap faktor merupakan pelengkap dari faktor lain, bukan merupakan faktor pengganti (*substitution*).

Kegiatan Shura Yang Mendukung.

Dalam kegiatan di dunia ini, kegiatan interaksi, integrasi dan evolusi akan selalu mengalami perubahan. Dalam Islam, untuk mengambil suatu keputusan atas setiap perubahan yang terjadi, diperlukan suatu musyawarah, yang dalam hal ini disebut dengan kegiatan Shura (*shuratic process*). Menurut Choudhury (2013), *the shuratic process is a methodology associated with the meaning of an embryonic shura as a discursive medium that spans across all domains of the socio-scientific order*. Secara sederhana proses shura dapat diartikan sebagai suatu proses musyawarah untuk menghasilkan suatu keputusan baru, dimana proses tersebut melintasi seluruh domain sosial ilmiah. Pada sektor pendidikan ini, bagian-bagian yang turut serta dalam proses shura tersebut antara lain adalah pemerintah, guru, pelajar, keluarga dan lembaga sosial. Proses shura dapat digambarkan sebagai berikut:

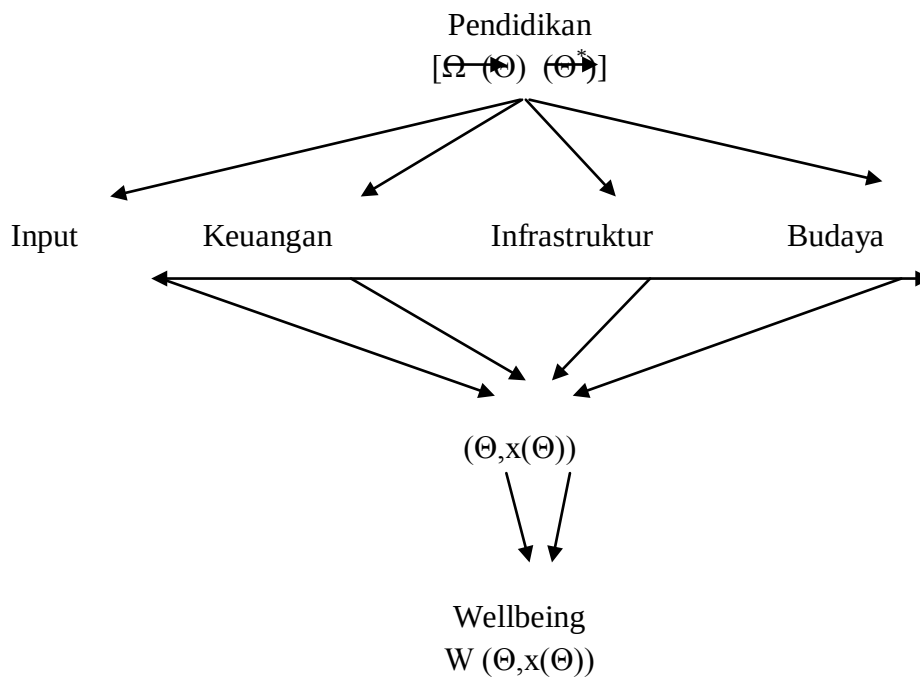
Gambar 1.
Proses Shura



Sumber : Diolah (2015)

Pemerintah merupakan pembuat peraturan dan undang-undang, serta pemberi sanksi bagi penyimpangan yang terjadi pada dunia pendidikan, yang harus dipahami dan diikuti oleh para guru, pelajar, keluarga dan lembaga sosial. Guru merupakan ujung tombak bagi dunia pendidikan, yaitu pihak yang melakukan transfer ilmu. Dengan baiknya pengetahuan dan pola yang dimiliki para guru dalam mentransfer ilmu tersebut, diharapkan ilmu yang ditransfer telah sesuai dengan ketentuan yang diharapkan. Sedangkan pelajar, merupakan pihak menerima ilmu yang ditransfer tersebut. Dengan baiknya penerimaan dan pemahaman dari para pelajar terhadap ilmu yang diperoleh, diharapkan dapat memperluas pola pikir setiap pelajar tersebut untuk melakukan hal-hal yang lebih baik lagi bagi kehidupannya. Adapun keluarga merupakan bagian dari pihak pendukung untuk terlaksananya proses shura tersebut, khususnya antara guru dan pelajar. Pihak keluarga memberikan fasilitas bagi pelajar untuk dapat mengikuti kegiatan belajar dan berkomunikasi dengan guru untuk memperlancar kegiatan mengajar. Yang terakhir, pihak yang juga berkepentingan dalam proses shura ini adalah lembaga sosial. Lembaga sosial dalam hal ini berperan untuk memonitor kegiatan belajar mengajar yang berlangsung, memonitor kesesuaian peraturan, kebijakan serta undang-undang yang dikeluarkan oleh pemerintah, serta memonitor keberadaan masyarakat setelah mengikuti pendidikan tersebut.

Gambar 2.
Tawhidi Model



Sumber: Diolah (2015).

Dari gambar 2 tersebut dapat dibentuk suatu model matematika sebagai berikut:

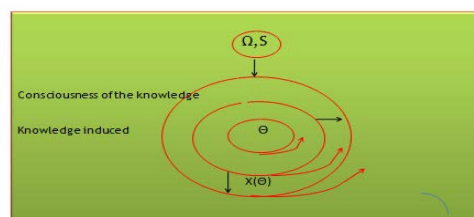
Tawhidi Model Persamaan Circular Causiation

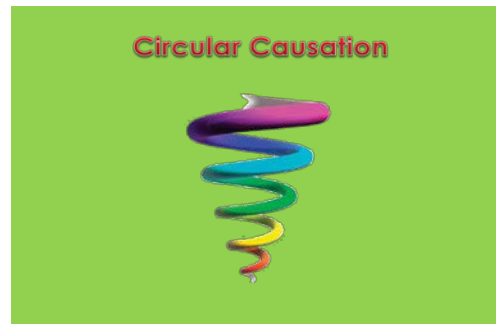
Setelah dilekatkan dengan (Θ) :

$$X(\Theta) = (I, K, IS, B)(\Theta), \text{ dimana: Pendidikan} = f_1(I, K, IS, B)(\Theta), I = f_2(P, F, IS, B)(\Theta), F = f_3(P, I, IS, B)(\Theta), IS = f_4(P, I, F, B)(\Theta), B = f_5(P, I, F, IS)(\Theta), \Theta = f_6(P, I, F, IS, B)(\Theta)$$

Dari gambar 2 dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan pendidikan, yang berasal dari sumber ilmu pengetahuan yaitu Al Quran (Ω), yang selalu memiliki kebaikan (Θ), dipengaruhi oleh faktor input, keuangan, infrastruktur dan budaya. Keempat faktor tersebut dilekatkan dengan tetha (Θ), yaitu *quality value* berupa input yang berkualitas, keuangan yang memenuhi, infrastruktur yang memadai serta budaya yang secara positif mendukung. Keempat faktor tersebut akan melalui interaksi, integrasi dan evolusi yang berulang-ulang, yang membentuk suatu *circular causation*, yang pada akhirnya dapat diharapkan akan menghasilkan suatu *wellbeing* dalam dunia pendidikan (keberhasilan yang diperoleh dengan cara-cara yang baik).

Gambar 3.
Circular Causation
Circular causation





Kedua gambar di atas menunjukkan *circular causation* dari pendidikan dalam perspektif Islam terhadap perekonomian. Dengan terlaksananya pendidikan yang diperoleh dengan perspektif Islam, yang intinya adalah semua faktor dilekatkan dengan hal-hal baik, akan menimbulkan efek baik dari yang paling sederhana, yaitu Interaksi. Terjadi interaksi antara pendidikan perspektif Islam dengan input yang baik, interaksi antara pendidikan perspektif Islam dengan keuangan yang memadai, interaksi antara pendidikan perspektif Islam dengan infrastruktur yang mendukung serta interaksi antara pendidikan perspektif Islam dengan budaya dari masyarakat mau bersekolah. Dengan adanya interaksi yang baik, yang merupakan fondasi dari *circular causation* tersebut akan membentuk suatu Integrasi. Integrasi terjadi dengan saling berkaitannya antara masing-masing interaksi tersebut di atas. Dan pada akhirnya, integrasi tersebut akan mengalami perputaran (evolusi) untuk menjadikan segala sesuatunya lebih baik lagi dan lebih besar serta lebih luas, dimana pada setiap evolusi untuk melanjutkan ke tahap berikutnya akan dilakukan evaluasi. Dengan maksud mengurangi segala kelemahan dan menambahkan segala kekuatan.

Rekomendasi Pendahuluan

1. Setiap masyarakat memiliki persamaan hak untuk memperoleh pendidikan dalam rangka meningkatkan kualitas manusia.
2. Budaya sebagai faktor pendukung dimaksudkan untuk memperkuat integritas sebagai landasan dasar bagi perkembangan kemajuan manusia.
3. Lingkungan, yang didukung oleh sumber daya manusia, budaya, infrastruktur, teknologi, ekonomi, yang diharapkan mampu mendukung dunia pendidikan.
4. Kesejahteraan yang dicapai dengan cara-cara yang baik, diharapkan dapat meningkat, dengan meningkatnya partisipasi masyarakat bersekolah, yang kemudian mampu untuk meningkatkan kemampuan berpikir masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan.

Beberapa hal yang mengganggu perolehan pendidikan yang merata bagi masyarakat adalah: 1)Keuangan keluarga yang tidak memadai, 2)Jauhnya jarak tempat untuk memperoleh pendidikan dari tempat tinggal.

3)Infrastruktur yang belum memadai, 3)Biaya sekolah yang masih tinggi,4)Pola pendidikan yang lebih mementingkan pengetahuan teknologi dibandingkan dengan akhlak.

4. Simpulan

1. Jika input yang diperoleh untuk melangsungkan kegiatan belajar terpenuhi, maka diharapkan akan terpenuhi juga output, sehingga akan mengurangi jumlah masyarakat yang tidak sekolah. Dengan banyaknya masyarakat yang bersekolah akan semakin banyak masyarakat yang menyumbangkan pikirannya untuk peningkatan perekonomian dan taraf hidup masyarakat.
2. Jika dana yang diinvestasikan untuk pendidikan memadai, maka input yang melangsungkan kegiatan belajar mengajar akan dapat merasakan fasilitas yang lebih baik. Dengan demikian,

diharapkan akan menghasilkan output yang baik juga yang mampu menyumbangkan pikirannya untuk peningkatan perekonomian dan taraf hidup masyarakat.

3. Jika infrastruktur yang tersedia memadai untuk menopang kegiatan belajar mengajar, diharapkan semakin banyak input serta akan mampu meningkatkan kecerdasannya mereka, sehingga akan menghasilkan output yang baik, yang mampu menyumbangkan pikirannya untuk peningkatan perekonomian dan taraf hidup masyarakat.
4. Jika budaya sekolah merupakan hal yang diwajibkan, tidak membedakan antara perempuan dan laki-laki, maka input akan semakin banyak dan akan mengurangi jumlah masyarakat yang tidak bersekolah.

5. Referensi

- [1] Al Qur'an dan Terjemahnya. 1433H. Departemen Agama
- [2] Arif, M., (2008). eBook: Pendidikan Islam Transformatif. Yogyakarta: LkiS.
- [3] Aziz, A., (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [4] Chaudhry, M.S., (Eds). (2012). *Fundamental Of Islamic Economic System*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- [5] Choudhury, M.A., (2011). *Contributions to Economic Analysis: Islamic Economics and Finance An Epistemological Inquiry*. United Kingdom: Emerald Group
- [6] Choudhury, M.A., (2013). *Handbook of Tawhidi Methodology: Economics, Finance, Society and Science*. Jakarta: Trisakti University Press.
- [7] Clarke, P., Gray, D., dan Mearman, A., (2006). The Marketing Curriculum and Educational Aims: Towards A Professional Education. *Emerald Insight Marketing Intelligence & Planning*. Vol 24 lss 3 pp.
- [8] Hakim, L., (2012). Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Pembentukan Sikap Dan Perilaku Siswa Sekolah Dasar Islam Terpadu Al-Muttaqin Kota Tasikmalaya. *Jurnal Pendidikan Agama Islam-Ta'lim* Vol. 10 No. 1-2012.
- [9] Hassan, K.M., Kayed N.R., dan Oseni A.U., (2013). *Introduction to Islamic Banking & Finance Principles and Practice*. England: Pearson Education Limited
- [10] Islamiced, (2016). Pengertian, Dasar dan Tujuan Pendidikan Islam. <https://islamiced.wordpress.com>
- [11] Jasmi, K.A., (2013). Pembelajaran Aktif Dalam Pendidikan Islam: Pengamalan Guru Cemerlang Pendidikan Islam. Malaysia: UTM Repository.
- [12] Mannan, M.A., (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT.Dana Bhakti Prima Yasa
- [13] P3EI, (2012). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- [14] Pusat Bahasa, (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [15] Sanaky, Hujair A.H., (2008). Permasalahan dan Penataan Pendidikan Islam Menuju Pendidikan Yang Bermutu. *Jurnal Pendidikan Islam el-Tarbawj* No. 1. Vol. 1. 2008.
- [16] Sistem Pendidikan Nasional, (2015). Sistem Pendidikan Nasional. Available www.academia.edu
- [17] Sholihin, A. I., (2010). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [18] Zulhilmi, M., (2013). *Analisis Perbandingan Pembiayaan Melalui Bank Konvensional dan Bank Syariah Terhadap Pembangunan Ekonomi dan Investasi Pertanian di Indonesia*. Unpublished Doctoral Dissertation, Jakarta: Universitas Trisakti.

**PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC)
DALAM KAMPANYE POLITIK
(Studi Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia)**

Muji Gunarto¹⁾

¹⁾Pogram Studi Manajemen, Universitas Bina Darma

¹⁾Email: mgunarto@binadarma.ac.id

ABSTRACT

The political changes in Indonesia that the community has many options and can be vote or suffrage on political parties and candidates, so voters or communities have high bargaining power in a General Election or the Regional Head Election. To get the sound at the time of elections, each performing a variety of political marketing through campaign strategies and approaches to prospective voters. In an effort to be able to win the elections required no small cost, although the cost of the campaign is not able to guarantee the election of a candidate. One of the marketing strategies that can be used to influence the behavior of voters and the decision of choosing candidates is through integrated marketing communications (IMC). This study aimed to analyze the effect of IMC on voter behavior and the decision to choose a candidate on a political campaign in the elections in Indonesia. This research method using a survey of 200 students in Bandung with the assumption that students have a rational behavior in determining the choice at the election. The results showed that the factors that can influence positively IMC and may also negatively affect voter behavior and the decision to vote. For that candidate or political party should be able to understand the characteristics, or a segment of voters to be able to use factors IMC effectively and efficiently, so that no negative impact on the candidates.

Keywords: *Political Marketing, Integrated Marketing Communications, Voter Behavior, Decision Choosing*

1. PENDAHULUAN

Perubahan politik di Indonesia pasca orde baru, di awal tahun 1998 berdampak pada perubahan struktur partai politik dan penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu). Perubahan tersebut diantaranya ditandai dengan munculnya partai-partai politik baru (*new entrants*). Hal ini terlihat pada peningkatan jumlah partai yang terdaftar sebagai peserta pemilu, yaitu sebanyak 48 partai Pemilu pada tahun 1999, kemudian bertambah menjadi 128 partai politik pada Pemilu tahun 2004. Akibat adanya batasan *threshold* yang ditetapkan oleh pemerintah, jumlah partai yang lolos sebagai peserta pemilu menjadi 24 partai pada tahun 2009. Sedangkan untuk Pemilihan Umum tahun 2014, partai yang lolos kualifikasi Komisi pemilihan Umum (KPU) hanya berjumlah 12 Partai Politik. Pada tanggal 9 Desember akan dilakukan pemilihan kepala daerah (Pilkada) serentak pada periode pertama untuk pemilihan 269 kepala dan wakil kepala daerah yang meliputi 9 pemilihan gubernur dan wakil gubernur, 224 pemilihan bupati dan wakil bupati, serta 36 pemilihan walikota dan wakil walikota. Jika pilihan keserentakan sebatas hanya menyerentakkan pelaksanaan Pilkada semata, maka hanya menjawab sebagian kecil masalah penyelenggaraan, terutama dari aspek efisiensi biaya. Sedangkan tujuan penting dari pilkada, yaitu efektivitas pemerintahan tidak terjawab [1].

Perubahan politik pasca orde baru juga menyebabkan masyarakat memiliki banyak pilihan dan dapat memberikan suara atau hak pilih mereka pada partai-partai lain sesuai dengan keinginan memilih. Dengan kata lain, semakin banyaknya partai politik, memberikan peluang kepada masyarakat untuk menyalurkan aspirasi politiknya pada partai yang dianggap dapat mewakili pemilik hak pilih. Reformasi yang terjadi juga merubah struktur pasar partai politik di Indonesia, yang semula lebih bersifat oligopoli dan menjadi struktur yang lebih cenderung bersifat persaingan sempurna [2]. Pemilik hak suara mempunyai banyak pilihan dan dapat menentukan pilihannya sesuai dengan hati nurani

masing-masing, baik dalam pemilihan anggota legislatif, presiden dan wakil presiden maupun pemilihan kepala daerah.

Pemilihan secara langsung menyebabkan suara pemilih sangat menentukan kemenangan kandidat baik dalam pemilihan Presiden, Legislatif maupun Pilkada. Oleh karena itu, partisipasi pemilih dalam memberikan hak suaranya menjadi sangat penting. Pemilih memiliki daya tawar yang kuat dimata partai dan kandidat. Partai maupun kandidat harus mampu menarik hati calon pemilih dan harus mampu mempengaruhi mereka untuk memilih kandidat. Dengan demikian, tingkat persaingan kandidat memperebutkan suara masyarakat atau pemilih menjadi tinggi. Keputusan pemilih yang dilakukan konsumen maupun konstituen dalam dunia politik tidaklah jauh berbeda, perbedaannya hanya pada dominannya faktor kandidat [3].

Dalam dunia bisnis atau komersial, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk produk fisik, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide-ide [4]. Produk yang ditawarkan dalam pemasaran politik berbeda dengan pemasaran barang komersial. Produk politik lebih kompleks, karena pemilih akan menikmatinya setelah partai atau kandidat terpilih. Produk politik juga bisa berbeda berdasarkan cakupan wilayah nasional ataukah kedaerahan. Janji politik capres tentu saja berbeda dari calon gubernur, bupati, atau walikota. Produk politik satu negara/daerah dapat berbeda dari negara/daerah lain [5]. Untuk terpilih menjadi presiden dalam kampanye pemilihan presiden AS, strategi pemasaran sangat diperlukan sehingga sejumlah uang dihabiskan untuk pemasaran. Kampanye Obama dengan produk "perubahan" berhasil diciptakan dan diimplementasikan sampai akar rumput sehingga mendapatkan dukungan dari bawah. Obama juga sukses memanfaatkan situs internet dan jejaring sosial seperti Facebook dan Youtube sehingga mendapatkan dukungan yang sangat besar khususnya dari kaum muda [6].

Hal yang sama juga terjadi di Indonesia, dimana untuk dapat memenangkan Pilkada dibutuhkan biaya yang tidak sedikit, meskipun besarnya biaya kampanye belum bisa menjamin terpilihnya kandidat. Karena kampanye bertujuan menarik simpati pemilih yang jumlahnya banyak dan berada di lokasi yang luas, maka kampanye butuh dana besar. Dana ini untuk membiayai beragam kegiatan kampanye: pertemuan orang per orang, berdialog dalam kelompok, pertemuan massa, pemasangan poster, spanduk dan baliho, hingga pemasangan iklan di media massa. Jadi, kampanye meliputi empat elemen penting, yaitu: partai politik dan kandidat, program dan isu, organisasi, dan dana. Kebutuhan atas dana tersebut mendorong partai politik dan kandidat mengumpulkan dana sebanyak-banyaknya. Di sisi lain, banyak pihak, baik perseorangan maupun badan hukum, yang bersedia menyumbang dana kampanye kepada partai politik dan kandidat. Besarnya sumbangan berpengaruh buruk terhadap pengambilan kebijakan dan keputusan pasca pemilu, karena "tidak ada makan siang gratis" dengan dana kampanye yang telah diterima partai politik dan kandidat [7].

Untuk mendapatkan suara pada saat Pilkada, masing-masing melakukan berbagai strategi kampanye dan pendekatan kepada calon pemilih. Kampanye memiliki efek yang sangat penting dalam Pemilu, dimana kampanye dalam Pilkada memiliki tingkat partisipasi yang lebih besar dibanding kampanye ditingkat pusat [8]. Faktor pemasaran politik kandidat seperti gaya komunikasi, pola pikir saat menyampaikan kampanye, integritas dan kinerja calon akan mempengaruhi pemilih [9]. Penilaian pemilih atas partai, khususnya calon presiden, pada masa lalu sangat mungkin dibentuk sosialisasi politik atau kedekatan sosiologis, tetapi kini pertimbangan untuk memilih calon presiden bisa dengan instan diperoleh melalui efek ekor dari political marketing dan pelbagai macam hasil (polling) survei [10]. Pengaruh kampanye politik pada pilihan orang adalah tergantung pada preferensi sebelumnya, disposisi partisan, dan konteks politik [11].

Dalam ilmu politik dikenal dengan adanya dua pendekatan besar untuk menerangkan tingkah laku politik pada saat berlangsungnya pemilihan umum, pendekatan *Sociological School* atau *Mazhab*

Columbia dan *Psychological School* atau *Mazhab Michigan* [12]. Peneliti lain menyebutkan ada tiga pendekatan teori yang seringkali digunakan untuk memahami perilaku pemilih yakni, model teori sosiologis, model teori psikologis dan model teori ekonomi (*rational choice theory*) [13]. Pendapat yang berbeda untuk melihat perilaku pemilih menyebutkan ada empat pendekatan, yaitu: (1) pendekatan sosiologis (*Mazhab Columbia*); (2) pendekatan psikologis (*Mazhab Michigan*); (3) pendekatan rasional; dan (4) pendekatan domain kognitif (Pendekatan *Marketing*) [14].

Untuk daerah perkotaan lebih pada pendekatan pemilih rasional, namun untuk daerah non-perkotaan (bisa ditambah variabel lain non-pulau Jawa, tingkat pendidikan yang menengah atau bahkan rendah dan lain-lain misalnya), perilaku rasional dalam memilih kepala daerah kembali bergeser pada perilaku pemilih yang tradisional atau bahkan emosional. Sebagai contoh, seseorang pemilih akan memilih kepala daerah karena kebetulan sang calon tinggal berdekatan dengan sang pemilih, atau pemilih memilihnya karena calon satu keyakinan agama dengannya, ataupun satu jenis kelamin (khususnya untuk calon kepala daerah yang perempuan), atau bisa juga seorang pemilih digerakkan oleh satu daerah dengan calon dan pelbagai macam varian lainnya, yang boleh jadi kesemua ini menihilkan program yang ditawarkan [10].

Pemilih pemula termasuk dalam kategori pemilih mengambang dan jumlahnya cukup besar [15]. Pemilih pemula sebagai pemegang hak pilih yang untuk pertama kalinya menggunakan hak pilih dalam pemilihan umum, pada umumnya belum memiliki jangkauan politik yang luas untuk menentukan kandidat mana yang harus mereka pilih. Pada situasi seperti ini, pemilih pemula selalu menjadi bidikan dan sasaran setiap kandidat untuk meraih dukungannya [12]. Berbagai penelitian tentang perilaku pemilih dalam politik, khususnya di Indonesia sudah banyak dilakukan, namun dari beberapa penelitian yang ada dihasilkan kesimpulan yang berbeda antara satu dengan yang lain. Hal ini menjadi menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian perilaku pemilih dengan mengkaitkan faktor marketing. Tingkat keterlibatan konsumen (masyarakat) dalam suatu pembelian (memilih calon kepala daerah) dipengaruhi oleh kepentingan personal yang dirasakan yang ditimbulkan oleh berbagai stimulus [16].

Pemilih dalam menentukan pilihannya tidak jauh berbeda dengan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap suatu produk didasarkan pada faktor rasional dan irrasional atau emotional. Konsumen yang memilih suatu produk yang didasarkan atas pertimbangan rasional adalah konsumen yang secara sadar memahami produk yang akan dibelinya. Dengan kata lain, mereka membeli produk atas dasar pertimbangan kebutuhan. Berbeda dengan konsumen yang membeli produk atas dasar irrasional atau emosional dimana mereka membeli suatu produk lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis. Begitu juga dengan pemilik hak pilih dalam memilih partai politik atau calon kepala daerah, dapat didasarkan pada pertimbangan rasional maupun irrasional. Artinya, Pemilih rasional dalam menentukan pilihannya, memahami dengan baik produk politik yang ditawarkan partai maupun kandidat, sedangkan pemilih non-rasional dalam menentukan pilihannya lebih bersifat psikologis, seperti ketokohan seseorang, kesamaan etnis, masalah agama, dan faktor lainnya.

Kampanye politik adalah penciptaan, penciptaan ulang, dan pengalihan lambang signifikan secara sinambung melalui komunikasi [16]. Kampanye dalam Pilkada adalah kegiatan menawarkan visi, misi, dan program Pasangan Calon dan/atau informasi lainnya, yang bertujuan mengenalkan atau meyakinkan pemilih [17]. Kampanye pemasaran politik sering menggunakan pendekatan kampanye negatif untuk menyampaikan isu-isu dalam debat politik, sehingga dalam prakteknya kondisi ini akan menjadi pilihan rasional bagi lawan politiknya [11]. Kandidat atau partai politik perlu terus melakukan kampanye karena adanya *swinging voters* dibanding pemilih loyal dan kekuatan media yang dapat mengarahkan suaranya kepada kandidat tertentu [18].

Pemilih secara teoritis dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yaitu: 1) *Captive voter*, adalah pemilih permanen yang secara riil telah menjadi massa konkret dari suatu partai politik, 2) *Swinging Voters*, adalah pemilih yang dulunya menjadi pemilih partai politik tertentu namun karena adanya ketidakpuasan, sakit hati, kekecewaan dan lainnya, maka pemilih berpindah kepada partai politik lainnya; dan 3) *Floating Voters*, adalah pemilih mengambang yang belum mantap berafiliasi ke partai politik (Nimmo 2001).

Perubahan undang-undang dan peraturan sistem pemilihan Presiden maupun Kepala Daerah juga semakin mendorong partai-partai politik di Indonesia melakukan perubahan (*repositioning*), tidak hanya pada produk politik yang ditawarkan juga dalam kampanye politik (*party campaign*) atau penyampaian pesan komunikasi dengan menggunakan komunikasi pemasaran yang terintegrasi (*Integrated Marketing Communication---IMC*). Pada tahun 1989, American Association of Advertising Agencies (dikenal sebagai Four A's) membentuk satuan tugas pada integrasi yang mendefinisikan IMC dari sudut pandang Empat A's. IMC didefinisikan sebagai sebuah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah yang komprehensif dengan mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin ilmu komunikasi (misalnya iklan umum, respon langsung, promosi penjualan, dan PR) dan menggabungkan disiplin ilmu ini untuk memberikan kejelasan, konsistensi, dan dampak komunikasi yang maksimal [19].

IMC dalam kampanye politik Pilkada adalah mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai saluran komunikasi calon kepala daerah untuk menghantarkan pesan yang jelas, konsisten, dan menarik tentang organisasi dan produknya [20]. Tujuan utama IMC adalah mempengaruhi perilaku konsumen secara implisit pada: persepsi, sikap, informasi, motivasi dan perilaku aktual. IMC dapat mempengaruhi perilaku konsumen, mulai dari hirarki seluruh konsep, bukan hanya hasil dari iklan. Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap perilaku konsumen adalah kegiatan yang kompleks yang melibatkan analisis mendalam dari hubungan dan instrumen [21]. IMC dapat diterapkan dalam domain politik, akan tetapi penerapan komunikasi yang terintegrasi dapat bertentangan [22]. Komunikasi pemasaran terpadu tidak hanya komunikasi dengan pelanggan saat ini dan prospek, tetapi juga dengan karyawan, vendor, industri terkait dan lingkungan eksternal baik secara langsung atau tidak langsung yang terlibat. Dalam pemasaran, komunikasi yang efektif mutlak diperlukan, sehingga tanpa komunikasi pemasaran terintegrasi, promosi sebuah merek atau produk atau bisnis umumnya tidak mungkin tidak dapat dijual di pasar global yang kompetitif [23].

Sejalan dengan perkembangan masyarakat, perkembangan pemasaran, pemasaran politik juga harus berkembang, IMC adalah teknik yang praktis, logis, tidak dapat dihindari dan alami untuk pemasaran politik. Penerapan IMC harus disesuaikan dengan kebutuhan. Dalam pemasaran politik harus menekankan masa depan yang dibutuhkan oleh partai politik pada pemasaran internal untuk relawan, sehingga membuat mereka lebih baik. Relawan adalah kekuatan partai dan potensi sumber kerentanan dan kelemahan. Organisasi politik perlu membangun hubungan dengan mereka serta dengan konstituen mereka dan membayar keterlibatan dan komitmen yang diberikan sepenuh hati oleh para relawan mereka, karena mereka adalah tulang punggung dan jantung dari setiap organisasi politik [24].

Praktik komunikasi pemasaran politik juga sudah mengarah pada penerapan IMC untuk membangun hubungan dengan konstituen melalui dukungan riset pemasaran politik. Seperti halnya dalam dunia pemasaran, kini semakin besar kesadaran untuk memahami karakter dan perilaku pemilih sebelum para pelaku politik memasarkan produk politiknya kepada konstituen [5]. Kampanye politik adalah bentuk peperangan pemasaran berdarah tapi serius, dan berbagai pemilihan kepala daerah dan presiden menawarkan kesempatan yang unik untuk mempelajari efektivitas memenangkan taktik dan strategi pemasaran kandidat [25].

Fenomena yang diuraikan di atas menarik bagi penulis untuk dikaji lebih lanjut terkait dengan peran komunikasi pemasaran dalam pemasaran politik khususnya pada masa kampanye politik terhadap perilaku pemilih. Untuk itu pendekatan penelitian ini adalah pada strategi pemasaran khususnya komunikasi pemasaran terpadu dalam mempengaruhi perilaku pemilih dan keputusan memilih pada saat Pilkada.

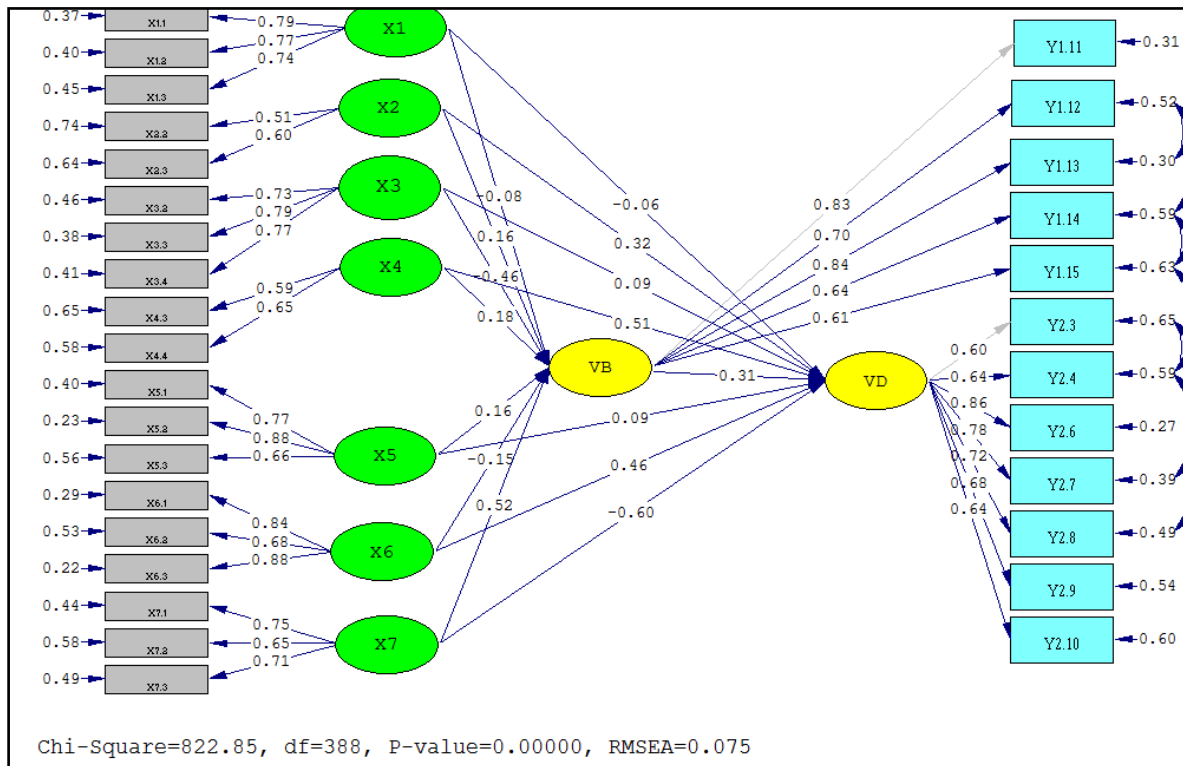
2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survai yang didukung dengan alat bantu kuesioner yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung dari bulan Oktober-November 2015. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa sebagai representasi pemilih rasional dalam Pilkada. Jumlah sampel adalah sebanyak 200 orang responden yang diambil secara *accidental sampling*. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan metode *quota sampling* dari beberapa perguruan tinggi di Kota Bandung. Analisis data dilakukan dengan analisis model persamaan struktural (SEM). Penggunaan SEM memungkinkan peneliti untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, mengkonfirmasi ketepatan model sekaligus menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain [26]. Teknik pengolahan data dilakukan dengan bantuan paket program *Lisrel 8.70 for Windows*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan kategori Usia, Jenis Kelamin, Frekuensi keikutsertaan Pemilu/Pilkada dan Agama. Usia responden paling rendah 18 tahun dan tertinggi 29 tahun sedangkan sebagian besar berusia 19 dan 20 tahun masing-masing 35%. Jenis kelamin responden sebagian besar adalah perempuan (54,5%) sedangkan laki-laki ada 45,5%. Sebagian besar responden (50,5%) sudah pernah mengikuti Pemilu/Pilkada lebih dari 1 kali, ada 41% baru satu kali dan ada 8,5% belum pernah mengikuti Pemilu/pilkada. Sebagian besar responden adalah beragama Islam (95,5%) hanya ada 3,5% Kristen dan hanya 1% Katolik. Dari 200 orang responden tidak ada satupun yang menjadi anggota atau pengurus partai politik.

Setelah dilakukan analisis faktor konfirmatori (CFA) terhadap masing-masing variabel, selanjutnya dilakukan analisis full model struktural untuk membentuk model struktural secara *fit*. Hasil pendugaan untuk analisis full model struktural ditampilkan seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Pendugaan Full Model.

Gambar 1. menunjukkan besaran nilai-nilai parameter pada hubungan antar variabel laten yang ada serta besaran nilai-nilai *loading factor* masing-masing indikator pembentuk variabel laten. Dilihat dari nilai-nilai parameter yang ada terlihat bahwa hubungan antara variabel eksogen dengan variabel endogen ada yang bersifat negatif dan ada juga yang bersifat positif. Gambar tersebut juga menunjukkan besarnya pengaruh faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu terhadap perilaku pemilih dan keputusan memilih.

Nilai *Goodnes of Fit* dari model struktural yang terbentuk terlihat seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai GOF pada Full Model Struktural.

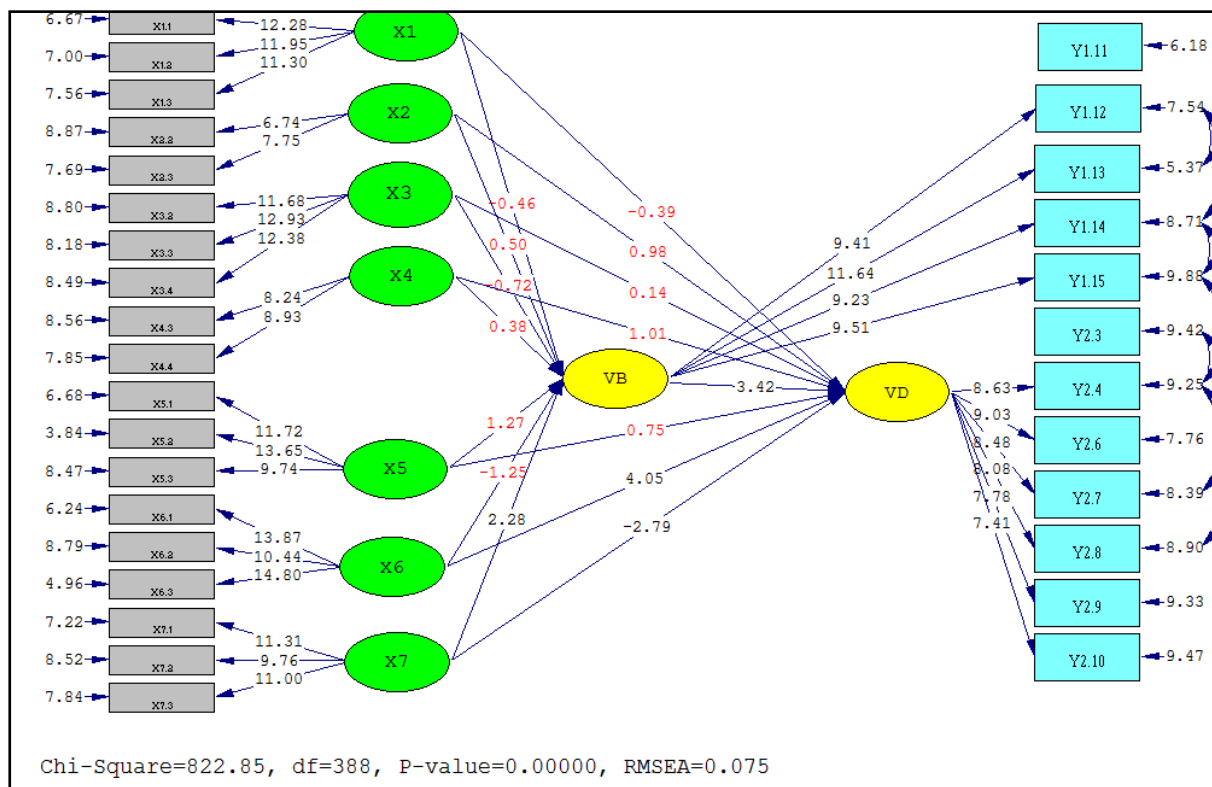
No	Kriteria	Nilai Batas	Hasil	Kesimpulan
1	Significance probability χ^2 -chi square	$\geq 0,05$	0,00	Tidak Fit
2	RMSEA	$\leq 0,08$	0.07	Good Fit
3	GFI	$\geq 0,90$	0.97	Good Fit
4	AGFI	$\geq 0,90$	0,93	Good Fit
5	CFI	$\geq 0,90$	0,95	Good Fit
6	NNFI/TLI	$\geq 0,90$	0,94	Good Fit
7	NFI	$\geq 0,90$	0,92	Good Fit
8	RMR	$\leq 0,05$	0.05	Good Fit

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Berdasarkan Tabel 1. mengindikasikan bahwa model yang terbentuk memiliki *goodness of fit* yang baik, karena memiliki nilai-nilai, RMSEA, GFI, AGFI, CFI, TLI, dan NFI yang memenuhi nilai *good fit*, sehingga model yang di peroleh memiliki *goodness of fit* yang baik. Meskipun nilai *chi square* tidak terpenuhi, tetapi nilai RMSEA sudah memenuhi kriteria maka bisa disebut *fit*, karena

nilai RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi nilai *chi square* dalam sampel besar [26].

Hasil pengujian untuk analisis full model ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Pengujian Full Model Struktural.

Berdasarkan Gambar 2. terlihat bahwa semua indikator pembentuk variabel laten sudah signifikan (nilai t lebih besar dari 1,96), namun hasil pengujian untuk hubungan antar variabel laten ada yang signifikan dan ada juga yang tidak signifikan. Hasil pengujian masing-masing Parameter untuk melihat hubungan struktural antara variabel laten terlihat seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hubungan Antar Variabel Laten.

Variabel Endogen	Variabel Eksogen	Estimate	S.E.	t-Value	Ket.
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Iklan (X1)	-0,08	0,18	-0,46	Tidak Signifikan
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Promosi Penjualan (X2)	0,16	0,32	0,50	Tidak Signifikan
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Acara dan Pengalaman (X3)	-0,46	0,64	-0,72	Tidak Signifikan
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Hubungan masyarakat dan Publisitas (X4)	0,18	0,47	0,38	Tidak Signifikan
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Pemasaran Langsung dan Interaktif (X5)	0,16	0,13	1,27	Tidak Signifikan

Variabel Endogen	Variabel Eksogen	Estimate	S.E.	t-Value	Ket.
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Pemasaran dari Mulut ke Mulut (X6)	-0,15	0,12	-1,25	Tidak Signifikan
Perilaku Pemilih (VB)	<--- Penjualan Personal (X7)	0,52	0,23	2,28	Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Iklan (X1)	-0,06	0,16	-0,39	Tidak Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Promosi Penjualan (X2)	0,32	0,33	0,98	Tidak Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Acara dan Pengalaman (X3)	0,09	0,68	0,14	Tidak Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Hubungan masyarakat dan Publisitas (X4)	0,51	0,50	1,01	Tidak Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Pemasaran Langsung dan Interaktif (X5)	0,09	0,12	0,75	Tidak Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Pemasaran dari Mulut ke Mulut (X6)	0,46	0,11	4,05	Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Penjualan Personal (X7)	-0,60	0,21	-2,79	Signifikan
Keputusan Memilih (VD)	<--- Perilaku Pemilih (VB)	0,31	0,09	3,42	Signifikan

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Berdasarkan Table 2. terlihat bahwa faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu pada kampanye pilkada dapat berpengaruh negatif maupun positif terhadap perilaku pemilih (VB) maupun terhadap keputusan memilih (VD). Faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh negatif terhadap perilaku pemilih adalah iklan; acara dan pengalaman; dan pemasaran dari mulut ke mulut, namun faktor tersebut tidak berpengaruh signifikan secara statistik. Faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh positif terhadap perilaku pemilih dalam pilkada adalah promosi penjualan; hubungan masyarakat dan publisitas; pemasaran langsung dan interaktif; dan penjualan personal, namun hanya ada satu faktor yang signifikan terhadap perilaku pemilih, yaitu faktor penjualan personal.

Faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh negatif terhadap keputusan memilih adalah iklan; dan penjualan personal, namun hanya faktor penjualan personal yang berpengaruh signifikan. Faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap keputusan memilih dalam pilkada adalah acara dan pengalaman; promosi penjualan; hubungan masyarakat dan publisitas; pemasaran langsung dan interaktif, dan pemasaran dari mulut ke mulut, namun hanya ada satu faktor yang signifikan terhadap keputusan memilih, yaitu faktor penjualan dari mulut ke mulut.

Besarnya pengaruh langsung faktor komunikasi pemasaran terpadu terhadap perilaku pemilih dan keputusan memilih terlihat seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Besaran Pengaruh Langsung Variabel Laten

Variabel	(X1)	(X2)	(X3)	(X4)	(X5)	(X6)	(X7)	(VB)
Perilaku Pemilih (VB)	-0,08	0,16	-0,46	0,18	0,16	-0,15	0,52	
Keputusan Memilih (VD)	-0,06	0,32	0,09	0,51	0,09	0,46	-0,60	0,31

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Tabel 3. menunjukkan bahwa faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu berpengaruh langsung terhadap Perilaku Pemilih dan Keputusan memilih baik secara positif maupun negatif. Faktor penjualan personal merupakan faktor yang berpengaruh positif paling dominan (0,52) terhadap perilaku pemilih. Sedangkan faktor yang berpengaruh negatif paling dominan (-0,46) adalah acara dan pengalaman, namun secara statistik faktor ini tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pemilih. Faktor komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh positif paling dominan terhadap Keputusan memilih secara langsung adalah Hubungan Masyarakat dan Publisitas (0,51), namun faktor ini secara statistik tidak signifikan. Faktor yang berpengaruh positif dan signifikan adalah Pemasaran dari mulut ke mulut (0,46) dan perilaku pemilih (0,31).

Besarnya pengaruh tidak langsung faktor komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan memilih terlihat seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Besaran Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten.

Variabel	(X1)	(X2)	(X3)	(X4)	(X5)	(X6)	(X7)
Keputusan Memilih (VD)	-0,03	0,05	-0,14	0,05	0,05	-0,05	0,16

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Tabel 4. menunjukkan bahwa masing-masing faktor komunikasi pemasaran terpadu memiliki pengaruh tidak langsung yang relatif kecil terhadap keputusan memilih. Hal ini berarti bahwa variabel perilaku pemilih bukan merupakan variabel intervening yang baik bagi komunikasi pemasaran terpadu.

Besarnya pengaruh total faktor-faktor komunikasi pemasaran terpadu terhadap variabel perilaku pemilih dan keputusan memilih terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Besaran Pengaruh Total

Variabel	(X1)	(X2)	(X3)	(X4)	(X5)	(X6)	(X7)	(VB)
Perilaku Pemilih (VB)	-0,08	0,16	-0,46	0,18	0,16	-0,15	0,52	
Keputusan Memilih (VD)	-0,09	0,37	-0,05	0,56	0,14	0,42	-0,44	0,31

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2015

Pada Tabel 5. terlihat bahwa faktor yang paling dominan terhadap variabel Keputusan memilih adalah faktor Hubungan masyarakat dan Publisitas, namun secara statistik tidak signifikan. Sedangkan faktor komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih adalah Pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Faktor komunikasi pemasaran terpadu yang berpengaruh dominan dan signifikan terhadap perilaku pemilih adalah penjualan personal.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi pemasaran terpadu (IMC) yang dibangun dalam kampanye politik semuanya memberikan persepsi yang berbeda dari para pemilihnya, dimana kegiatan kampanye yang paling diminati adalah kandidat bisa bertatap muka langsung dan berdialog dengan konstituen atau calon pemilih. Sedangkan kegiatan yang kurang diminati adalah dengan membagikan kartu nama, kalender, stiker dan media kontak lainnya untuk sosialisasi dalam kampanye pilkada.
2. Perilaku pemilih dalam penelitian ini merupakan pemilih yang rasional, dimana rasionalitas pemilih dilandaskan pada kemampuan pemilih dalam menimbang, menilai dan memutuskan berdasar logika rasionalnya siapa yang pantas dan patut dipilih. Mereka mengatakan tidak pada partai atau kandidat yang berorientasi pada kepentingan pribadi, hanya obral janji, yang tidak memiliki visi membangun negara ke depan, apalagi yang menarik hati rakyat dengan uang serta menjual pesona daripada kemampuan personal. Pemilih dalam membuat keputusan memilih kandidat bukan karena kedekatan saudara atau putra daerah, tetapi lebih pada program dan komitmen kandidat dalam membawa perubahan ke arah yang lebih baik.
3. Faktor-faktor IMC pada kampanye politik dapat berpengaruh negatif maupun positif terhadap perilaku pemilih maupun terhadap keputusan memilih. Faktor iklan; acara dan pengalaman; dan pemasaran dari mulut ke mulut berpengaruh negatif terhadap perilaku pemilih. Faktor-faktor IMC yang berpengaruh positif terhadap perilaku pemilih dalam pilkada adalah promosi penjualan; hubungan masyarakat dan publisitas; pemasaran langsung dan interaktif; dan penjualan personal, namun hanya ada satu faktor yang signifikan terhadap perilaku pemilih, yaitu faktor penjualan personal.
Faktor-faktor IMC yang berpengaruh negatif terhadap keputusan memilih adalah iklan; dan penjualan personal, namun hanya faktor penjualan personal yang berpengaruh signifikan. Faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap keputusan memilih dalam pilkada adalah acara dan pengalaman; promosi penjualan; hubungan masyarakat dan publisitas; pemasaran langsung dan interaktif, dan pemasaran dari mulut ke mulut, namun hanya ada satu faktor yang signifikan terhadap keputusan memilih, yaitu faktor pemasaran dari mulut ke mulut.

5. REKOMENDASI

Untuk dapat mengimplementasikan IMC secara efektif dalam pemasaran politik khususnya kampanye politik penulis merekomendasikan:

4. Konstituen perlu memahami karakteristik pemilih secara utuh melalui dialog langsung atau terjun langsung dilapangan.
5. Menggunakan sarana komunikasi yang efektif seperti tema, tampilan dan juga tempat iklan yang berdampak positif.
6. Tidak melakukan kampanye atau isu-isu negatif untuk menyerang lawan politiknya, karena hal ini justru akan mengubah perilaku pemilih dari kandidat lawan. Iklan dan penjualan personal harus dikemas senatural mungkin untuk dapat dipersepsikan positif oleh masyarakat atau konstituen.

Keterbatasan Penelitian

Data yang digunakan hanya pada satu segmen pasar, yaitu pemilih rasional. Sehingga penelitian ini belum bisa menjelaskan semua segmen pemilih seperti pemilih perkotaan dan non-perkotaan, daerah jawa dan luar jawa, serta latar belakang pendidikan pemilih.

6. REFERENSI

- [1] A. Mellaz and K. Augustyati, "Keserentakan Pemilu: Pelaksanaan Pemilu Menuju Pemilu

- Nasional,” *J. Pemilu dan Demokr.*, vol. Vol.5, pp. 185–221, 2013.
- [2] M. Alie, *Pemasaran Politik di Era Politik Multipartai*. Jakarta: Expose, 2013.
- [3] R. B. Ikhsan and M. S. Shihab, “Political Marketing Mix dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Lampung,” *J. Manaj. dan Bisnis Sriwij.*, vol. 8, no. 16, pp. 30–40, 2010.
- [4] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, Fifteenth. England: Pearson Education Limited, 2014.
- [5] I. Hamad, “Memahami Komunikasi Pemasaran Politik,” *Mediator*, vol. 9, no. 2, pp. 147–162, 2008.
- [6] V. Johansson, “Political Marketing and the 2008 U.S. Presidential Primary Elections,” University of Gavle, 2008.
- [7] D. Supriyanto, L. Wulandari, A. Pransiska, Natalia, and Catherine, “Dana Kampanye Pilkada Pengaturan Teknis tentang Sumbangan, Pengeluaran dan Pelaporan Berdasarkan UU No 1/2015 Juncto UU No 8/2015,” Jakarta, 2015.
- [8] A. Henderson, S. D. Brown, and K. Ellis-hale, “Voter Dealignment or Campaign Effects? Accounting for Political Preferences in Ontario,” pp. 1–12, 2004.
- [9] Irtanto, “Political Behavior of Voters on Mayoral Election of Kediri , East Java Indonesia,” *Acad. Res. Int.*, vol. 5, no. 2, pp. 309–325, 2014.
- [10] L. Agustino and M. A. Yusoff, “Pemilihan Umum dan Perilaku Pemilih: Analisis Pemilihan Presiden 2009 di Indonesia,” *J. Kaji. Polit. dan Masal. Pembang.*, vol. 5, no. 1, pp. 415–443, 2009.
- [11] D. S. Hillygus and S. Jackman, “Voter Decision Making in Election 2000: Campaign Effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy,” *Am. J. Pol. Sci.*, vol. 47, no. 4, pp. 583–596, 2003.
- [12] U. Suryatna, “Pengaruh Terpaan media Iklan Politik terhadap Perilaku Pemilih Pemula,” *J. Sos. Hum.*, vol. 2, no. 2, pp. 134–144, 2011.
- [13] R. Antunes, “Theoretical models of voting behaviour,” *Exedra*, vol. 4, pp. 145–170, 2010.
- [14] A. Nursal, *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- [15] J. Potters, R. Sloof, and F. van Winden, “Campaign expenditures, contributions and direct endorsements: The strategic use of information and money to influence voter behavior,” *Eur. J. Polit. Econ.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–31, 1997.
- [16] Firmanzah, *Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas*, Edisi ke-3. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012.
- [17] Komisi-Pemilihan-Umum, *Peraturan Komisi Pemilihan Umum No 7 Tahun 2015 tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota*. Indonesia, 2015, pp. 1–49.
- [18] A. P. Wicaksono, “Perilaku Pemilih dalam Pemilihan Kepala Daerah Langsung (Studi Penelitian pada Pemilihan Gubernur/Wakil Gubernur Jawa Tengah Tahun 2008 di Kota Semarang,” Universitas Diponegoro, 2009.
- [19] L. Percy, *Strategic Integrated Marketing Communications*. Burlington, USA: Elsevier Inc., 2008.
- [20] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall, 2012.
- [21] C. Mihart (Kailani), “Modelling the Influence of Integrated Marketing Communication on Consumer Behaviour: An Approach based on Hierarchy of Effects Concept,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 62, pp. 975–980, 2012.
- [22] O.-A. GHIU, “Integrated marketing communication in Politics?,” *Ann. “Stefan cel Mare”*

- Univ. Suceava*, vol. 9, no. 1, pp. 88–93, 2009.
- [23] Shakeel-Ul-Rehman and M. S. Ibrahim, “Integrated Marketing Communication and Promotion,” *Int. Ref. Res. J.*, vol. II, no. 4, pp. 187–191, 2011.
- [24] E. Luck and S.-L. Chapman, “THE IMC Concept and Political Marketing: Building a Brand Relationship With Voters,” in *Political Marketing Conference*, 2003, pp. 1–22.
- [25] P. B. Niffenegger, “Strategies for Success From the Political Marketing,” *J. Consum. Mark.*, vol. 6, no. 1, pp. 45–51, 1989.
- [26] M. Gunarto, *Membangun Model Persamaan Struktural (SEM) dengan Program Lisrel*. Palembang: Tunas Gemilang Press, 2013.

ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP TAX AVOIDANCE

Ahir Susilo Sudarman¹⁾, Henni Indriyani²⁾, Yeni Widyanti³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹aheruns@gmail.com

²henniinayah@yahoo.com

³yeniwidyanti@binadarma.ac.id

Abstract

The research are to examine the effect of corporate social responsibility (CSR) to tax avoidance. Variables examined in this research consisted of dependent variables is tax avoidance which measured by cash effective tax rate (CETR), and independent variables is corporate social responsibility which measured by CSR disclosure. The population in this research are 15 manufacturing companies sub-sectors of food and beverages which listed on BEI (Indonesian Stock Exchange) in the period of 2012-2014. Sample were selected by purposive random sampling method and finally obtained 10 manufacturing companies that fulfill the criteria. The analysis technique used in this research is simple regression. The result of analysis show that CSR variables negative effect on tax avoidance. This means csr does not have a significant effect on tax avoidance.

Keywords: Tax Planning, Corporate Social Responsibility

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan beban yang wajib dibayarkan oleh perusahaan kepada negara yang berdampak pada penurunan laba bersih perusahaan. Selain pajak, tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut *corporate social responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan yang menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan sesuai yang diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang No 40 tahun 2007 pasal 74.

Selama ini perusahaan beranggapan memiliki dua beban yang sama yaitu beban pajak dan beban CSR. Pada dasarnya kedua beban tersebut digunakan untuk mensejahterakan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan mulai mencari cara untuk meminimalkan kedua beban tersebut, salah satunya dengan meminimalkan pajak perusahaan melalui kegiatan *tax avoidance* atau penghindaran pajak.

Tax avoidance merupakan upaya untuk mengefisienkan beban pajak dengan cara menghindari pengenaan pajak dengan mengarahkannya pada transaksi yang bukan objek pajak. Walaupun secara literal tidak ada hukum yang dilanggar, semua pihak sepakat bahwa penghindaran pajak merupakan sesuatu yang secara praktik tidak dapat diterima. Oleh karena itu, untuk menutupi tindakan perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak, maka perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) kepada masyarakat agar mengubah persepsi negatif masyarakat terhadap perusahaan akibat praktik *tax avoidance*.

Perusahaan manufaktur merupakan jenis perusahaan yang paling banyak memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan, jika dibandingkan dengan jenis perusahaan yang lain. Hal ini menyebabkan bahwa perusahaan manufaktur lebih cenderung melakukan penghindaran pajak dari sisi kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *tax avoidance* pada perusahaan manufaktur dengan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2014. *Corporate social responsibility* diukur dengan *CSR disclosure*, sedangkan *tax avoidance* diukur dengan menggunakan *Cash Effective Tax Rate (CETR)* yaitu dengan membagi pembayaran pajak dengan laba sebelum pajak, mencerminkan jika semakin rendah CETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin tinggi tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. *Tax Avoidance*

Pohan (2013:11) mendefinisikan *tax avoidance* adalah upaya mengefisienkan beban pajak dengan cara menghindari pengenaan pajak dengan mengarahkannya pada transaksi yang bukan objek pajak. Menurut Ilyas dan Priantara (2013:16), bahwa *tax avoidance* adalah suatu proses manipulasi penghasilan secara legal yang masih sesuai dengan ketentuan-ketentuan perundang-undangan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak terutang.

Menurut Ilyas dan Priantara (2013:16), bahwa penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah suatu proses manipulasi penghasilan secara legal yang masih sesuai dengan ketentuan-ketentuan perundang-undangan perpajakan untuk memperkecil jumlah pajak terutang.

Tax avoidance dapat diukur dengan menggunakan *cash effective tax rates* (CETR). Menurut Lanis dan Richardson (2012) CETR digunakan sebagai proksi penghindaran pajak, rendahnya nilai CETR menjadi indikator pertanda dari aktivitas penghindaran pajak oleh perusahaan. *Cash effective tax rates* merupakan jumlah pembayaran pajak dibagi dengan laba sebelum pajak. Persamaan CETR dengan perhitungan sebagai berikut :

$$CETR = \frac{\text{Pembayaran Pajak}}{\text{Pendapatan Sebelum Pajak}}$$

Jika nilai CETR rendah (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin tinggi tingkat penghindaran pajaknya, sebaliknya semakin tinggi nilai CETR (mendekati 1) maka perusahaan dianggap semakin rendah tingkat penghindaran pajaknya.

2.2. *Corporate Social Responsibility*

Rudito dan Famiola (2013:1) mendefinisikan bahwa *corporate social responsibility* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Menurut Baker dalam Mardikanto (2014:95) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat, dan sebagai usaha untuk menarik pelanggan dari konsumen menjadi *customer*.

Corporate social responsibility diukur dengan menggunakan *CSR disclosure*. *CSR disclosure* merupakan sebuah bentuk pengkomunikasian CSR yang sudah dilakukan oleh sebuah perusahaan mengenai dampak sosial yang terjadi akibat kegiatan ekonomi perusahaan. Pengukuran *CSR disclosure* dilakukan dengan mencocokkan pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan tabel *checklist* sesuai indikator yang dikeluarkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*).

Tabel 2.1 Indikator Index GRI G3.1 (*Global Reporting Initiative*)

Indikator	Jumlah Item
Lingkungan	33
Tenaga Kerja	16
Hak Asasi Manusia	9
Masyarakat Sosial	12
Tanggung Jawab Produk	9
Total Items	79

Sumber : <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary>

2.3. *Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis*

Penelitian-penelitian terdahulu menjadi landasan dalam merumuskan hipotesis dalam penelitian

ini. Terdapat beberapa penelitian mengenai *tax avoidance* dan *corporate social responsibility*, diantaranya yaitu Octaviana dan Rohman (2014) meneliti mengenai pengaruh agresivitas pajak terhadap *corporate social responsibility* yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR, tetapi ukuran perusahaan, *leverage*, intensitas modal, *market to book ratio*, dan *return on asset* tidak memiliki pengaruh terhadap CSR, sehingga agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan Jessica dan Arianto (2014) mengenai pengaruh pengungkapan sosial terhadap agresivitas pajak yang menunjukkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh secara signifikan antara pengungkapan CSR terhadap tindakan pajak agresif perusahaan.

Berbeda dengan Putri, Zaitul dan Herawati (2014) dalam penelitiannya mengenai pengaruh *tax avoidance* terhadap mekanisme *corporate governance* dan *corporate social responsibility* yang menunjukkan secara signifikan *tax avoidance* berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian dan Operasional Variabel

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014.

Operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (variabel x) disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya atau yang menjadi penyebab terjadinya variabel dependen. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Variabel dependen (variabel y) disebut juga variabel terikat merupakan variabel yang memberikan reaksi / respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *tax avoidance*.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode tahun 2012-2014. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Merupakan perusahaan manufaktur dengan sub sektor makanan dan minuman yang di BEI.
2. Perusahaan manufaktur tersebut menerbitkan *annual report* untuk periode yang berakhir 31 Desember termasuk pengungkapan tanggung jawab sosial yang tersedia untuk publik selama tahun 2012-2014.
3. Perusahaan tidak memiliki laba sebelum pajak yang rugi atau negatif selama periode 2012-2014.
4. Laporan keuangan dinyatakan dalam Rupiah dan perusahaan tidak berpindah sektor selama tahun pengamatan.

Berdasarkan kriteria tersebut maka diperoleh 10 perusahaan yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini yang memenuhi kriteria-kriteria tersebut.

3.3. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data penelitian yang berupa angka-angka (Sujarweni :2015:89). Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan tahunan atau *annual report* yang diperoleh dari website bursa efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id.

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2012:270) analisis regresi sederhana adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel independen dan satu variabel dependen. Model regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Ket:

Y = Penghindaran Pajak (*Tax Avoidance*)

a = Konstanta, yaitu besarnya nilai Y ketika nilai X=0

b = arah Koefisien regresi, yang menyatakan perubahan nilai Y terjadi perubahan nilai X bila (+) maka arah garis akan naik, dan bila (-) maka garis akan turun

X = Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

3.4.2. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian ini adalah agar asumsi-asumsi yang mendasari model regresi linier dapat terpenuhi sehingga dapat menghasilkan penduga yang tidak bias.

Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa jenis uji, diantara adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian tidak terdapatnya masalah autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadinya heteroskedastisitas atau homoskedastisitas dengan menggunakan uji glejser.

3.4.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen.

3.4.4. Uji Hipotesis t

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan tingkat signifikansinya sebesar 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

Gambaran data dalam penelitian ini adalah data pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, laba bersih sebelum pajak, dan besaran pajak yang dibayarkan. Hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility</i>	30	.08	.35	.1670	.06854
Tax Avoidance	30	.05	1.22	.2907	.22003
Valid N (listwise)	30				

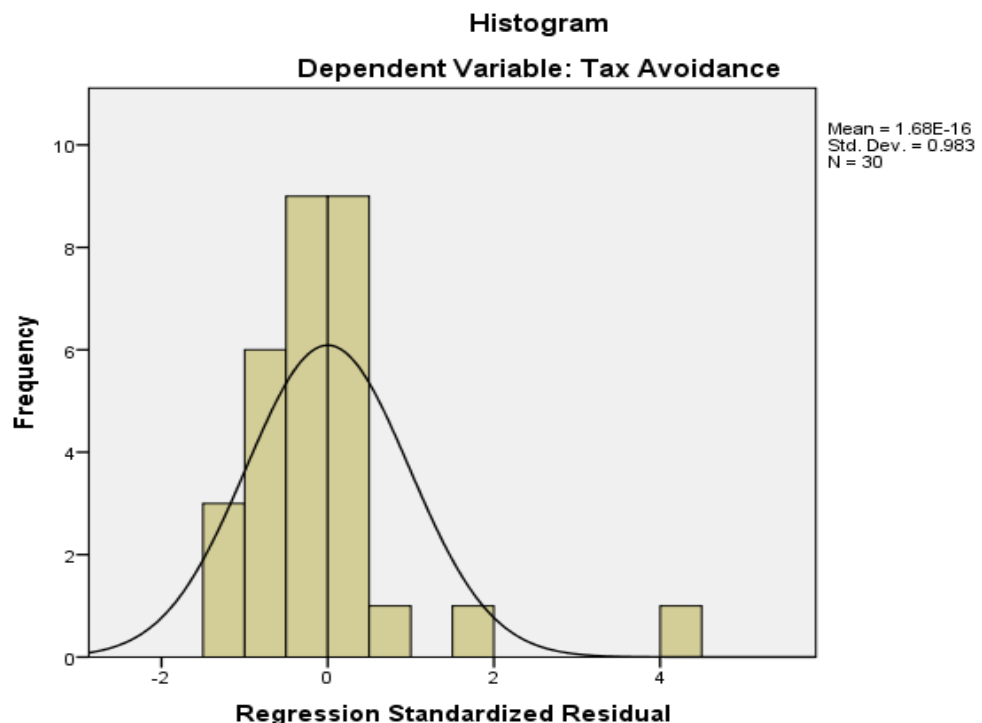
Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif pada 10 sampel perusahaan manufaktur maka dapat disimpulkan bahwa variabel x (*corporate social responsibility*) memiliki nilai *minimum* sebesar 0,08, nilai *maximum* sebesar 0,35, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1670 dan *standard deviation* sebesar 0,06854. Variabel y (*tax avoidance*) memiliki nilai *minimum* sebesar 0.05, nilai *maximum* sebesar 1.22, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,2907 dan *standard deviation* sebesar 0,22003.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan asumsi normalitas adalah dengan melakukan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis Grafik Histogram



Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan grafik histogram terlihat bahwa kurva berbentuk lonceng (*bell-shaped*), sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4.2
Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.21806921
	Absolute	.227
Most Extreme Differences	Positive	.227
	Negative	-.139
Kolmogorov-Smirnov Z		1.241
Asymp. Sig. (2-tailed)		.092

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan uji normalitas dengan melakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa jumlah data sampel sebanyak 30, *standard deviation* sebesar 0,218, dengan nilai residual sebesar 0,092 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi 5% ($0,092 > 0,050$), sehingga dapat disimpulkan nilai signifikansi residualnya berdistribusi normal.

4.2.2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dalam penelitian ini menggunakan nilai Durbin-Watson dengan kriteria sebagai berikut:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak adanya autokorelasi
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative

Tabel 4.3
Uji Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.133 ^a	.018	-.017	.22193	1.883

a. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: *Tax Avoidance*

Berdasarkan tabel 4.3 maka diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,883 yang berarti termasuk dalam kriteria ke 2 yaitu angka D-W diantara -2 dan +2 sehingga data dalam penelitian ini tidak terdapatnya autokorelasi.

4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji glejser dilakukan dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen

Tabel 4.4
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.168	.087		1.934	.063
1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	-.242	.481	-.094	-.502	.620

a. Dependent Variable: ABS_Res

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.4 uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari *corporate social responsibility* sebesar 0,620 lebih besar dari tingkat signifikansi 5% atau 0,05 ($0,620 > 0,05$) yang berarti dalam penelitian ini tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas.

4.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi R^2 mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.5
Uji Koefisien Determinasi R^2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.133 ^a	.018	-.017	.22193	1.883

a. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: *Tax Avoidance*

Berdasarkan hasil pada tabel 4.5 diketahui bahwa koefisien determinasi R^2 sebesar 0,133 atau 13,3% yang menunjukkan bahwa *tax avoidance* dipengaruhi oleh *corporate social responsibility* sebesar 13,3%, sedangkan 86,7% dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

4.4. Uji Hipotesis t

Uji hipotesis t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen mampu menerangkan variabel dependen.

Tabel 4.5
Uji Hipotesis t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.219	.108		2.025	.053
1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	.428	.601	.133	.711	.483

a. Dependent Variable: *Tax Avoidance*

Penelitian ini menggunakan sampel (n)=30 dan jumlah variabel independen dan dependen (k)=2, maka diperoleh $df=28$. Berdasarkan hal tersebut maka t_{tabel} sebesar 2,048 dan nilai t_{hitung} sebesar 0,711 hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,711 < 2,048$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Probabilitas kesalahan sebesar $0,483 > 0,05$ yang berarti t hitung berada pada daerah H_0 diterima dan H_a ditolak maka menunjukkan bahwa tidak terdapatnya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *tax avoidance*.

5. SIMPULAN

Hasil pengujian pengaruh variabel independen terhadap keberadaan variabel dependen yang dibuktikan secara uji koefisien determinasi dan uji hipotesis t maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*, yang ditunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat probabilitas kesalahan lebih besar daripada tingkat signifikansi (0,05). Terbukti secara uji koefisien determinasi, *tax avoidance* dipengaruhi *corporate social responsibility* sebesar 13,3%, sedangkan 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Tidak terdapatnya pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen, hal ini disebabkan karena metode pengukuran *corporate social responsibility* hanya menggunakan CSR disclosure (pengungkapan CSR), tidak dengan besaran jumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan akibat kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, karena besaran biaya yang dikeluarkan perusahaan tidak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Lalu, secara *tax avoidance* yang diukur dengan CETR hanya 3 tahun (2012-2014), sehingga tingkat *tax avoidance* (penghindaran pajak) tidak menunjukkan nilai yang signifikan, karena periode pengukuran bukan jangka panjang. Maka dalam penelitian ini disarankan bagi perusahaan agar besaran biaya dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, dan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan perhitungan CETR jangka panjang (10 tahun).

6. REFERENSI

- [1] Urip. 2014. Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Tangerang Selatan.
- [2] Sari, Diana. 2013. Konsep Dasar Perpajakan. Edisi Pertama. PT. Refika Aditama. Bandung.
- [3] Bursa Efek Indonesia. Dipetik November 3, 2015, dari www.idx.co.id
- [4] Famiola, Rudito. 2013. Corporate Social Responsibility. Rekayasa Sains. Bandung.
- [5] Sujarweni. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru. Yogyakarta.
- [6] Pohan. 2013. Manajemen Perpajakan. Edisi Revisi. Gramedia. Jakarta.
- [7] Agoes, Trisnawati. 2013. Akuntansi Perpajakan. Edisi 3. Salemba Empat. Yogyakarta.
- [8] Octaviana, N.E. (2014). *Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility : Untuk Menguji Teori Legitimasi Perusahaan Manufaktur 2011-2013*. Diponegoro: Universitas Diponegoro.
- [9] Putri, P.A. (2014). *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance*. Sumatera Barat: Universitas Bung Hatta.
- [10] Jessica (2014). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak*. Jawa Timur: Universitas Kristen Petra.
- [11] Andreas A (2011). Pajak dan CSR di Indonesia. <http://taxationindonesia.blogspot.co.id/2011/01/pajak-dan-csr-di-indonesia-satu.html>. Diakses tanggal 29 Januari 2016.
- [12] Direktorat Jenderal Pajak. 2014. Undang-undang PPh dan Peraturan Pelaksanaannya. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Jakarta.
- [13] Direktorat Jenderal Pajak. 2014. Undang-undang KUP dan Peraturan Pelaksanaannya. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Jakarta.
- [14] Direktorat Jenderal Pajak. 2014. Susunan Dalam Satu Naskah Undang-undang Perpajakan. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Jakarta.
- [15] Direktorat Jenderal Pajak. 2014. Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Jakarta

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESIAPAN PENERAPAN AKUNTANSI DESA (Studi pada Lima Desa di Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir)

Ayu Lestari¹⁾, Sitti Nurhayati Nafsiah²⁾, Jaka Darmawan³⁾
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang
¹ayu210494@gmail.com
²siti_nurhayati@binadarma.ac.id
³jakadarmawan@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to determine the readiness of the village in the application of accounting villages, especially in facing the village grants when seen from Human Resources, Facilities, Education and Training Background. This research was conducted in five villages in the district of North Indralaya, the Village Semambu Island, Island of Kabal, Payakabung, Sungai Rambutan and Palembang with 6 respondents from each village, but returned the questionnaire is as 23. Thus, the sample in this study were 23 respondents, The analytical method used in this research is descriptive quantitative method. The results showed that of the five villages had been prepared in the application of accounting villages, especially in facing the aid of the village, but the village is not yet fully ready because there are still obstacles in the application of accounting village. The main factors that become an obstacle is understanding of Accounting village because there is a lack of training by the government this is evidenced by the results of the t test of 0.000, and the facilities available to support the implementation of government programs villages and the central government this is proved by the results of the t test of 0.000.

Keywords: Accounting Village, Readiness Village, Village Aid Fund.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam UU No. 6 Tahun 2014 tentang Desa, Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau adat istiadat setempat yang diakui dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Untuk melaksanakan tugas dan urusan yang ada di desa tersebut, maka diperlukan dukungan sumber daya, baik personil, peralatan/perengkapan penunjang, dan dana. Berdasarkan Undang-undang No. 6 Tahun 2014, pemerintah menjanjikan setiap desa akan mengantongi jatah anggaran Rp. 1 miliar. Namun, nilai tersebut baru dapat terealisasi mulai tahun depan, dan meningkat Rp. 1,4 miliar di tahun 2017 (BPPK.Kemenkeu. 2015).

Menurut Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (DPD TT) Marwan Ja'far mengatakan bahwa, desa tidak hanya menerima bantuan dana desa dari pemerintah pusat. Tetapi desa juga mengantongi alokasi dana desa yang bersumber dari APBD. Sehingga, menimbulkan kewajiban bagi pemerintah desa untuk melaporkan pertanggungjawaban penggunaan dana tersebut.

Dalam hal ini, IAI akan memberikan konsep akuntansi desa yang sesuai regulasi dan mengarahkan semua anggota di seluruh wilayah untuk ikut membantu. pelatihannya sederhana, berupa pemahaman dasar akuntansi, contohnya, cara mencatat kas yang diterima dan dikeluarkan dengan benar serta sesuai kondisi sebenarnya. Juga mencatat aset yang diberikan dan peruntukannya. Pemahaman dasar ini penting bagi perangkat desa karena apabila perangkat desa tidak memahaminya akan terjadi kesalahan (IAI global. 2015).

Berdasarkan uraian diatas dalam penulisan ini, penulis tertarik untuk mengambil judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KESIAPAN PENERAPAN AKUNTANSI**

DESA DALAM MENYONGSONG DANA BANTUAN DESA (STUDI PADA LIMA DESA DI KECAMATAN INDRALAYA UTARA KABUPATEN OGAN ILIR)”

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Dana Desa Menurut Undang-undang No.6 Tahun 2014

Menurut Undang-undang No.6 tahun 2014 menjelaskan bahwa desa nantinya pada tahun 2015 akan mendapatkan kucuran dana sebesar 10% dari APBN. Dimana kucuran dana tersebut tidak akan melewati perantara. Dana tersebut akan langsung sampai ke desa. Tetapi jumlah nominal yang diberikan kepada masing-masing desa berbeda tergantung dari geografis desa, jumlah penduduk, dan angka kematian. Alokasi APBN yang sebesar 10% tadi, saat diterima oleh desa akan menyebabkan penerimaan desa yang meningkat. Penerimaan desa yang meningkat ini tentunya diperlukan adanya laporan pertanggungjawaban dari desa. Laporan pertanggungjawaban itu berpedoman pada Permendagri No.113 tahun 2014.

2.1.2 Akuntansi Desa, Keuangan Desa dan Pengelolaan Desa

Akuntansi Desa adalah pencatatan dari proses transaksi yang terjadi di desa, dibuktikan dengan nota-nota kemudian dilakukan pencatatan dan pelaporan keuangan sehingga akan menghasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan yang digunakan pihak-pihak yang berhubungan dengan desa (Sujarweni, 2015;17).

Pihak-pihak yang menggunakan informasi keuangan desa di antaranya adalah :

1. Masyarakat Desa
2. Perangkat Desa
3. Pemerintahan Daerah
4. Pemerintahan Pusat

Laporan Keuangan desa menurut Pemendagri No.113 Tahun 2014 yang wajib dilaporkan oleh pemerintahan desa berupa :

1. Anggaran
2. Buku kas
3. Buku pajak
4. Buku bank
5. Laporan realisasi Anggaran (LRA)

2.1.3 Peran Masyarakat dalam Penyusunan APB-Desa

Menurut Wahjudin (2011) dalam buku Sujarweni (2015) Peran masyarakat dalam proses penyusunan anggaran adalah :

1. Memberikan masukan kepada BPD dan Pemerintah Desa.
2. Membuat dan mengusulkan Rancangan Anggaran alternatif (tandingan) terhadap Rancangan anggaran desa yang diajukan oleh Kepala Desa dan atau BPD.
3. Terikat aktif dalam Rapat dengan Pendapat atau Rapat Paripurna Pembahasan dan Penetapan anggaran desa.
4. Memberikan dukungan terhadap Rancangan anggaran desa yang partisipatif, transparan, akuntabel, memihak kepentingan dan kesejahteraan masyarakat.

Peran masyarakat dalam proses pelaksanaan anggaran desa, diantaranya adalah :

1. Melakukan pengawasan pelaksanaan anggaran desa.
2. Menyampaikan fakta dan bukti penyimpangan pengelolaan anggaran desa kepada pihak-pihak

terkait.

3. Bersedia menjadi saksi atas penyimpangan pengelolaan anggaran desa.
4. Menyampaikan usulan perubahan anggaran desa.
5. Mendorong pihak terkait untuk melaksanakan anggaran desa secara disiplin.

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh sumber daya manusia terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh firmansyah dan raja (2012) menyatakan bahwa Sumber daya manusia desa memiliki pengaruh dalam pengelola keuangan desa karna pengetahuan dan kemampuan perangkat desa tentang akuntansi masih sangat terbatas dan rendah. Selain itu tokoh masyarakat juga kurang terlibat dalam pengelolaan keuangan desa, sehingga partisipasi masyarakat terhadap APBDesa bahkan relatif tidak ada. Kebanyakan tokoh masyarakat yang memiliki kemampuan dan pemahaman tentang keuangan dan pembangunan desa memiliki sikap yang kurang simpatik. Maka peneliti ingin menguji kembali dalam hipotesis sebagai berikut:

H1 : Sumber daya manusia berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

2.2.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Firmansyah dan Raja (2012) juga menyatakan bahwa kurang tersedianya fasilitas pendukung di desa dapat mempengaruhi kinerja perangkat desa dalam pembuatan laporan keuangan, sehingga laporan keuangan desa lebih banyak diupahkan melalui rental komputer dan memakan waktu yang cukup lama serta membutuhkan biaya yang cukup besar untuk membuat laporan keuangan desa tersebut. Maka peneliti ingin menguji kembali dalam hipotesis sebagai berikut:

H2 : Fasilitas berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

2.2.3 Pengaruh Latar Belakang Pendidikan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Wangi dan Ritonga (2010) juga menjelaskan bahwa anggota dari organisasi sektor publik khususnya yang terlibat dalam penyusunan APBD hendaknya memiliki dasar ilmu yang berkaitan dengan sistem penyusunan anggaran. Eksekutif daerah yang memiliki latar belakang pendidikan akuntansi atau ekonomi akan lebih teliti dan detil dalam penyusunan anggaran karena dianggap lebih memahami sistem penyusunan anggaran. Dengan pemahaman tersebut tentunya dapat mempengaruhi proses penyusunan APBD dalam upaya penerapan akuntansi desa. Maka peneliti ingin menguji ke dalam hipotesis sebagai berikut:

H3 : Latar Belakang Pendidikan berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

2.2.4 Pengaruh Pelatihan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Menurut jurnal Sista Saka Dewi (2012) dalam jurnalnya, pengaruh pelatihan terhadap kinerja pegawai. dapat disimpulkan dari hasil analisis regresi tentang adanya pengaruh antara pelatihan dengan kinerja pegawai disebutkan pelatihan sangat berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Kondisi tingkat pemahaman akuntansi para pegawai pemerintahan di Desa yang bekerja di bagian keuangan/akuntansi masih jauh dari yang diharapkan. Diperlukan upaya untuk meningkatkan kemampuan pegawai dan pelatihan di bidang akuntansi. Maka peneliti ingin menguji ke dalam hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pelatihan berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

3. Objek dan metodologi Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah 5 Desa di Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir.

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

a. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu asset organisasi yang menjadi tulang punggung suatu organisasi dalam menjalankan aktivitasnya dan sangat berpengaruh terhadap kinerja dan kemajuan organisasi. Satu-satunya sumber daya yang memiliki kekuasaan untuk merencanakan dan mengendalikan sumber daya yang lain dalam organisasi, karna sumber daya yang memiliki kekuasaan untuk merencanakan dan mengendalikan kegiatannya sendiri. Dengan demikian sumber daya manusia berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

b. Fasilitas

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi, dan salah satu sarana pendukung untuk menciptakan suasana kerja yang baik. Fasilitas kerja adalah sarana pendukung dalam aktivitas organisasi berbentuk fisik, dan digunakan dalam kegiatan normal organisasi, memiliki jangka waktu kegunaan dan relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. Dengan demikian fasilitas yang tersedia berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

c. Latar Belakang Pendidikan

Bamber et al. (2010) menyatakan bahwa manajer yang berlatar pendidikan keuangan atau akuntansi mendukung anggaran yang lebih detail dan teliti, yang menunjukkan bahwa manajer yang memiliki latar belakang pendidikan keuangan atau akuntansi dapat mengembangkan dan menciptakan kinerja yang lebih tinggi. Dengan demikian latar belakang berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

d. Pelatihan

Pelatihan adalah suatu usaha meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan latihan Hasibuan (2010 : 69). Dengan demikian Pelatihan berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

3.2.1.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Akuntansi Desa adalah pencatatan dari proses transaksi yang terjadi di desa, dibuktikan dengan nota-nota kemudian dilakukan pencatatan dan pelaporan keuangan sehingga akan menghasilkan informasi dalam bentuk laporan keuangan yang digunakan pihak-pihak yang berhubungan dengan desa (Sujarweni, 2015;17).

3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Dari jumlah populasi kelima desa tersebut sebanyak 53 Perangkat Desa, maka diambil sampel sebanyak 30 responden dari seluruh desa yang menjadi objek tersebut

Adapun kriteria penentuan dalam sampel dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Merupakan Perangkat desa di Desa yang menjadi objek.
2. Perangkat desa yang memiliki wewenang untuk mengelola keuangan desa.
3. Bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan terkait dengan indikator-indikator yang dijadikan variabel pada penelitian ini.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Yaitu data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung terhadap objek penelitian ini, baik melalui pengamatan, wawancara, dan kuesioner. Adapun data primer berasal dari informasi yang akan diperoleh dari para perangkat desa di kecamatan Indralaya Utara (sanusi, 2014;104).

3.2.4 Analisis Regresi

$$KPAD = \alpha + \beta_1SDM + \beta_2FLTS + \beta_3LBP + \beta_4PLTH + e$$

Keterangan :

KPAD : kesiapan penerapan akuntansi desa

α : Konstanta

β : koefisien regresi

SDM : Sumber daya manusia

FLTS : Fasilitas

LBP :Latar belakang pendidikan

PLTH :Pelatihan

e : Standar Error

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

4.1.1 Uji Validitas dan Reabilitas

4.1.1.1 Uji Validitas

Setelah dilakukan uji validitas pada setiap pertanyaan yang ada maka masing-masing item penyusun konstruk variabel yang menunjukkan nilai *Corrected item-total correlation* yang berada diatas nilai r tabel (n-2) = 21, yaitu 0,433. Dengan demikian, item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

4.1.1.2 Uji Reabilitas

Ssetelah dilakukan uji reabilitas pada program spss, maka hasil yang didapat semua variabel menunjukkan nilai Alpha yang berada diatas 0,6. Dengan demikian, masing-masing konsep variabel tersebut adalah reliabel sehingga layak digunakann sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

4.1.2 Uji Asusmsi Klasik

Pada uji asumsi klasik, semua variabel independen bebas dari uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas.

4.1.3 Uji Hipotesis

4.1.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai *adjusted R²* sebesar 0,514 yang memilikiartibahwa51,4% pengaruh akuntansi desadapatdijelaskanoleh variable Sumber daya manusia, fasilitas, Latar Belakang pendidikan, dan pelatihan. Sedangkansisanya 48,6 % dipengaruhiolehvariabel lain di luar model.

4.1.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test, didapat F hitungsebesar8,479denganprobabilitassebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis alternative diterima. Hal ini berarti model regresi dapat digunakan untuk memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi akuntansi desa atau dapat dikatakan variable SDM, Fasilitas, Latar Belakang

Pendidikan, dan Pelatihan berpengaruh terhadap variable dependennya yaitu Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa.

4.1.3.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil uji statistik t, terlihat bahwa variabel sumber daya manusia (SDM), dan Latar Belakang Pendidikan (LBP) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan terhadap Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa dengan nilai signifikan diatas 5%. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikan untuk sumber daya manusia dan latar belakang pendidikan masing-masing sebesar 0,117 dan 0,082 (sig <5%). Ada pun hasil hasil uji dari variabel Fasilitas dan Pelatihan menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa dengan nilai signifikan 5%. Hal ini dapat dilihat dari nilai profitabilitas signifikan untuk fasilitas dan pelatihan masing-masing sebesar 0.000 dan 0,000 (sig < 5%).

Setelah melakukan analisis regresi moderasi dari hasil uji spss, maka nilai-nilai koefisien regresi tersebut dapat dimasukkan ke dalam persamaan regresi yang disusun dalam persamaan regresi moderasi sebagai berikut:

$$KPAD = 9,851 - 0,522 \text{ SDM} + 0,876 \text{ FLTS} + 1,023 \text{ LBP} + 1.007 \text{ PLTH}$$

4.2 Pembahasan

Untuk memperjelas dan mempermudah dalam membaca hasil analisis data, maka akan di tampilkan hasil analisis data dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4,1
Hasil Analisis Data

No.	Variabel X	Variabel Y	Hasil	Keterangan
1.	Sumber Daya Manusia	Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa	0,117	Tidak Berpengaruh
2.	Fasilitas	Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa	0,000	Berpengaruh
3.	Latar Belakang Pendidikan	Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa	0,082	Tidak Berpengaruh
4.	Pelatihan	Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa	0,000	Berpengaruh

4.2.1 Sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keputusan Sumber daya manusia tidak pengaruh signifikan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa dengan nilai 0,117 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Hal ini menggambarkan bahwa sumber daya manusia yang handal memang dibutuhkan pada desa-desa yang akan menerapkan akuntansi desa. Akan tetapi, sumber daya manusia yang handal disini bukan hanya manusia-manusia yang memiliki kemampuan dan keterampilan dibidang akuntansi sejak lama atau ahli. Tetapi, manusia yang mau mencari pengetahuan dan menggali keterampilannya sendiri untuk mampu mengerti tentang akuntansi desa, karna untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan itu tidak hanya didapat dari pendidikan formal. Sehingga, dengan demikian sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

4.2.2 Fasilitas berpengaruh positif terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Hal ini menggambarkan bahwa fasilitas yang memadai sangat dibutuhkan untuk menunjang aktivitas rutin yang terjadi di kantor desa serta untuk menjalankan program-program desa. Akan tetapi, dalam melaksanakan program-program desa agar mendapatkan hasil yang optimal, sudah tentu harus didukung oleh fasilitas-fasilitas yang memadai. Dengan demikian, akuntansi desa yang akan diterapkan di desa tersebut pada prinsipnya wajib diprioritaskan di desa dalam menunjang terlaksananya program pemerintah yang mana perlu ada tindakan berupa pembinaan dan pengawasan dari Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota setempat sehingga akuntansi desa dapat diterapkan dengan optimal. Seperti hasil wawancara saya kepada sekretaris desa sungai rambutan bapak Asyofianto bahwa “ di desa kami tidak memiliki perangkat komputer atau laptop seperti desa lainnya, disini kami masih memakai mesin tik untuk membuat surat, membuat laporan keuangan, dan laporan pertanggung jawaban dan akibatnya adalah kami pernah telat melaporkan laporan keuangan sampai 7 hari.” Sehingga dengan demikian fasilitas memiliki pengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

4.2.3 Latar belakang pendidikan tidak berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keputusan latar belakang pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa dengan nilai 0,083 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Hal ini digambarkan bahwa latar belakang pendidikan yang dimiliki oleh perangkat desa tidak memiliki pengaruh dalam kesiapan penerapan akuntansi desa karena perangkat desa tidak harus mempunyai latar belakang pendidikan akuntansi dalam kesiapan penerapan akuntansi ini tetapi penerapan akuntansi desa juga dapat terlaksana karna adanya orang-orang yang mau belajar dan bertanggung jawab terhadap tugas dan kewajibannya. Sehingga, dengan demikian Latar Belakang Pendidikan tidak berpengaruh terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa.

4.2.4 Pelatihan berpengaruh positif terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pelatihan memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Hal ini digambarkan bahwa untuk menerapkan sesuatu yang baru itu dibutuhkan pelatihan atas apa yang akan diterapkan. Pelatihan dan sosialisasi ini menjadi salah satu faktor dalam kesiapan penerapan akuntansi desa karna pendidikan perangkat desa yang rata-rata bukan latar belakang pendidikan ekonomi akuntansi khususnya, sehingga rendahnya tingkat pemahaman tentang Akuntansi desa karna masih kurangnya sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan pemerintah. Artinya dengandemikianPelatihandapatdijadikanindikatordalammenentukanKesiapan Penerapan Akuntansi Desa. Jadi, hasil analisis ini menerima hipotesis bahwa Pelatihan berpengaruh positif terhadap Kesiapan Penerapan Akuntansi Desa.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

1. Rata-rata jawaban seluruh responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi akuntansi desa adalah sebesar 3,64. Hal ini berarti faktor-faktor yang mempengaruhi akuntansi desa dapat

dikategorikan baik. Setra rata-rata jawaban seluruh responden mengenai kesiapan penerapan akuntansi desa adalah sebesar 3,44. Hal ini menggambarkan bahwa kesiapan desa dalam menerapkan akuntansi desa sudah baik. Itu artinya, penelitian menunjukkan bahwa dari lima desa yang menjadi sampel telah siap dalam penerapan akuntansi desa khususnya dalam menyongsong dana bantuan desa, namun desa belum sepenuhnya siap karena masih ada kendala dalam penerapan akuntansi desa. Faktor utama yang menjadi penghambat adalah Pemahaman tentang Akuntansi desa karena masih kurangnya sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan pemerintah dan fasilitas yang tersedia di desa kurang memadai sehingga menjadi kendala dalam menunjang terlaksananya program desa.

2. Dari hasil regresi dinyatakan terdapat hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi akuntansi desa terhadap kesiapan penerapan akuntansi desa. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dijelaskan bahwa semakin terpenuhinya faktor-faktor yang mempengaruhi akuntansi desa maka akan semakin siap suatu desa dalam menerapkan akuntansi desa yang berlaku umum.

6. REFERENSI

- [1] Anwar, Misbahul dan Bambang Jatmiko.2012. "Kontribusi Dan Peran Pengelolaan Keuangan Desa Untuk Mewujudkan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa Yang Transparansi Ngaglik, Sleman, Yogyakarta)."Jurnal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- [2] Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Kementerian Keuangan. Publikasi Artikel Keuangan Umum Dana Desa. Available at (www.bppk.kemenkeu.go.id) Diakses pada tanggal 5 november 2015.
- [3] Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan. Publikasi Artikel Kawal Keuangan Desa. Available at (www.bpkp.go.id). Diakses pada tanggal 9 November 2015.
- [4] Bamber, Linda S., Jiang, Jhon (Xuefeng)., and Wang, Isabel Y. 2010. What's My Style? The Influence of Top Managers on Voluntary Corporate Financial Disclosure. The Accounting Review, Vol. 85, No. 4, pp: 1131-1162.
- [5] Carton Master. 2014. Mekanisme Pengawasan Dana Desa. Available at. (www.kartonmedia.blogspot.co.id) Diakses pada tanggal 2 november 2015.
- [6] Irna, Hesti Rahmawati.2015. "Analisis Kesiapan Desa dalam Implementasi Penerapan Undang-undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa (Studi pada Delapan Desa di Kabupaten Sleman)." Jurnal Universitas Cokroaminoto. Yogyakarta.
- [7] Firmansyah dan Raja Muhammad Amin. 2012."Pengelolaan Keuangan Di Desa Pulau Lawas Kecamatan Bangkinang Seberang Kabupaten Kampar Tahun 2012."Jurnal Kampus Bina Widya:1-12.
- [8] Hamzah, Andi.2015. Tata Kelola Pemerintahan Desa Menuju Desa Mandiri, Sejahtera, dan Partisipatoris. Penerbit Pustaka. Jawa Timur.
- [9] Ikatan Akuntansi Indonesia. 2014. Belum Melek Akuntansi, Aparatur Bakal Kesulitan Kelola Dana Desa. Available at. (www.iaiglobal.or.id) Diakses pada tanggal 1 november 2015.
- [10] Kementerian Dalam Negeri. 2015. Kucuran Dana Desa. Tahun 2016. Available at. (www.kemendagri.go.id) Diakses pada tanggal 1 november 2015.
- [11] Merdiasmo. 2009. Akuntansi Sektor Publik. CV.Andi Offset. Yogyakarta.
- [12] Negeri Pesona. 2014. Persiapan Pengelolaan Dana Bantuan Untuk Desa. Available at. (www.negeripesona.com) Diakses pada tanggal 1 november 2015.
- [13] Nordiawan, Deddy. 2006. Akuntansi Sektor Publik. Salemba Empat. Jakarta.
- [14] Patrick A. 2007. The Determinants of Organizational Innovativeness: The Adoption of

- GASB 34 In Pennsylvania Local Government. Thesis of The Pennsylvania State University.
- [15] Sarbani, Arifin dan Ghozali. 2001. Pokok-pokok Akuntansi Pemerintahan. BPFE. Yogyakarta.
- [16] Sanusi, Anwar. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- [17] Siko Dian SigitWiyanto. 2014. Artikel Publikasi Agar Dana DesaTerkawal. Available at. (www.Kemenkeu.go.id) Diakses tanggal 5 November 2015.
- [18] Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Akuntansi Desa Pedoman Tata Kelola Keuangan Desa. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- [19] Sujarweni, V. Wiratna. 2015. SPSS untuk Penelitian. Pustaka Biru Press. Yogyakarta.
- [20] Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- [21] Taufiq, Taufeni. 2011." Pengelolaan Keuangan Desa dalam Sistem Keuangan Negara Republik Indonesia." Jurnal Universitas Bina Widya. Riau.
- [22] Thomas. 2013. "Pengelolaan Alokasi dana Desa dalam upaya meningkatkan Pembangunan di Desa Sebwang Kecamatan Sesayap Kabupaten Tana Tidung." Jurnal Universitas Mulawarman Kalimantan Utara.
- [23] Wahjudin, Sumpeno. 2011. Perencanaan Desa Terpadu Cetakan Kedua. Penerbit Read.
- [24] Wangi dan Ritonga. 2010. Identifikasi Faktor-faktor penyebab terjadinya Keterlambatan dalam penyusunan APBD (Studi kasus Kabupaten Rejang Lebong Tahun Anggaran 2008-2010). Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- [25] Undang-UndangRepublik Indonesia Nomor 6Tahun 2014 tentangDesa.
- [26] Peraturan MenteriDalam Negeri Nomor113Tahun 2014tentang PengelolaanKeuangan Desa.

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, KINERJA KEUANGAN DAN TINGKAT EKONOMI MAKRO TERHADAP KEBIJAKAN BUYBACK

Chandra Kurniawan¹⁾, Verawaty²⁾, Ade Kemala Jaya³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹chandrack130794@yahoo.com

²Verawaty_mahyudin@yahoo.com

³Jaya_ade@yahoo.com

Abstract

Abstract This study examined the effect of ownership structure, financial performance and the macro-economic level to firms in Indonesia for their stock repurchase policy aims to distribute excess cash to shareholders. This research was conducted on the 11th Company of the 17th Company to buy back in the Indonesia Stock Exchange 2013-2014, who were selected through purposive sampling techniques and analytical methods used in this research is Multiple Regression Analysis. The results of this study prove that: Owners institutional and managerial had no influence on policy buybacks, Profitability has no influence on policy buybacks, Free Cash Flow has a positive and significant impact on the policy of the buyback, the size of the company does not have an influence on policy buyback, exchange rate has no effect the buyback policy.

Keywords: Stock Repurchase , Ownership Structure, Profitability, Free Cash Flow, Exchange.

1. PENDAHULUAN

Di pasar modal, harga saham suatu perusahaan dapat dijadikan sebagai salah satu tolok ukur baik tidaknya kinerja perusahaan tersebut, sehingga dapat dikatakan dalam kondisi yang wajar dan normal, semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan, harga sahamnya juga semakin membaik (meningkat). Dengan demikian, wajar jika emiten perlu menjaga harga sahamnya agar mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Pembelian kembali saham dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif yang dapat dipakai oleh emiten untuk meningkatkan kembali harga sahamnya yang telah jatuh di pasar. Dengan pembelian kembali saham maka berakibat pada naiknya laba per saham (*earning per share*) yang dapat berakibat menaikkan harga saham di pasar. Di samping itu, dengan pembelian kembali saham, saham yang dimiliki oleh masyarakat akan berkurang (*supply* berkurang), akibatnya adalah harga saham akan naik (dengan asumsi jumlah permintaan terhadap saham tersebut tetap (Fakhrudin, 2008 dalam Komaeroh 2015)).

Dalam situasi yang sulit, dimana harga saham perusahaan yang dijual di Bursa Saham mengalami penurunan harga, maka perusahaan menerapkan strategi untuk membeli kembali saham yang telah dijual. Saham-saham yang telah dibeli kembali perusahaan nantinya akan dicatat sebagai *stock repurchase* dan perusahaan yang telah membeli kembali saham yang dijual bisa mengalihkan saham itu dengan berbagai cara. Dengan demikian dapat dikatakan permintaan akan naik dan otomatis harga saham pun akan naik. Pembelian kembali saham adalah suatu aksi korporasi yang dilakukan perusahaan untuk membeli kembali sahamnya yang telah beredar di pasar bursa.

Menurut *signaling hypothesis*, pembelian kembali saham oleh perusahaan sebagai indikasi bahwa saham dinilai terlalu rendah atau *undervalued* (Vermaelen, 1981 dalam Perdana dan Harahap, 2014). Perusahaan membeli kembali sahamnya setelah terjadi penurunan pada harga sahamnya dan harga menjadi lebih stabil setelah pembelian kembali saham (Ginglinger dan Hamon, 2006 dalam Perdana dan Harahap 2014). Jadi, pembelian kembali saham ini bisa sebagai strategi untuk mempertahankan likuiditas saham perusahaan atau bahkan meningkatkannya. Pengumuman pembelian kembali saham juga memberikan isyarat bahwa perusahaan memiliki *free cash flow* yang berlebih atau

tingkat profitabilitas perusahaan sedang dalam kondisi yang bagus. Oleh karena itu, harga saham akan meningkat dan diharapkan akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

Disamping itu, pembelian kembali saham ini juga merupakan sarana bagi pemegang saham untuk mengawasi kinerja manajer. Menurut El Houcine (2013) segala bentuk pendistribusian *cash flow (payout)* kepada pemegang saham merupakan mekanisme yang efisien untuk mengurangi konflik keagenan. Dividen dan pembelian kembali saham beredar termasuk bentuk pendistribusian *cash flow* kepada pemegang saham yang digunakan sebagai instrumen oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada pemegang saham. Mereka berpendapat bahwa dividen dan pembelian kembali saham akan dianggap oleh para pemegang saham sebagai suatu sinyal atas kondisi dan prospek suatu perusahaan.

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kebijakan pembelian kembali saham beredar oleh suatu perusahaan, diantaranya faktor internal Struktur kepemilikan terdiri dari kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial, kinerja keuangan terdiri dari *free cash flow*, Ukuran Perusahaan serta profitabilitas dan faktor eksternal yaitu ekonomi makro. Ketiga faktor yang mempengaruhi kebijakan pembelian kembali saham tersebut, merupakan indikator yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya dalam melakukan kebijakan.

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh struktur kepemilikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham menunjukkan bahwa investor institusional secara positif mempengaruhi pembelian kembali saham karena investor institusional dapat mengontrol manajer dengan memaksa mereka membeli kembali saham perusahaan yang beredar untuk membayar (mendistribusikan) kelebihan *cash flow* yang dimiliki perusahaan kepada investor institusional. Hal itu ditujukan agar kelebihan *cash flow* tersebut tidak dihabiskan oleh manajer untuk berinvestasi di proyek dengan NPV negatif (El Houcine, 2013).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan Perdana dan Harahap (2014), tetapi terdapat perbedaan dengan penelitian tersebut ataupun penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Perdana dan Harahap (2014), menyarankan untuk menambahkan variabel yaitu kondisi ekonomi makro yang mungkin mempengaruhi kebijakan pembelian kembali saham. Sehingga variabel ekonomi makro yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai tukar (kurs), karena fluktuasi nilai tukar yang tinggi (Rachmawati, 2012) menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang dapat menurunkan kinerja keuangannya, sehingga berdampak pada turunnya nilai perusahaan dan akan mempengaruhi perusahaan dalam melakukan kebijakan pembelian kembali saham.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kepemilikan Intitusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain (Tarjo, 2008). Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme *monitoring* yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba. (Jensen, 1986 dalam Perdana dan Harahap, 2014).

2.2 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial adalah proporsi saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen (Suranta dan Midiastuty, 2003 dalam Perdana dan Harahap, 2014). Siallagan dan Machfoedz (2006) menyatakan, semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung untuk berusaha meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk

kepentingannya sendiri. berdasarkan *theory of entrenching the managers*, (Harvey *et al.*, 2003 dalam Perdana dan Harahap, 2014) menyatakan bahwa pada tingkat kepemilikan tertentu, manajer mengambil keuntungan dari *control power* yang memperkuat posisi mereka dan tidak untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini yang memperlihatkan dengan tingkat kepemilikan tertentu maka pihak manajemen dapat mempengaruhi kebijakan pembelian kembali saham.

2.3 Profitabilitas

Van Horne dan Wachowicz (2005) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (*return on total assets*). ROA sering disebut sebagai rentabilitas ekonomi memberikan informasi seberapa efisien suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. Selain berguna sebagai alat kontrol, juga berguna untuk keperluan perencanaan. Misalnya dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan kebijakan apabila perusahaan akan melakukan ekspansi Syamsuddin (2002). Sesuai pendapat tersebut maka ROA dapat juga mempengaruhi kebijakan pembelian kembali saham beredar.

2.4 Free Cash Flow

(Kieso *et al.*, 2007) mendefinisikan *free cash flow* sebagai jumlah arus kas diskresioner suatu perusahaan yang dapat digunakan untuk tambahan investasi, melunasi hutang, membeli kembali saham perusahaan sendiri (*Buy Back*) atau menambah likuiditas perusahaan. Menurut Jensen (1986) *free cash flow* adalah kelebihan kas yang dipelukan untuk mendanai semua proyek yang memiliki *net present value* positif setelah membagi dividen. *Free cash flow* pada perusahaan menunjukkan efek tambahan pada investasi atau disinvestment pada aset operasi. Penampakan *free cash flow* pada perusahaan menunjukkan kas yang bebas untuk digunakan sebagai pelunasan hutang atau imbal hasil ke pemegang saham.

2.5 Ukuran Perusahaan

SIZE (ukuran perusahaan) perusahaan didefinisikan sebagai total aktiva perusahaan dan dioperasionalisasi sebagai logaritma total aktiva ($\ln TA$). Faktor ini menjelaskan bahwa suatu perusahaan yang mapan dan besar memiliki akses yang lebih mudah ke pasar modal, sedangkan perusahaan kecil tidak mudah. Kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dapat diartikan adanya fleksibilitas dan kemampuan perusahaan untuk menciptakan hutang atau memunculkan dana yang lebih besar dengan catatan perusahaan tersebut memiliki rasio pembayaran dividen yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil. Gugler dan Yurtogul (2001) menemukan bahwa *dividend payout ratio* dipengaruhi secara negatif oleh *size* perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan cenderung mengurangi pembagian dividennya. Kemungkinan hal ini disebabkan karena pada perusahaan besar, manajemen mampu memanfaatkan *cash flow* untuk kepentingan pribadi karena pemegang saham tidak mampu mengendalikan perilaku manajemen.

2.6 Ekonomi Makro

Nilai tukar (kurs) merupakan sejumlah uang dari suatu mata uang tertentu yang dapat dipertukarkan dengan satuan unit mata uang negara lain. Nilai tukar rupiah memiliki pengaruh utama terhadap perusahaan yang mengandalkan bahan baku impor. Depresiasi rupiah akan menyebabkan kenaikan biaya produksi, sehingga berdampak pada penurunan profitabilitas perusahaan (Darminto, 2008).

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Data yang digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data *annual report* 2013-2014 perusahaan yang melakukan pembelian kembali saham dan *listing* di BEI tahun 2015. *Website* perusahaan, serta berbagai artikel, dan beberapa penelitian terdahulu dari berbagai sumber.

3.2 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik kuantitatif. Menurut Sanusi (2013 : 115) Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Simultan (Uji-F)

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test di atas, didapat F hitung sebesar 1,312 dengan tingkat probabilitas 0,311 (tidak signifikan). Tabel 4.21 yaitu hasil uji F (regresi simultan) juga menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, profitabilitas, *free cash flow*, ukuran perusahaan dan dan ekonomi makro tidak berpengaruh secara bersama terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

4.2 Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil pengujian uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,060 dengan nilai signifikansi sebesar 0,953. Karena nilai t hitung (-0,060) lebih kecil dari t_{tabel} (1,753) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,953 maka hipotesis 1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Hasil pengujian uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,381 dengan nilai signifikansi sebesar 0,188. Karena nilai t hitung (-1,381) lebih kecil dari t_{tabel} (1,753) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,188 maka hipotesis 2 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Hasil pengujian uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,797 dengan nilai signifikansi sebesar 0,438. Karena nilai t hitung (-0,797) lebih kecil dari t_{tabel} (1,753) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1 yaitu sebesar 0,438 maka hipotesis 3 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Hasil pengujian uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,766 dengan nilai signifikansi sebesar 0,098. Karena nilai t hitung (1,766) lebih besar dari t_{tabel} (1,753) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1 yaitu sebesar 0,098 maka hipotesis 4 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel *free cash flow* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Hasil pengujian uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,486 dengan nilai signifikansi sebesar 0,158. Karena nilai t hitung (1,486) lebih kecil dari t_{tabel} (1,753) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,158 maka hipotesis 5 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Hasil pengujian uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,013 dengan nilai signifikansi sebesar 0,990. Karena nilai t hitung (-0,013) lebih kecil dari t_{tabel} (1,753) dan nilai signifikansi lebih besar

dari 0,1 yaitu sebesar 0,990 maka hipotesis 6 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel tingkat ekonomi makro tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Setelah melakukan analisis regresi berganda, maka nilai-nilai koefisien regresi tersebut dapat dimasukkan kedalam persamaan regresi yang disusun dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$NR = 14,733 - 0,121 INS - 0,157 MNG - 0,037 ROA + 0,070 FCF + 0,143 SIZE - 0,168 KURS + e$$

4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Koefisien determinasi adalah besarnya koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai adjusted R^2 yaitu 0,082, hal ini berarti 8,2% variabel nilai perusahaan yang diprosikan *price book value* dapat dijelaskan oleh variabel , kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, profitabilitas, free cash flow, ukuran perusahaan dan dan ekonomi makro, sedangkan sisanya 91,8% merupakan pengaruh dari sebab-sebab atau faktor lain di luar model penelitian.

4.4 Pembahasan

Variabel kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham dengan nilai signifikansi 0,953 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Hasil analisis tersebut tidak konsisten dengan hasil penelitian Perdana dan Harahap (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Variabel kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham dengan nilai signifikansi 0,188 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$ dan 10%). Hasil analisis tersebut tidak konsisten dengan hasil penelitian Perdana dan Harahap (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen dengan nilai signifikansi 0,438 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Hasil analisis ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Perdana dan Harahap (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Variabel *free cash flow* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham dengan nilai signifikansi 0,098 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Hasil analisis tersebut konsisten dengan hasil penelitian Perdana dan Harahap (2014) yang menyatakan bahwa *free cash flow* berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham dengan nilai signifikansi 0,158 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Hasil analisis tersebut tidak konsisten dengan hasil penelitian Perdana dan Harahap (2014), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kebijakan pembelian kembali saham.

Variabel ekonomi makro kurs tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham dengan nilai signifikansi 0,990 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Hasil ini memberikan gambaran bahwa dalam periode 2013-2014 kurs rupiah tidak mengalami gejolak yang signifikan sehingga ini salah satu indikasi tidak terjadinya pengaruh atas aktivitas perusahaan untuk melakukan buyback.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

- 1) Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham. Peneliti mendapatkan temuan bahwa pemegang saham yang dominan adalah institusional dan itu menunjukkan fakta bahwa investor institusional dapat lebih mengontrol manajer daripada pemegang saham tersebar lainnya karena mereka memiliki posisi istimewa untuk mengakses informasi perusahaan dan kompetitornya sehingga biaya *monitoring* oleh investor institusional lebih rendah (Shleifer dan Vishny, 1986 serta Allen *et al.*, 2000).
- 2) Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham. Peneliti menemukan bahwa manajerial tidak memiliki hak suara penuh dalam menjalankan kebijakannya, dengan demikian pihak manajerial dengan mudahnya untuk melakukan pembelian kembali saham.
- 3) Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai profitabilitas yang tinggi tidak akan menjamin perusahaan-perusahaan di BEI dalam untuk menambah jumlah sahamnya diperoleh kembali yang tinggi juga, hal ini bisa disebabkan karena manajemen perusahaan lebih mempertimbangkan untuk melakukan kebijakan-kebijakan perusahaan lainnya.
- 4) Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa secara parsial variabel *free cash flow* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham. Hal ini berarti semakin tinggi aliran kas bebas (*free cash flow*) yang ada di perusahaan maka akan semakin tinggi juga perusahaan dalam melakukan kebijakan untuk berupaya mengembangkan usahanya, salah satunya yaitu dengan melakukan pembelian kembali saham yang beredar.
- 5) Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham. Ini membuktikan bahwa besar kecilnya suatu perusahaan tidak menjadikan tolak ukur untuk suatu perusahaan tersebut dengan mudahnya melakukan pembelian kembali saham yang beredar
- 6) Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa secara parsial variabel ekonomi makro tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan pembelian kembali saham. Penemuan ini menunjukkan bahwasannya suatu perusahaan tidak selalu terpengaruh untuk melakukan pembelian kembali saham ketika terjadinya gejolak perekonomian global.

5.2 Saran

- 1) Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai adjusted R^2 hanya sebesar 8,2% yang berarti ada 91,8% merupakan pengaruh dari variabel-variabel lainnya untuk menjelaskan kebijakan pembelian kembali saham. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya menambahkan variable diduga akan memberikan hasil yang lebih luas.
- 2) Penelitian ini juga hanya dilakukan dalam dua periode 2013-2014, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan memperluas periode pengamatan agar lebih akurat dalam membandingkan antara variabel terikat dengan variabel bebasnya.

6. REFERENSI

- [1] Berk, Jonathan, & P. DeMarzo. 2013. *Corporate Finance* (3rd Ed). Boston: Pearson Education.

- [2] Brav, Alon, *et al.* 2005. Payout Policy in the 21st Century. *Journal of Financial Economics*, 77, 483-527.
- [3] Dwipartha, N. Made. Witha. 2012. Pengaruh Faktor Ekonomi Makro dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan: Ekonomi Makro dan Kinerja Keuangan.
- [4] El Houcine, Rim. 2013. Ownership Structure and Stock Repurchase Policy: Evidence from France. *Journal of Accounting and Taxation*, 5, 45-54.
- [5] Ginglinger, Edith, & Jacques Hamon. 2007. Actual Share Repurchases, Timing and Liquidity. *Journal of Banking and Finance*, 31, 915-938.
- [6] Godfrey, Jayne, *et al.*, 2010. *Accounting Theory* (7th Ed). McDougall, Milton: John Wiley & Sons Australia.
- [7] Kurniawati, Irra. 2013. Analisa Pengembangan *Corporate Value* berdasarkan Keputusan Investasi dan Pendanaan, Struktur Kepemilikan serta Kebijakan Dividen: Struktur Kepemilikan.
- [8] Komaeroh, Siti. 2015. Reaksi Pasar Terhadap Pengumuman Pembelian Kembali Saham (*Buy Back*): Pembelian Kembali Saham.
- [9] Kewal, Suramaya S. 2012. Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs, dan Pertumbuhan PDB terhadap Indeks Harga Saham Gabungan: EkonoI Makro. *Junal Economica*, Volume 8.
- [10] Ross, S.A., R.W. Westerfield, & B.D. Jordan. 2013. *Fundamentals of Corporate Finance* (10th Ed). New York: McGraw-Hill.
- [11] Undang-Undang tentang Pajak Penghasilan. UU No. 36 Tahun 2008.
- [12] Perdana, Awangga & Siti N. Harahap. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Kebijakan Pembelian Kembali Saham: Acuan penelitian. *Simposium Nasional Akuntansi 17*.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELENGKAPAN PENGUNGKAPAN LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN

Fitriyanti¹⁾, Fitriasuri²⁾, Citra Indah Merina³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹fitriyanti686@yahoo.com

²fitriasuri@binadarma.ac.id

³citraindah@binadarma.ac.id

Abstract

The aim of this study is to determine the effect of the level of leverage, firm size, public ownership and the reputation of a public accounting firm, to a financial statements disclosure in the banking industry that were listed in the Indonesia Stock Exchange. Collecting data is using purposive sampling method to the banking companies that listed in the Indonesia Stock Exchange at 2014 with total population 42 companies and as samples 38 companies. There are 33 disclosure items to detect the extent of financial statements disclosure. This research uses multiple regression that use to examine the influence of leverage, firm size, public ownership and the reputation of a public accounting firm on disclosure in financial statements. The result of this research showed those independent variables that have significant influence on extent of disclosure is firm size, public ownership. However, leverage, and the reputation of a public accounting firm do not show significant influence on the extent of disclosures. Furthermore, the result of content analysis shows that the extent of disclosure in company's annual reports is still low.

Keywords: leverage, firm size, public ownership, the reputation of a public accounting firm, financial statements disclosure

1. PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Laporan keuangan harus menyajikan informasi yang berguna untuk investor dan calon investor, kreditur dan pemakai lain dalam pengambilan keputusan investasi, kredit, dan keputusan lain yang sejenis. Agar dapat dipahami dan tidak salah interpretasi, maka penyajian laporan keuangan harus disertai dengan *disclosure* yang cukup, wajar, dan lengkap artinya informasi yang disajikan tidak berlebihan namun juga tidak kurang sehingga tidak menyesatkan orang yang membacanya serta dapat membentuk kepercayaan bagi *stakeholder* dalam mengambil keputusan.

Pengungkapan laporan keuangan merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam penyusunan laporan keuangan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, Pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statement keuangan.

Pada penelitian sebelumnya mengenai kelengkapan pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan tahunan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya selalu menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian, namun dalam penelitian ini, peneliti lebih memilih perusahaan perbankan yang telah go publik dan terdaftar di BEI karena kebanyakan perusahaan jenis ini yang lebih disoroti oleh masyarakat sebagai lembaga keuangan. Perkembangan perusahaan perbankan yang saat ini melaju dengan pesat, hal ini dibuktikan dengan munculnya pesaing-pesaing baru di perusahaan perbankan. Mengingat ketatnya persaingan di industri perbankan maka setiap perbankan dituntut untuk terus melakukan pengungkapan laporan keuangan tahunan agar dapat menarik para investor.

Laporan keuangan yang dihasilkan dapat memberikan informasi tentang kinerja keuangan dan pertanggungjawaban menganalisis laporan keuangan bank yang bersangkutan. Dari laporan keuangan tersebut dapat diperoleh adanya suatu informasi tentang posisi keuangan, aliran kas, dan informasi lain yang berkaitan dengan kinerja bank yang bersangkutan. Dari seluruh perusahaan perbankan tidak semuanya melakukan pengungkapan secara lengkap dan jelas, sementara pengungkapan itu sendiri diperlukan untuk menarik investor dalam penanaman modalnya. Hal ini disebabkan oleh beberapa kemungkinan diantaranya: perusahaan telah melakukan pengungkapan pada periode sebelumnya sehingga merasa tidak perlu mengungkapkan lagi, laporan keuangan tahunan dibuat untuk keperluan shareholder sehingga informasi yang dibutuhkan shareholder lain tidak perlu diungkapkan.

Perusahaan memilih media lain untuk mengungkapkan selain kepada pemegang saham. Selain itu rendahnya tingkat pengungkapan juga terjadi karena faktor kepedulian sosial yang dimiliki oleh perusahaan memang terbilang masih rendah dengan demikian maka terdapat kesenjangan aktivitas sosial dalam pengungkapan laporan keuangan tahunan. Artinya perusahaan belum sepenuhnya memanfaatkan laporan keuangan sebagai sarana komunikasi antara pihak manajemen dengan *stakeholder* diluar pemegang saham. Perusahaan menganggap laporan keuangan tahunan hanya diperuntukkan bagi pemegang saham, *debtholder*, dan investor. Sedangkan kepentingan lain cenderung terabaikan.

Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini berjudul “FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELENGKAPAN PENGUNGKAPAN LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA”

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Agensi

Teori agensi merupakan konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual antara *principal* dan *agent*. Menurut Jensen dan Meckling dalam Tristanti, 2012 hubungan keagenan muncul ketika *principal* bekerja dengan *agent*, dimana *principal* akan menyediakan fasilitas dan mendelegasikan wewenang dan kebijakan pembuatan keputusan kepada *agent*. Pemegang saham menyediakan fasilitas dan dana untuk menjalankan perusahaan, sedangkan manajemen mempunyai kewajiban untuk mengelola apa yang diamanahkan pemegang saham kepadanya. *Agent* diwajibkan memberikan laporan periodik pada *principal* tentang usaha yang dijalankannya. *Principal* akan menilai kinerja agennya melalui laporan keuangan yang disampaikan kepadanya.

Pengungkapan Laporan Keuangan

Pengungkapan didefinisikan sebagai penyedia informasi untuk membantu investor dalam membuat prediksi kinerja perusahaan pada masa yang akan datang (Scott dalam Marwata, 2001). Ungkapan mencakup penyediaan informasi yang diwajibkan oleh badan berwenang maupun secara sukarela dilakukan oleh perusahaan, yang berupa laporan keuangan, informasi tentang kejadian setelah tanggal laporan, analisis manajemen atas operasi perusahaan yang akan datang, perkiraan keuangan dan operasi pada tahun yang akan datang dan laporan keuangan tambahan yang mencakup ungkapan menurut segmen dan informasi lainnya di luar harga perolehan. Ada tiga konsep pengungkapan yang diusulkan (Hendriksen dalam Yunita, 2012) yaitu *equate* (memadai / pengungkapan yang cukup), *Fair* (layak / pengungkapan yang wajar), *Full* (pengungkapan penuh)

Tujuan pengungkapan

Adapun tujuan dari dibuatnya pengungkapan adalah untuk menguraikan hal-hal yang diakui dan memberikan pengukuran yang relevan atas hal-hal tersebut di luar pengukuran yang digunakan dalam laporan keuangan, memberikan informasi yang akan membantu investor dan kreditor menilai resiko

dan potensial dari hal-hal yang diakui dan tidak diakui, dan memberikan informasi penting yang memungkinkan para pengguna laporan keuangan untuk melakukan perbandingan dalam satu tahun dan diantara beberapa tahun.

Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Kelengkapan pengungkapan laporan keuangan mengukur berapa banyak butir laporan keuangan yang secara material akan diungkapkan oleh suatu perusahaan. Kelengkapan pengungkapan laporan keuangan sangat bergantung kepada standar yang diberlakukan di negara perusahaan yang bersangkutan beroperasi

Hipotesis Penelitian

Pengaruh *Leverage* Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Menurut Meek, et al dalam Kartika dan Hersugondo (2009) semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka akan semakin besar pula *agency cost* atau dengan kata lain makin besar kemungkinan terjadinya transfer kemakmuran dari kreditur jangka panjang kepada pemegang saham dan manajer sehingga untuk mengurangi hal tersebut perusahaan dituntut untuk melakukan pengungkapan yang lebih lengkap guna memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : terdapat pengaruh signifikan antara *leverage* dengan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang paling sering digunakan dalam beberapa literatur untuk menjelaskan luas tingkat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi tingkat pengungkapan karena perusahaan besar harus memenuhi *public demand* atas pengungkapan yang lebih luas. Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel untuk menguji pengaruhnya dengan tingkat pengungkapan perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap luas pengungkapan perusahaan (Amelinda, 2013). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Ainun dan Fuad dalam Kartika dan Hersugondo (2009) mengemukakan adanya perbedaan dalam proporsi saham yang dimiliki oleh investor luar dapat mempengaruhi kelengkapan pengungkapan oleh perusahaan. Hal ini karena semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan, semakin banyak pula detail-detail butir yang dituntut untuk dibuka dan dengan demikian pengungkapan perusahaan semakin luas. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : terdapat pengaruh signifikan antara kepemilikan saham publik dengan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan

Pengaruh Kepemilikan Reputasi KAP Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Reputasi KAP mencerminkan kualitas audit, karena KAP yang bereputasi baik mempunyai komitmen lebih besar untuk mempertahankan kualitas auditnya sehingga laporan keuangan yang sudah diperiksa memberikan keyakinan lebih besar kepada investor akan kondisi *going concern* perusahaan. Perusahaan yang diaudit oleh KAP yang berkualitas dan bereputasi baik mempunyai tingkat *survive* yang lebih tinggi karena menyangkut nama baik mereka. Dalam hal ini KAP *big 4* dipakai sebagai *proxy* reputasi KAP. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : terdapat pengaruh signifikan antara reputasi KAP dengan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini mengambil populasi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan tertentu, terutama pertimbangan yang diberikan oleh sekelompok pakar atau *expert* (Sanusi, 2012).

Sumber Data

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id dan situs perusahaan perbankan yang *go public* yaitu laporan keuangan tahun 2014 dari masing-masing perusahaan/emiten perbankan yang terdaftar di BEI. Selain itu, data atau informasi lain diperoleh dari internet, jurnal, buku, dan karya ilmiah.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menguji persamaan regresi secara parsial maupun secara simultan.

Tabel 4.1
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,529 ^a	,280	,192	,06905

a. Predictors: (Constant), KAP,DER,PUBC,SIZE

b. Dependent variabel: DISC

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah 0,192 atau 19,2%, artinya kombinasi variabel DER, SIZE, PUBC, dan KAP terhadap DISC (*Indeks Disclosure*) adalah sebesar 19,2% sedangkan sisanya 80,8% merupakan pengaruh dari sebab-sebab atau faktor lain di luar model penelitian

Tabel 4.2
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,061	4	,015	3,205	,025 ^b
	Residual	,157	33	,005		
	Total	,218	37			

a. Dependent Variable: DISC

b. Predictors: (Constant), KAP, DER, PUBC, SIZE

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 3,205 dengan nilai probabilitas (signifikan) 0,025 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima, maka model regresi dapat digunakan untuk mengukur DER, SIZE, PUBC, KAP berpengaruh bersama-sama terhadap DISC.

Tabel 4.3
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,192	,213		,901	,374
	DER	,005	,005	,143	,950	,349
	SIZE	,021	,007	,553	2,886	,007
	PUBC	-,071	,039	-,285	-1,808	,080
	KAP	-,018	,029	-,113	-,622	,539

a. Dependent Variable: DISC

Berdasarkan dari pengujian secara parsial (uji t) maka diketahui bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik memiliki nilai yang signifikan yaitu dibawah *level of significant* (α) = 0,05 dan 0,1. Maka dari itu ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik secara parsial berpengaruh terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan sedangkan leverage dan reputasi KAP tidak berpengaruh signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan.

Pembahasan

Pengaruh *Leverage* terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,199 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 dan 0,1 (α = 5% dan 10%). Pengujian diatas tidak mendukung dengan teori *agency cost* yang mana dijelaskan semakin tinggi tingkat hutang suatu perusahaan maka semakin besar pula *agency cost*. Dengan demikian akan semakin besar pula informasi mengenai penggunaan hutang tersebut kepada pemegang saham, sehingga perusahaan dituntut untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas guna memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang.

Dengan tidak signifikannya pengaruh DER terhadap pengungkapan mengindikasikan bahwa pengungkapan laporan keuangan dengan penjelasannya tidak menekankan pada informasi hutang perusahaan. Perusahaan perbankan yang dengan tingkat DER yang tinggi cenderung untuk tidak memiliki pengungkapan yang luas dikarenakan untuk mempertahankan para krediturnya. Apabila perusahaan perbankan yang memiliki tingkat DER yang tinggi mengungkapkan lebih luas laporan

keuangannya hal ini mengkhawatirkan para investor akan mengetahui ketidakefisienan pinjaman yang digunakan oleh perusahaan, dan bila para investor mengetahui ketidakefisienan pinjaman maka para investor tidak akan mau memberikan dana pinjaman dalam jangka waktu panjang karena khawatir perusahaan tidak mampu untuk mengembalikan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,031 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 dan 0,1 ($\alpha = 5\%$ dan 10%). Penerimaan hipotesis ini disebabkan karena perusahaan besar pada umumnya memiliki sumber daya yang besar dan juga mempunyai beragam produk dan beroperasi di berbagai wilayah termasuk luar negeri. Dengan sumber daya yang besar, perusahaan perlu dan mampu membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Informasi itu sekaligus menjadi bahan untuk keperluan pengungkapan informasi kepada pihak eksternal, sehingga tidak perlu ada tambahan biaya yang besar untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih luas. Sebaliknya, perusahaan kecil dengan sumber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga untuk menyajikan informasi yang lebih luas dibutuhkan biaya yang besar.

Pengaruh Kepemilikan Saham Publik terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan saham publik memiliki pengaruh signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,080 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 5\%$ dan 10%). Hal ini disebabkan oleh investor luar yang berpengaruh terhadap pengungkapan laporan keuangan karena semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi keuangan perusahaan maka semakin banyak pula detail pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan perbankan yang telah *go public* wajib untuk melakukan keterbukaan informasi kepada publik khususnya investor yang telah membeli saham perusahaan karena semakin banyak saham yang dimiliki publik maka semakin besar pula tekanan yang dihadapi perusahaan untuk melakukan pengungkapan secara lengkap dan menyeluruh dan publik memerlukan pengungkapan informasi lebih banyak dari perusahaan yang bersangkutan untuk memantau perkembangan perusahaan.

Pengaruh Reputasi KAP terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan

Hal tersebut membuktikan hasil penelitian ini untuk reputasi Kantor Akuntan Publik tidak mempunyai pengaruh dalam pengungkapan laporan keuangan. Ada pun alasannya karena meskipun perusahaan diaudit oleh KAP *big 4* dengan tingkat kredibilitas tinggi, hal ini tidak dapat mempengaruhi perusahaan untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi pada laporan keuangan serta kurangnya perhatian dari pihak pengguna informasi laporan keuangan mengenai perbedaan hasil jasa audit yang diberikan oleh Kantor Akuntan Publik yang termasuk *big four* dan *non big four* sebagai pihak pemeriksa keuangan eksternal.

5. SIMPULAN

Simpulan

1. Secara parsial dengan nilai signifikan 0,05 dan 0,1 (5% & 10%) ukuran perusahaan dengan nilai sebesar 0,007 dan kepemilikan saham publik dengan nilai sebesar 0,080 berpengaruh secara signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan sedangkan *leverage*, dan

reputasi KAP tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan. Serta secara simultan variabel independen yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dan reputasi KAP menghasilkan $F_{hitung} 3,205$ dengan tingkat signifikan $0,025 < 0,05$ yang berarti bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dan reputasi KAP secara bersama-sama berpengaruh terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan.

2. Tingkat pengungkapan laporan keuangan dalam penelitian ini masih dikatakan kurang baik yaitu sebesar 85%, karena dalam penelitian ini pengungkapan yang digunakan adalah pengungkapan wajib (*mandatory*) yang seharusnya perusahaan perbankan dapat mengungkapkan secara penuh yaitu 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan yang diatur OJK belum sepenuhnya diungkapkan oleh perusahaan.
3. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R^2) dibuktikan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan saham publik, dan reputasi KAP sebesar 19,2 % sedangkan sisanya 80,8 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Saran

1. Untuk kedepannya agar perusahaan perbankan yang telah *go public* dalam penelitian ini dapat mempertahankan pengungkapan untuk ukuran perusahaan dan kepemilikan saham publik serta lebih meningkatkan pengungkapan untuk *leverage* dan reputasi KAP agar dapat menarik lebih banyak para investor untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut.
2. Untuk tahun selanjutnya perusahaan perbankan dapat melakukan pengungkapan secara penuh 100% dan dalam menentukan jumlah dan penilaian item pengungkapan sebaiknya dilakukan oleh para ahli dibidangnya sehingga dapat menunjukkan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan secara tepat.
3. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang berperan dalam mempengaruhi kelengkapan pengungkapan laporan keuangan, seperti likuiditas, profitabilitas dan basis perusahaan. Ditambahkan juga periode pengamatan sehingga dapat memberikan akurasi perusahaan yang lebih baik.

6. REFERENSI

- [1] Amelinda, Eza. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Akuntansi
- [2] Kartika, Andi Dan Hersugondo. 2009. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Akuntansi Eksplanasi Volume 4 Nomor 7. Universitas Stikubank. Semarang.
- [3] Marwata, 2001. *Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan Dan Kualitas Ungkapan Sukarela Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik Di Indonesia*, Simposium Nasional Akuntansi IV.
- [4] Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- [5] Saputro, Ivan Dibyo. 2012. *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*, Jurnal Kajian Pendidikan Dan Akuntansi Indonesia Edisi Iii Volume 1.
- [6] Trisanti, Leony Lovancy. 2012. *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Sukarela (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang*

Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2010), Skripsi, Universitas Diponegoro. Semarang

- [7] Yunita, Frischa. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan*, Jurnal Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Dian Nuswantoro.

PENGARUH FAKTOR AKUNTANSI DAN NON AKUNTANSI TERHADAP PREDIKSI PERINGKAT OBLIGASI

Ike Pitriani¹⁾, Poppy Indriani²⁾, Andrian Noviardy³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹ikepitriani1@gmail.com

²poppy.indriani@binadarma.ac.id

³andrian.noviardy@binadarma.ac.id

Abstract

Bond rating is something condition that should be considered before investors make an investment bond. This is because bond rating provides an informative statement and provide signals about the probability of failure of a company's debt. In a process of bond rating valuation, rating agent evaluate a company from many aspects, including financial and non financial factor. The purpose of this study was to determine the effect of liquidity ratio, leverage ratio, coverage ratio, cash flow to debt ratio, profitability ratio, bond maturity towards the bond rating from PT. PEFINDO in Indonesia Stock Exchange (IDX)2013-2014. This study used a non-participant observation method by analyzing financial statements and corporate bond data which published on the official website of the Stock Exchange (www.idx.co.id). The sample was 15 companies which are taken by purposive sampling method. The data analysis technique used is logistic regression. The results of this study indicate that leverage partially negative and significant, while simultaneously liquidity ratio, leverage ratio, coverage ratio, cash flow to debt ratio, profitability ratio, bond maturity significant effect impact on the ratings of bonds issued by PT. PEFINDO on the Indonesia Stock Exchange 2013-2014.

Keywords: Bond rating, accounting factor, non accounting factor

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, pasar modal (*capital market*) merupakan jantung perekonomian suatu negara. Pasar modal menjadi suatu yang penting dan sangat berharga karena pasar modal adalah ujung yang paling awal tersentuh globalisasi dunia keuangan. Hampir semua negara menaruh perhatian besar terhadap pasar modal karena pasar modal memiliki peranan strategis bagi penguatan ketahanan ekonomi suatu negara. Perkembangan pasar modal yang pesat memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian karena pasar modal memiliki fungsi, yaitu sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat/pemodal (investor) dan sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing instrumen.

Salah satu instrumen pasar modal yang banyak diminati oleh perusahaan emiten maupun masyarakat/pemodal (investor) adalah obligasi. Hal ini dikarenakan obligasi dinilai memiliki keunggulan dibanding saham. Bagi emiten, obligasi merupakan sekuritas yang aman karena biaya emisinya lebih murah dari pada saham. Selain itu, penerbitan obligasi juga untuk menghindari penilaian jelek investor dibandingkan jika perusahaan menerbitkan saham baru. Sedangkan bagi pemodal, obligasi merupakan investasi yang memiliki pendapatan yang bersifat tetap dan juga relatif aman. Meskipun begitu obligasi juga memiliki berbagai macam risiko, salah satunya yaitu risiko gagal bayar. Oleh sebab itu calon investor memerlukan informasi yang cukup tentang obligasi agar bisa menganalisis dan memperkirakan risiko yang ada dalam investasi pada obligasi. Salah satu yang dapat dijadikan acuan dalam mencari informasi tersebut ialah peringkat obligasi.

Di Indonesia terdapat dua lembaga pemeringkat efek yaitu PT Kasnic Cresit Rating dan PT Pefindo. Namun, perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia lebih banyak yang menggunakan jasa Pefindo untuk memeringkat obligasi yang akan diterbitkan. Aspek penilaian obligasi yang dilakukan PT Pefindo berdasarkan pada tiga hal, yaitu aspek bisnis, aspek industri dan aspek keuangan.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa faktor akuntansi dan non akuntansi mampu memprediksi peringkat obligasi yang dilakukan oleh PT Pefindo. Namun, hasil penelitian menunjukkan hasil yang bervariasi dan tidak konsisten antara penelitian yang satu dengan lainnya, mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prediksi peringkat obligasi. Selain itu, permasalahan yang masih sering terjadi sampai sekarang ini ialah masih ada perusahaan yang awalnya memperoleh peringkat *investment grade* tapi masih mengalami gagal bayar. Khususnya perusahaan swasta yang bukan lembaga keuangan. Penulis tertarik untuk meneliti kembali, dimana penelitian ini hanya difokuskan pada perusahaan yang bukan lembaga keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2014.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Definisi Obligasi

Menurut Bursa Efek Indonesia, obligasi adalah surat utang jangka menengah panjang yang dapat dipindahtangankan yang berisi janji dari pihak yang menerbitkan untuk membayar imbalan berupa bunga pada periode tertentu dan melunasi pokok utang pada waktu yang telah ditentukan pada pihak pembeli obligasi tersebut. Brigham dan Houston (2012) berpendapat bahwa obligasi (*bond*) adalah suatu kontrak jangka panjang dimana pihak peminjam setuju untuk melakukan pembayaran bunga dan pokok pinjaman pada tanggal tertentu kepada pemegang obligasi tersebut. Sedangkan menurut Keown, dkk (2011) obligasi merupakan suatu jenis hutang atau surat kesanggupan bayar jangka panjang, yang dikeluarkan oleh peminjam, yang berjanji untuk membayar ke pemegangnya dengan jumlah bunga yang tetap setiap tahun.

2.2 Definisi Peringkat Obligasi

Peringkat obligasi merupakan sebuah pernyataan tentang keadaan pengutang dan kemungkinan apa yang bisa dan akan dilakukan sehubungan dengan utang yang dimiliki. Peringkat obligasi perusahaan dari lembaga pemeringkat independen memberikan gambaran tentang kemampuan emiten untuk memenuhi kewajiban membayar bunga dan pokok secara tepat waktu dan dalam jumlah yang sesuai.

Tabel 2.1
Definisi Peringkat Obligasi PT Pefindo

AAA	Efek utang dengan peringkat AAA merupakan efek utang peringkat tertinggi dari Pefindo yang didukung oleh kemampuan obligor yang superior relatif dibanding entitas Indonesia lainnya untuk memenuhi 4 kewajiban finansial jangka panjang sesuai dengan yang diperjanjikan.
AA	Efek utang dengan peringkat AA memiliki kualitas kredit sedikit dibawah peringkat tertinggi, didukung oleh kemampuan obligor yang sangat kuat untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya sesuai dengan yang diperjanjikan relatif dibandingkan dengan entitas Indonesia lainnya.
A	Efek utang dengan peringkat A memiliki dukungan kemampuan Obligor yang kuat dibandingkan dengan entitas Indonesia lainnya untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya sesuai dengan yang diperjanjikan, namun cukup peka terhadap perubahan yang merugikan.
BBB	Efek utang dengan BBB didukung oleh kemampuan Obligor yang memadai relatif dibandingkan dengan entitas Indonesia lainnya untuk memenuhi kewajiban finansial, namun kemampuan tersebut dapat diperlemah oleh keadaan bisnis dan perekonomian yang merugikan.
BB	Efek utang dengan peringkat BB menunjukkan dukungan kemampuan Obligor yang agak lemah relatif dibandingkan dengan entitas lainnya untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya sesuai dengan yang diperjanjikan, serta peka terhadap keadaan bisnis dan perekonomian yang keadaan bisnis dan perekonomian yang tidak menentu.
B	Efek utang dengan peringkat BB menunjukkan dukungan kemampuan Obligor yang agak lemah relatif dibandingkan dengan entitas lainnya untuk memenuhi kewajiban finansial jangka panjangnya sesuai dengan yang diperjanjikan, serta peka terhadap keadaan bisnis dan perekonomian yang keadaan bisnis dan perekonomian yang tidak menentu.
CCC	Efek utang dengan peringkat CCC menunjukkan efek utang yang tidak mampu lagi memenuhi kewajiban finansialnya, serta hanya tergantung kepada perbaikan keadaan eksternal.
D	Efek utang dengan peringkat D menandakan efek utang yang macet. Perusahaan penerbit sudah berhenti berusaha.

Sumber: www.pefindo.com

2.3 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian Sejati (2010) menunjukkan bahwa *growth* mempengaruhi prediksi peringkat obligasi. Maharti (2011), menghasilkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Yulianingsih (2011), menyatakan bahwa profitabilitas, *size* perusahaan, produktivitas dan umur obligasi berpengaruh dalam memprediksi peringkat obligasi. Estiyanti & Yasa (2012), hasil penelitian menunjukkan bahwa laba ditahan berpengaruh signifikan terhadap prediksi peringkat obligasi. Lukman & Thamida (2013), hasil penelitian menyatakan kapitalisasi dan reputasi auditor signifikan mempengaruhi peringkat obligasi industri perbankan. Cahyonowati & Mahfudhoh (2014), penelitian ini menyatakan ukuran perusahaan (*firm size*) dan laba ditahan (*retained earning*) berpengaruh positif dalam memprediksi peringkat obligasi. Fauziah (2014), menunjukkan hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap prediksi peringkat obligasi pada obligasi.

2.3.2 Pengembangan Hipotesis

1. Rasio Likuiditas

Menurut Brigham & Houston (2012) rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan lainnya dengan kewajiban lancarnya. Rasio ini bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban yang jatuh tempo dalam jangka pendek dengan kas yang dapat ditagih segera. Zubir (2012) berpendapat makin liquid perusahaan yang mengeluarkan obligasi tersebut, makin kecil risiko gagal bayarnya.

H₁ : Likuiditas berpengaruh positif terhadap peringkat obligasi

2. Rasio Leverage

Menurut Fahmi (2015) rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Jika rasio ini cukup tinggi, maka hal tersebut menunjukkan tingginya penggunaan utang, sehingga hal ini dapat membuat perusahaan mengalami kesulitan keuangan, dan biasanya memiliki risiko kebangkrutan yang cukup besar.

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap peringkat obligasi

3. Rasio Coverage

Coverage ratio yaitu perbandingan laba operasi perusahaan terhadap biaya tetap. Menurut Zubir (2012) *coverage ratio* yang rendah merupakan pertanda perusahaan mengalami kesulitan arus kas dan makin besar risiko perusahaan tidak mampu membayar utangnya.

H₃ : *Coverage* berpengaruh positif terhadap peringkat obligasi

4. Rasio Cash Flow to Debt

Cash flow to debt ratio, yaitu rasio total arus kas terhadap total utang. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang-utangnya dengan kas yang dihasilkan. Zubir (2012) mengatakan bahwa makin besar kas yang dihasilkan dibandingkan dengan total utang, makin sehat perusahaan tersebut dan risiko gagal bayarnya kecil.

H₄ : *Cash flow to debt ratio* berpengaruh positif terhadap peringkat obligasi

5. Rasio Profitabilitas

Menurut Brigham & Houston (2012) rasio profitabilitas (*profitability ratios*) ialah sekumpulan rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen aset, dan utang pada hasil operasi. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas juga mencerminkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasional.

H₅ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap peringkat obligasi

6. Umur Obligasi

Umur obligasi (*maturity*) adalah jangka waktu sejak diterbitkannya obligasi sampai dengan tanggal jatuh tempo obligasi. Periode jatuh tempo obligasi bervariasi mulai dari 365 hari sampai dengan diatas 5 tahun. Obligasi yang jatuh tempo dalam waktu 1 tahun akan lebih mudah untuk di prediksi, sehingga memiliki risiko yang lebih kecil dibandingkan dengan obligasi yang memiliki periode jatuh tempo dalam waktu 5 tahun.

H₆ : Umur Obligasi berpengaruh negatif terhadap peringkat obligasi

3. METODE PENELITIAN

3.1 Operasional Variabel

Operasionalisasi dari variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- Peringkat Obligasi sebagai variabel dependen. Peringkat obligasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah peringkat obligasi yang dikeluarkan oleh PT Pefindo. Peringkat obligasi tersebut diproksikan menggunakan variabel *dummy* yaitu 1 = *investment grade* dan 0 = *non-investment grade*.
- Variabel independen berupa: (1) likuiditas diproksikan melalui *current ratio* yang diukur dengan membandingkan aset lancar dengan kewajiban lancar; (2) *Leverage* diproksikan melalui *debt to equity ratio* yang diukur dengan membandingkan total utang dengan total ekuitas; (3) *Coverage* diproksikan melalui *time interest earned ratio* yang diukur dengan membandingkan laba operasi dengan biaya bunga; (4) *Cash flow to debt ratio* diukur dengan membandingkan total arus kas dengan total utang; (5) Profitabilitas diproksikan melalui *return on total assets* (ROA) yang diukur dengan membandingkan laba bersih dengan total aset; (6) Umur obligasi diproksikan menggunakan variabel *dummy* yaitu 1= obligasi jatuh tempo 1-5 tahun dan 0 = obligasi jatuh tempo > 5 tahun.

3.2 Teknik Analisis Data

Setelah dilakukan uji statistik deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai keseluruhan data sampel penelitian, selanjutnya melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji regresi logistik yang dilakukan dengan tahapan yaitu uji nilai *likelihood*, uji nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*, uji nilai *Nagelkerke R²*, uji signifikansi parsial (uji t), serta uji signifikansi simultan (uji F). Penelitian ini menguji pengaruh likuiditas, *leverage*, *coverage*, *cash low to debt*, profitabilitas dan umur obligasi terhadap peringkat obligasi. Secara matematis, model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{PERINGKAT} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

PERINGKAT = Peringkat obligasi;

β_0 = Konstanta;

β_1-6 = Koefisien regresi;

X_1 = Rasio Likuiditas (CR);

X_2 = Rasio *Leverage* (DER);

X_3 = Rasio *Coverage* (TIE);

X_4 = Rasio *Cash flow to debt*;

X_5 = Rasio Profitabilitas (ROA);

X_6 = Umur obligasi;

e = Standard Error.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Rasio Likuiditas	60	,40	222,00	51,3270	63,41905
Rasio Leverage	60	-145,47	420,20	102,5773	98,42297
Rasio Coverage	60	-274,00	603,36	50,3753	116,79240
Rasio Cash flow to debt	60	,01	,70	,1303	,14213
Rasio Profitabilitas	60	-34,71	24,00	1,7565	8,48338
Umur obligasi	60	,00	1,00	,4667	,50310
Peringkat	60	,00	1,00	,8833	,32373
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Hasil olahan SPSS

Hasil uji statistik deskriptif yang digambarkan oleh tabel 4.1 menunjukkan bahwa pada rasio likuiditas nilai minimumnya 0,040, nilai maksimum 222,00, nilai rata-rata 51,3270 dan standar deviasi 63,41905. Rasio *leverage* mempunyai nilai minimum -145,47, nilai maksimum 420,20, nilai rata-rata 102,5773, dengan standar deviasi 98,42297. Rasio *coverage* menunjukkan nilai minimumnya -274,00, nilai maksimum 603,36, nilai rata-rata 50,3753, dan standar deviasi 116,79240. Rasio *cash flow to debt* memiliki nilai minimum 0,01, nilai maksimum 0,70, nilai rata-rata 0,1303, dan standar deviasi 0,14213. Rasio profitabilitas mempunyai nilai minimum -34,71, nilai maksimum 24,00, nilai rata-rata 1,7565, dengan standar deviasi 8,48338. Umur obligasi mempunyai nilai minimum 0,00, nilai maksimum 1,00, nilai rata-rata 0,4667 dan standar deviasi 0,50310. Sedangkan peringkat obligasi menunjukkan nilai minimumnya 0,00, nilai maksimum 1,00, nilai rata-rata 0,8833, dan standar deviasi 0,32373.

2. Uji Nilai likelihood

Tabel 4.2
Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	.000 ^a	.513	1.000

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Sumber: Hasil olahan SPSS

Uji ini didasarkan pada nilai 2LogL baik pada block 0 maupun block 1. Hasil pengujian model regresi diperoleh nilai -2LogL sebesar 0.000 nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi penelitian sebesar 5%. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa penambahan variabel independen berupa likuiditas, *leverage*, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas, umur obligasi ke dalam model penelitian dapat memperbaiki model fit.

3. Uji nilai Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Tabel 4.3

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	.000	4	1.000

Sumber: Hasil olahan SPSS

Pada tabel tersebut terlihat bahwa besarnya nilai statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* 0.000 dengan tingkat signifikan 1.000 yang nilainya jauh diatas 0.05. Angka tingkat signifikan $> 0,05$ sehingga H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah *fit* dan model dapat diterima sehingga dapat digunakan untuk memprediksi observasi dalam penelitian.

4. Uji nilai Nagelkerke R^2

Tabel.4.4
Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	.000 ^a	.513	1.000

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Sumber: Hasil olahan SPSS

Hasil pengujian nilai *Nagelkerke R^2* dalam penelitian ini adalah sebesar 1.000. Hasil pengujian ini berarti variabilitas variabel dependen yaitu peringkat obligasi dapat dijelaskan oleh variabel independen likuiditas, *leverage*, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas, dan umur obligasi. Sementara itu, variabilitas sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 4.5
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,998	,077		12,973	,000
Rasio Likuiditas	,000	,001	,025	,174	,862
Rasio Leverage	-,001	,001	-,422	-2,611	,012
Rasio Coverage	,000	,000	,154	1,215	,230
Rasio Cash flow to debt	-,102	,255	-,045	-,399	,692
Rasio Profitabilitas	,008	,005	,204	1,441	,156
Umur obligasi	-,002	,101	-,003	-,022	,983

a. Dependent Variable: Peringkat

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 5%, maka hipotesis diterima. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar dari 5%, maka hipotesis ditolak.

- Pengaruh likuiditas terhadap peringkat obligasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0,862 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- Pengaruh *leverage* terhadap peringkat obligasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0,012 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- Pengaruh *coverage* terhadap peringkat obligasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *coverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0,230 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

- d. Pengaruh *cash flow to debt* terhadap peringkat obligasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *cash flow to debt ratio* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0,692 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- e. Pengaruh profitabilitas terhadap peringkat obligasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0,156 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).
- f. Pengaruh umur obligasi terhadap peringkat obligasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa umur obligasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0,983 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

6. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.6
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,353	6	,392	5,425	,000 ^b
Residual	3,831	53	,072		
Total	6,183	59			

a. Predictors: (Constant), Umur obligasi, Rasio Cash flow to debt, Rasio Profitabilitas, Rasio Coverage, Rasio Likuiditas, Rasio Leverage

b. Dependent Variable: Peringkat

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan likuiditas, *leverage*, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas, dan umur obligasi memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi dengan nilai signifikansi 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$)

4.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor akuntansi (rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *coverage*, rasio *cash flow to debt* dan rasio profitabilitas) serta faktor non-akuntansi (umur obligasi) terhadap peringkat obligasi yang dilakukan oleh PT Pefindo. Hasil pengujian menunjukkan rasio likuiditas, rasio *leverage*, rasio *coverage*, rasio *cash flow to debt*, rasio profitabilitas, umur obligasi secara simultan berpengaruh signifikan. Hal tersebut memiliki arti bahwa setiap perubahan likuiditas, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas, dan umur obligasi perusahaan akan mempengaruhi peringkat obligasi yang di peringkat oleh PT Pefindo. Sehingga hasil tersebut menunjukkan adanya kontribusi informasi laporan keuangan yang kuat dalam pemeringkatan obligasi. Namun, secara parsial hanya rasio *leverage* yang memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap peringkat obligasi oleh PT Pefindo. Hal ini berarti hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap peringkat obligasi diterima. Semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin rendah peringkat obligasi yang akan diperoleh.

5. SIMPULAN

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial hanya *leverage* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi. Sedangkan likuiditas, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas dan umur obligasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat obligasi, yang berarti bahwa likuiditas, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas dan umur obligasi tidak dapat memberikan sinyal kepada investor maupun kreditor mengenai apakah suatu entitas bebas dari risiko gagal bayar dan mampu untuk mendapatkan peringkat obligasi yang *investment grade*. Namun, hal ini berbeda dengan

hasil pengujian secara simultan yang menunjukkan bahwa likuiditas, *leverage*, *coverage*, *cash flow to debt*, profitabilitas, dan umur obligasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peringkat obligasi. Hasil tersebut menunjukkan adanya kontribusi informasi laporan keuangan yang kuat dalam pemeringkatan obligasi oleh PT Pefindo.

6. REFERENSI

- [1] Brigham & Houston. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- [2] Cahyonowati dan Mahfudhoh. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi*. Jurnal Ilmiah Universitas Diponegoro.
- [3] Estiyanti dan Yasa. 2012. *Pengaruh Faktor Keuangan dan Non Keuangan pada Peringkat Obligasi di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Universitas Udayana. Bali.
- [4] Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- [5] Fauziah, Yossy. 2014. *Pengaruh Likuiditas, Leverage dan Umur Obligasi terhadap Prediksi Peringkat Obligasi (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2012)*. Jurnal Ilmiah Universitas Negeri Padang.
- [6] Keown, Arthur. dkk. 2011. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan*. PT Indeks. Jakarta.
- [7] Lukman dan Tahmida. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi pada Industri Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012*. Jurnal Ilmiah Universitas Tarumanagara. Jakarta.
- [8] Maharti, Enny Dwi. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peringkat Obligasi*. Jurnal Ilmiah Universitas Diponegoro.
- [9] Rahyuda, Henny dan Sucipta, Nila. *Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas, dan Maturity terhadap Peringkat Obligasi Perusahaan di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Universitas Udayana. Bali.
- [10] Sejati, Grace Putri. 2010. *Analisis Faktor Akuntansi dan Non Akuntansi dalam Memprediksi Peringkat Obligasi Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Birokrasi.
- [11] www.pefindo.com
- [12] www.idx.co.id
- [13] Yulianingsih, Gema. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prediksi Peringkat Obligasi pada Perusahaan yang Listing di BEI*. Jurnal Ilmiah.
- [14] Zubir, Zulmi. 2012. *Portofolio Obligasi*. Salemba Empat. Jakarta.

EVALUASI EMPIRIS INTEGRITAS LAPORAN KEUANGAN BERDASARKAN KINERJA KEUANGAN DAN KINERJA NON KEUANGAN

M. Wahyudi Pratama¹⁾, Verawaty²⁾, Septiani Fransisca³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹wahyudipratama30011994@gmail.com

²verawaty_mahyudin@yahoo.com

³septiani.fransisca@binadarma.ac.id

Abstract

This research is aimed to evaluate the impact of financial performance which consist of leverage and firm size, also the non financial performance which consist of managerial owning, institutional owning, independent commissioner, audit committee, and the reputation of Public Accounting Firm toward the integrity of financial statement. This research use purposive sampling in choosing sample and obtained 22 companies which become samples of this research for a year. Data analysis technique which use is a double regression linear analysis. Variable of managerial owning significantly have a positive impact toward the integrity of financial statement, meanwhile the firm size, institutional owning, independent commissioner, audit committee, and the reputation of Public Accounting Firm don't have any significant positive impact toward the integrity of financial statement, and leverage don't have any significant negative impact toward the integrity of financial statement.

Keywords: *Leverage, Firm Size, Managerial Owning, Institutional Owning, Independent Commissioner, Audit Committee, the reputation of Public Accounting Firm, Integrity of Financial Statement.*

1. PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan bahasa bisnis, di dalam laporan keuangan berisi informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan kepada pihak pengguna. Dengan memahami laporan keuangan suatu perusahaan, maka berbagai pihak yang berkepentingan dapat melihat kondisi kesehatan keuangan suatu perusahaan (Murhadi, 2013:1). Tujuan utama dari laporan keuangan adalah menyediakan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja, dan perubahan dalam posisi keuangan sebagai suatu entitas yang bermanfaat dalam pembuatan putusan ekonomi (Murhadi, 2013:1).

Dalam proses pembuatan laporan keuangan harus dibuat dengan benar dan disajikan dengan jujur sehingga mengungkap fakta sebenarnya kepada pengguna laporan keuangan (Astiniah, 2013:1). Laporan keuangan yang berkualitas yaitu laporan keuangan yang sesuai dengan Prinsip-Prinsip Akuntansi yang Berlaku Umum dan bebas dari tindakan atau kegiatan yang dilakukan dan disengaja oleh pihak manajemen perusahaan agar laporan keuangan tersebut memiliki integritas yang tinggi.

Dalam era globalisasi saat ini banyak perusahaan baik skala kecil hingga besar yang menyajikan informasi keuangan dengan tingkat integritas laporan keuangan yang rendah. Integritas laporan keuangan yang rendah tersebut disajikan dengan tidak wajar dan bias sehingga tidak sesuai dengan pihak-pihak yang membutuhkan informasi keuangan tersebut, seperti halnya kasus manipulasi data akuntansi yang melibatkan tiga perusahaan pertambangan di Indonesia yang termasuk dalam Grup Bakrie, yaitu PT Kaltim Prima Coal (KPC) dan PT Arutmin Indonesia (Arutmin), serta induk perusahaan tersebut, yaitu PT Bumi Resources Tbk (Bumi).

Di lain sisi krisis ekonomi mengakibatkan banyak perusahaan menggunakan hutang dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaannya (Gayatri dan Saputra, 2013:349). Keberadaan hutang dalam menjalankan perusahaan diukur dengan rasio keuangan, yaitu *leverage*. *Leverage*

dipergunakan untuk mengukur sampai sejauh apa perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang. Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi berarti perusahaan memiliki resiko keuangan yang tinggi karena mengalami kesulitan keuangan yang disebabkan hutang yang tinggi, hal ini menunjukkan bahwa resiko keuangan yang tinggi akan memperlambat manajemen untuk menginformasikan kinerja perusahaan dan meningkatkan upaya kecurangan untuk manipulasi laporan keuangan.

Kinerja Keuangan yang diukur dengan ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi integritas informasi laporan keuangan, ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara yang dapat dilihat dari total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar (Saputra, et.al. 2014:5). Perusahaan dengan ukuran besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, hal ini memberikan dampak positif bahwa perusahaan akan melaporkan kondisinya dengan lebih akurat, benar dan jujur sehingga laporan keuangan yang dihasilkan memiliki integritas yang tinggi (Annisa, 2013:8).

Selain kinerja keuangan, kinerja non keuangan juga dapat mempengaruhi integritas laporan keuangan baik pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal, yang diukur dengan kepemilikan manajerial, institusional, komisaris independen, komite audit, serta reputasi KAP. Kepemilikan manajerial merupakan salah satu mekanisme yang dapat diterapkan dalam meningkatkan integritas laporan keuangan. Dengan adanya kepemilikan manajerial, manajer akan cenderung bertindak dalam kepentingan pemegang saham karena mereka juga merupakan bagian dari pemegang saham, antara lain dengan tidak memanipulasi informasi yang ada dalam laporan keuangan.

Keberadaan investor institusional juga dianggap mampu menjadi mekanisme *monitoring* yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laporan keuangan. Keberadaan pemegang saham institusional didukung oleh hadirnya komisaris independen yang berasal dari luar perusahaan serta tidak mempunyai hubungan bisnis dengan perusahaan atau afiliasinya. Komisaris independen dibentuk untuk menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan manajemen agar tidak dipengaruhi oleh orang-orang yang memiliki kepentingan khusus (Gayatri dan Saputra, 2013:347). Kehadiran Komite Audit juga melengkapi keberadaan dewan komisaris, komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris demi membantu dewan komisaris yang berwenang menilai pelaksanaan kegiatan serta hasil audit yang dilakukan satuan pengawas internal maupun auditor eksternal (Susiana dan Herawaty, 2007).

Faktor lain yang mempengaruhi integritas laporan keuangan yaitu reputasi KAP yang dapat menjadi tolak ukur kualitas jasa yang diberikan. Meningkatnya nilai audit atau kualitas audit ditentukan oleh seberapa berguna dan berharganya jasa yang diberikan oleh KAP, sehingga KAP dituntut untuk bertindak dengan profesionalisme tinggi (Susiana dan Herawaty, 2007:3). Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Evaluasi Empiris Integritas Laporan Keuangan Berdasarkan Kinerja Keuangan dan Kinerja Non Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur dan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014”**.

2. KAJIAN LITERATUR

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency theory menjelaskan mengenai hubungan antara dua pihak yaitu prinsipal dan agen, Jensen dan Meckling (1976) dalam Rozania, et al (2013:3482), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih pemilik (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa yang kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut.

Pendelegasian wewenang tersebut akan menimbulkan masalah keagenan (*agency problem*), yaitu ketidaksejajaran kepentingan antara *principal* (pemilik/pemegang saham) dan agen atau manajemen perusahaan (Oktomegah, 2012:37)

Agen memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan *principal*, sehingga menimbulkan adanya ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi dengan pihak pemegang saham dan *stakeholder* sebagai pengguna informasi (Oktomegah, 2012:37). Teori agensi menyatakan bahwa konflik tersebut dapat dikurangi dengan adanya sebuah badan dalam perusahaan yang berfungsi menilai kinerja perusahaan secara luas dan keseluruhan serta menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam rangka perlindungan terhadap pemegang saham minoritas dan pihak-pihak lain yang terkait yang berasal dari luar perusahaan diharapkan dapat berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada *stakeholder* bahwa mereka akan menerima pengembalian atas dana yang telah mereka investasikan kepada perusahaan.

Integritas Laporan Keuangan

Menurut (Murhadi, 2013:1) laporan keuangan merupakan bahasa bisnis, di dalam laporan keuangan berisi informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan kepada pihak pengguna. Dengan memahami laporan keuangan suatu perusahaan, maka berbagai pihak yang berkepentingan dapat melihat kondisi kesehatan keuangan suatu perusahaan.

Hardiningsih (2010:65) menyatakan integritas laporan keuangan adalah laporan keuangan yang menampilkan kondisi suatu perusahaan yang sebenarnya, tanpa ada yang ditutup-tutupi atau disembunyikan. Jadi, apabila seorang auditor mengaudit laporan keuangan yang tidak berintegritas (tidak mencerminkan kondisi perusahaan yang sebenarnya) maka, peluang seorang auditor untuk dituntut akan semakin besar.

Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh apa perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (Bringham and Houston, 2010:140). resiko keuangan yang tinggi akan memperlambat manajemen untuk menginformasikan kinerja perusahaan dan meningkatkan upaya kecurangan untuk memanipulasi laporan keuangan (Modugu, et.al 2012 dalam Latifah, 2015:5)

H1: *Leverage* Berpengaruh Negatif Terhadap Integritas Laporan Keuangan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil suatu perusahaan menurut berbagai cara (saputra, et.al 2014:5) antara lain: total aset, penjualan, kapitalisasi pasar, dan lain-lain. Ukuran perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan (Annisa, 2013:8).

H2: Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Integritas Laporan Keuangan.

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan seperti direktur dan komisaris (Saputra, et. al. 2014:2). kepemilikan manajerial yang tinggi dapat mengurangi konflik kepentingan dan masalah agensi, manajer yang memiliki saham di dalam perusahaan akan merasa bahwa perusahaan tersebut juga dimiliki olehnya, untuk itu laporan keuangan yang disajikan tentunya tidak lepas dari integritas laporan keuangan yang tinggi (Saputra, et.al. 2014:4).

H3: Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif Terhadap Integritas Laporan Keuangan.

Kepemilikan Institusional

Hardiningsih (2010:66) menyatakan bahwa kepemilikan institusional adalah persentase saham perusahaan yang dimiliki perusahaan lain baik yang berada di dalam maupun diluar negeri serta saham pemerintah dalam dan luar negeri. Kepemilikan institusional sangat berperan dalam mengawasi perilaku manajer sehingga integritas laporan keuangan terjaga dengan baik. Hal ini dikarenakan, dengan adanya pengawasan tersebut maka manajer akan lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan (Astria, 2011:46).

H4: Kepemilikan Institusional Berpengaruh Positif Terhadap Integritas Laporan Keuangan

Komisaris Independen

Dewan komisaris adalah orang yang bertugas melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi dalam menjalankan pengurusan perseroan (Sutedi, 2015:130). Keberadaan komisaris independen pada suatu perusahaan dapat mempengaruhi integritas laporan keuangan yang dihasilkan oleh manajemen. Jika perusahaan memiliki komisaris independen maka laporan keuangan yang disajikan oleh manajemen cenderung lebih berintegritas, karena terdapat badan yang mengawasi dan melindungi hak-hak diluar manajemen perusahaan (Hardiningsih, 66:2010).

H5: Komisaris Independen Berpengaruh Positif Terhadap Integritas Laporan Keuangan.

Komite Audit

Keberadaan Komite Audit diatur melalui Surat Edaran Bapepam Nomor: SE-03/PM/2002 (bagi perusahaan publik) dan Keputusan Menteri BUMN Nomor:KEP-103/MBU/2002 (bagi BUMN). (Sutedi, 2015:145) menyatakan Dalam pelaksanaan tugasnya, Komite Audit mempunyai fungsi membantu Dewan Komisaris untuk melakukan hal-hal berikut seperti meningkatkan kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan pengendalian yang dapat mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan.

H6: Komite Audit Berpengaruh Positif Terhadap Integritas Laporan Keuangan.

Reputasi KAP

Astina (2013:44) menyatakan bahwa dalam menyampaikan suatu laporan atau informasi mengenai kinerja perusahaan kepada pengguna laporan keuangan, setiap perusahaan diminta untuk menggunakan jasa KAP. Untuk meningkatkan kredibilitas dari laporan tersebut, perusahaan biasanya menggunakan jasa KAP yang mempunyai reputasi atau nama baik. Hal ini biasanya ditunjukkan dengan KAP yang berafiliasi dengan KAP besar yang berlaku universal yang dikenal dengan *Big Four Worldwide Accounting Firm (Big Four)*.

H7: Reputasi KAP Berpengaruh Positif Terhadap Integritas Laporan Keuangan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Secara umum, objek dalam penelitian ini adalah perusahaan – perusahaan sektor manufaktur dan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Variabel Penelitian

Variabel Dependen dalam Penelitian ini adalah Integritas Laporan Keuangan yang diukur dengan indeks *Conservatism* $C = (RP + DEPR) / NOA$. Dimana:

RP = Jumlah Biaya Penelitian dan Pengembangan yang ada dalam laporan Keuangan

DEPR = Biaya Depresiasi yang terdaftar dalam laporan keuangan

NOA = *net operating asset* yang diukur dengan rumus kewajiban – keuangan bersih: (total utang + total saham + total dividen) – (kas + total investasi)

Leverage diukur menggunakan DAR, Ukuran perusahaan dihitung dengan Ln Aset, kepemilikan manajerial diukur dengan proporsi kepemilikan saham oleh pihak manajerial, Kepemilikan institusional diukur dengan proporsi kepemilikan saham oleh pihak institusional, Komisaris independen diukur dengan membandingkan jumlah proporsi komisaris independen dibagi dengan seluruh total anggota dewan komisaris, komite audit ditunjukkan dengan jumlah dari anggota komite audit, dan reputasi KAP diukur dengan menggunakan variabel *dummy* dimana angka 1 diberikan jika diaudit oleh KAP *big four* dan 0 jika diaudit oleh KAP *non big four*

Penentuan Sampel

Penarikan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 22 perusahaan manufaktur dan pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 dan telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan peneliti.

Metode Analisis

Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$ILK = \alpha + \beta_1 DAR + \beta_2 SIZE + \beta_3 KMM + \beta_4 KMI + \beta_5 KI + \beta_6 KA + \beta_7 KAP + e$$

Keterangan: α : konstanta, β : koefisien regresi, ILK : Integritas Laporan Keuangan, DAR: *Leverage*, SIZE : Ukuran Perusahaan, KMM: Kepemilikan Manajerial, KMI : Kepemilikan Institusional, KI : Keberadaan Komisaris Independen, KA : Keberadaan Komite Audit, KAP : Reputasi KAP, e : koefisien error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dari data yang diambil untuk penelitian ini adalah data sekunder berupa *annual report* sebanyak 22 perusahaan manufaktur dan pertambangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia hingga tanggal 31 Desember 2014.

Uji Hipotesis

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.3
Adjusted R²
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,841 ^a	,708	,562	,379505

a. Predictors: (Constant), DAR, SIZE, KMI, KMM, KA, KI, KAP

b. Dependent Variable : ILK

Pada tampilan tabel 4.3 model summary besarnya koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai adjusted R² yaitu 0,562, hal ini berarti 56,2% variabel integritas laporan keuangan yang diprosikan *C-score* dapat dijelaskan oleh variabel *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit dan reputasi KAP, sedangkan sisanya 43,8% merupakan pengaruh dari sebab-sebab atau faktor lain di luar model penelitian.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.4
Hasil Regresi Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 1					
Regression	4,884	7	,698	4,844	,006 ^b
Residual	2,016	14	,144		
Total	6,900	21			

a. Dependent Variable: ILK

B b. Predictors: (Constant), DAR, SIZE, KMM, KMI, KA, KI, KAP

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test di atas, didapat F hitung sebesar 4,844 dengan tingkat probabilitas 0,006 (signifikan). Tabel 4.4 yaitu hasil uji F (regresi simultan) juga menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit dan reputasi KAP berpengaruh secara bersama terhadap integritas laporan keuangan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 4.5
Hasil Regresi Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,015	2,818		-1,070	,303
DAR	-,274	,729	-,073	-,375	,713
SIZE	,096	,104	,221	,923	,372
KMM	,034	,009	1,062	3,990	,001
KMI	,013	,009	,389	1,484	,160
KI	-,868	1,045	-,182	-,831	,420
KA	,075	,144	,086	,521	,610
KAP	,299	,253	,267	1,182	,257

a. Dependent Variable: ILK

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap integritas laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,713 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian dapat diketahui bahwa adanya *leverage* yang tinggi tidak menjamin bahwa integritas laporan keuangan akan menjadi rendah. Besarnya *leverage* suatu perusahaan akan menyebabkan perusahaan meningkatkan kualitas pelaporan keuangan dengan tujuan untuk mempertahankan kinerja yang baik dimata investor dan auditor namun tidak semua perusahaan mampu melakukan aktivitas ini karena sangat tergantung pada kredibilitas perusahaan (Latifah, 2015:14).

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hipotesis kedua **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap integritas

laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,372 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besarnya ukuran perusahaan, maka akses informasi yang tersedia untuk masyarakat dan pemerintah akan semakin banyak, sehingga ini akan memberikan kemudahan bagi pihak manajemen untuk campur tangan dalam pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk menguntungkan diri sendiri dan akan menurunkan integritas laporan keuangan (Mulyanto dan Budiono, 2014:8).

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hipotesis ketiga **diterima**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap integritas laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,01 ($\alpha = 1\%$). Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa manajer pada perusahaan yang memiliki persentase kepemilikan manajerial yang tinggi dapat mengurangi konflik kepentingan dan masalah agensi, manajer yang memiliki saham di dalam perusahaan akan merasa bahwa perusahaan tersebut juga dimiliki olehnya, untuk itu laporan keuangan yang disajikan tentunya tidak lepas dari integritas laporan keuangan yang tinggi (Saputra, et.al. 2014:4).

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hipotesis keempat **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap integritas laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,160 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hal ini terjadi karena kepemilikan institusional banyak berperan di luar manajemen perusahaan, sehingga kebijakan manajemen seperti integritas laporan keuangan kurang bisa dipengaruhi oleh kepemilikan institusional (Putra dan Muid, 2012:9).

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa hipotesis kelima **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa komisaris independen tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap integritas laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,420 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hasil penelitian ini dapat terjadi jika keberadaan komisaris independen hanya untuk memenuhi ketentuan formal saja. Pengangkatan komisaris independen oleh perusahaan mungkin hanya dilakukan untuk pemenuhan regulasi saja tapi tidak dimasukkan untuk menegakkan *good corporate governance* di dalam perusahaan (Wulandari, 2014:583).

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hipotesis keenam **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa komite audit tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap integritas laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,610 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa berapapun jumlah komite audit dalam perusahaan tidak merubah tugas dan fungsinya untuk memonitor pelaporan keuangan sehingga berapapun jumlah komite audit, integritas laporan keuangan perusahaan tetaplah sama. Hal tersebut dapat dijelaskan dengan adanya *agency problems* (masalah keagenan), yaitu dengan makin banyaknya anggota komite audit maka badan ini akan mengalami kesulitan dalam menjalankan perannya, diantaranya kesulitan dalam berkomunikasi dan mengkoordinir kerja dari masing-masing anggota komite audit itu sendiri (Nasution dan Setiawan, 2007 dalam Astiniah, 2013:91).

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa reputasi KAP tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap integritas laporan keuangan dengan nilai signifikansi 0,427 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Hal ini menunjukkan bahwa KAP manapun yang mengaudit suatu perusahaan, kemungkinan integritas laporan keuangan dalam perusahaan adalah sama. Kecenderungan menggunakan auditor *big four* hanya untuk menaikkan reputasinya semata dan meningkatkan kredibilitas perusahaan. KAP *big four* maupun KAP *non big four* memiliki standar sama sesuai dalam Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) dalam melaksanakan pekerjaan mereka sehingga tidak terdapat perbedaan yang mencolok (Astiniah, 2013:94).

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut. Variabel kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap integritas laporan keuangan, sedangkan ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit, dan reputasi KAP tidak berpengaruh positif signifikan terhadap integritas laporan keuangan serta leverage tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap integritas laporan keuangan. Maka dari itu penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.. 1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel penelitian yang tidak hanya dari sektor manufaktur dan pertambangan saja, tetapi juga mencakup sektor-sektor lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar dapat mencerminkan hasil temuan. 2. Penelitian ini juga hanya sebatas tahun 2014, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan memperluas periode pengamatan agar lebih akurat dalam membandingkan integritas laporan keuangan dari tahun ke tahun. 3. Menambahkan beberapa variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi integritas laporan keuangan, seperti independensi.

6. REFERENSI

- [1] Annisa. 2013. *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Jurnal. Universitas Negeri Padang, Padang.
- [2] Astinia, Imah. 2013. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Audit dan Ukuran Perusahaan terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- [3] Astria, Tia. 2011. *Pengaruh Audit Tenure, Struktur Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- [4] Brigham, Eugene F. dan Joul F. Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- [5] Gayatri, I. A. Sri dan I. D. Dharma Saputra. 2013. *Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Jurnal. Universitas Udayana Bali.
- [6] Hardiningsih, Pancawati. 2010. *Pengaruh Indepedesi, Corporate Governance, dan Kualitas Audit Terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Kajian Akuntansi, Vol. 2 No. 1. Universitas Stikubank.
- [7] Latifah, Ghina. 2015. *Pengaruh good corporate governance dan leverage terhadap integritas laporan keuangan dengan manajemen laba sebagai variabel intervening*. Artikel. Universitas Negeri Padang.
- [8] Mulyanto dan Budiono. 2014. *Pengaruh Corporate Governance, kualitas audit, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Jurnal. Universitas Telkom, Bandung.
- [9] Murhadi, Werner R. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- [10] Oktomegah, Calvin. 2012. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Penerpan Konservatisme Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI*. Jurnal.
- [11] Putra, Daniel Salfauz Tawakal dan Dul Muid. 2012. *Pengaruh Independensi, Mekanisme Corporate Governance, Kualitas audit, dan Manajemen Laba Terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Diponegoro Journal Of Accounting, Vol. 1 No. 2. Universitas Diponegoro.
- [12] Rozania, Ratna Anggraini ZR dan Marsellisa Nindito 2013. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Pergantian Auditor, dan Spesialisasi Industri Auditor Terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Simposium Nasional Akuntansi XVI. Manado.

- [13] Saputra, Wahyudi, Desmiawati dan Yuneita Anisma. 2014. *Pengaruh Mekanisme Corporate Governace, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Integritas Laporan Keuangan*. Jurnal, Vol. 1 No. 2. Universitas Riau, Pekanbaru.
- [14] Susiana dan Arleen Herawaty. 2007. *Analisa Pengaruh Indepedensi, Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Audit terhadap Integritas Laporan Keuangan*. *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makasar.
- [15] Sutedi, Andrian.2015. *Hukum Perseroan Terbatas*. Raih Asa Sukses. Jakarta.
- [16] Wulandari, N.P. Yani. 2014. *Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komite Audit, Komisaris Independen Dan Dewan Direksi Terhadap Integritas Laporan Keuangan*. E-Jurnal. Universitas Udayana.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK BADAN UNTUK MEMBAYAR PAJAK

Muhamad Jasmani¹⁾, H. Hasan Kuzery²⁾, M. Titan Terzaghi³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

¹jasmanikece@yahoo.com,

²hasan_kuzery@mail.binadarma.ac.id

³mtitant4@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the factors - factors that affect compliance taxpayers to pay taxes for the taxpayer on STO Seberang Ulu Palembang. The population in this study are all corporate taxpayers registered in Seberang Ulu Palembang STO in 2015 as many as 203 taxpayers. The number of samples taken in this study were 67 corporate taxpayers. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study in partial knowledge of the taxpayer, tax penalties, quality of service and taxpayer awareness significant effect on tax compliance and ease of filling SPT variable has no effect on tax compliance.

Keywords: Knowledge, Tax Penalties, SPT Charging Facility, Service Quality, Awareness Taxpayers and Taxpayer Compliance.

1. PENDAHULUAN

Pajak memiliki arti yang sangat penting bagi negara, karena saat ini pemerintah mengandalkan penerimaan sektor dari pajak untuk mengatasi masalah-masalah yang ada di negara seperti masalah sosial, peningkatan kesejahteraan, dan kemakmuran warga negara. Salah satu faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi.

Tingkat kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama Palembang Seberang Ulu tidak stabil, hal ini terlihat dari peningkatan wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Palembang Seberang Ulu mengalami peningkatan pada tahun 2011 - 2012 tetapi mengalami penurunan pada tahun 2013 - 2014. Hal ini dikarenakan kepatuhan Wajib Pajak masih sangat rendah. Oleh karena itu, penegakkan hukum pajak perlu lebih ditingkatkan untuk mendorong kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka, penulis tertarik untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak badan untuk membayar pajak. Penelitian ini dilaksanakan pada wajib pajak badan yang ada di wilayah KPP Pratama Palembang Seberang Ulu.

2. LANDASAN TEORI

Pengertian Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia berarti tunduk atau patuh pada ajaran atau aturan. Kemudian Menurut Rustiyaningsih dalam Effendi dan Aris (2014:355) mengatakan bahwa kepatuhan perpajakan diartikan sebagai suatu keadaan yang mana wajib pajak patuh dan mempunyai kesadaran dalam memenuhi kewajiban perpajakan.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak

Faktor pertama yaitu tingkat pengetahuan Wajib Pajak. Menurut Widayati dan Nurlis (2010:6) Pengetahuan adalah hasil kerja pikir yang merubah tidak tahu menjadi tahu dan menghilangkan keraguan terhadap suatu perkara. Seorang Wajib Pajak dikatakan patuh dan paham tentunya harus terlebih dahulu mengetahui apa yang menjadi kewajibannya.

Faktor kedua adalah sanksi pajak. Sanksi pajak merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti/ditaati/dipatuhi, dengan kata lain

sanksi perpajakan merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Mardiasmo, 2011:59).

Faktor ketiga adalah kemudahan dalam proses pengisian Surat Pemberitahuan (SPT). Mulyani dalam Doli (2010:5) mengungkapkan bahwa kemudahan dan kesederhanaan system perpajakan dapat meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Kemudahan akan memberikan motivasi tersendiri bagi Wajib Pajak, dengan alasan logis bahwa mereka tidak perlu melakukan pengorbanan yang besar untuk dapat memenuhi kewajibannya.

Faktor keempat adalah kualitas pelayanan. Ni Luh dalam Sari dan Susanti (2013:68) Pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan inter personal agar tercipta kepuasan dan keberhasilan.

Faktor terakhir adalah tingkat kesadaran yang dimiliki oleh Wajib Pajak. Widayanti dan Nurlis (2010:5), kesadaran merupakan unsur dalam manusia dalam memahami realitas dan bagaimana cara bertindak atau menyikapi terhadap realitas. Kesadaran yang dimiliki oleh manusia kesadaran dalam diri, akan diri sesama, masa silam, dan kemungkinan masa depannya. Hal ini mengindikasikan bahwa budaya kurangnya kesadaran sangat berpotensi mengurangi tingkat kepatuhan.

Beberapa hasil penelitian terdahulu seperti Roseline (2010) menemukan Pemahaman WP, Persepsi WP, Penegakan hukum dan keadilan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam mengukuhkan diri sebagai Pengusaha Kena Pajak. Penelitian Arum (2012) memperoleh hasil Kesadaran WP, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Amanda (2012), hasil penelitiannya menghasilkan variabel kesadaran wajib pajak, kewajiban moral, kualitas pelayanan dan sanksi perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap suatu masalah yang dihadapi, yang masih akan diuji kebenarannya melalui analisis data yang relevan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H_0 = Pengetahuan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
 H_1 = Pengetahuan wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
- b. H_0 = Sanksi perpajakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
 H_1 = Sanksi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
- c. H_0 = Kemudahan pengisian SPT tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
 H_1 = Kemudahan pengisian SPT berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
- d. H_0 = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
 H_1 = Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
- e. H_0 = Kesadaran wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.
 H_1 = Kesadaran wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dalam membayar PPh Badan.

3. METODE PENELITIAN

Operasional Variabel

Variabel pada penelitian ini terdiri dari dua yaitu variabel X dan Y.

- 1) Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan wajib pajak (X_1), sanksi perpajakan (X_2), kemudahan pengisian SPT (X_3), kualitas pelayanan (X_4) dan kesadaran wajib pajak (X_5).
- 2) Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepatuhan wajib pajak (Y).

Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara Survei (Wawancara dan Kuisioner) dan cara dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

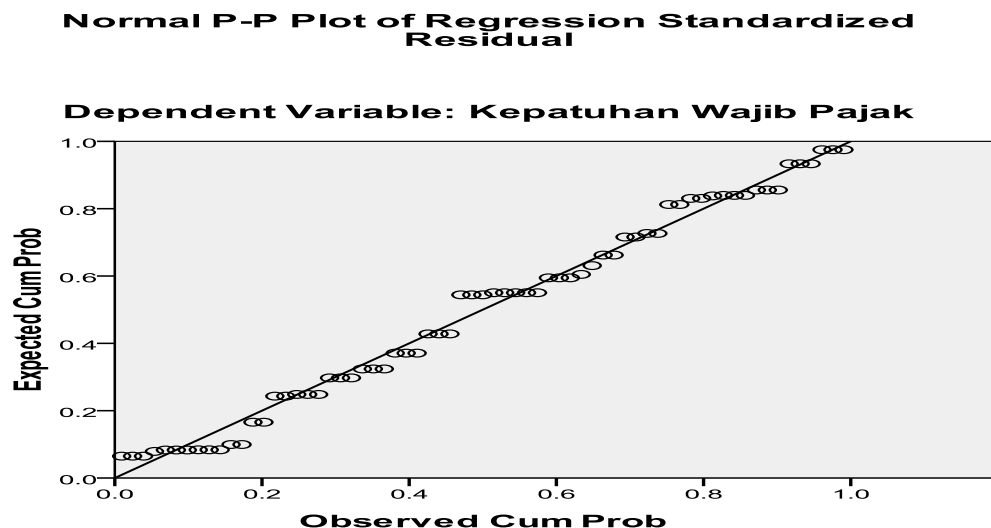
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan Hasil Uji Normalitas diatas, dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi dengan variabel dependen kepatuhan wajib pajak telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.1
Hasil Uji Multikolonieritas

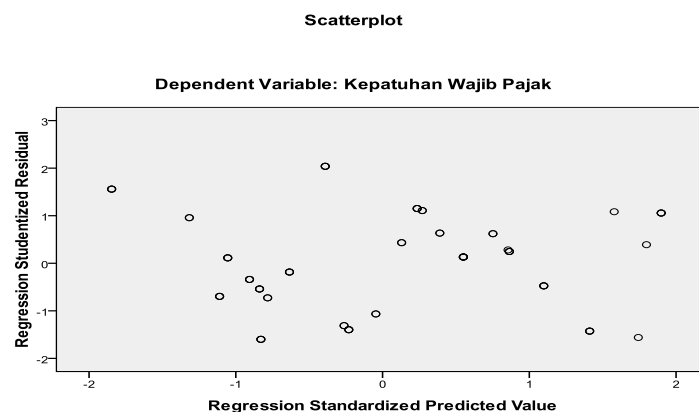
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pengetahuan Wajib Pajak	.102	9.890
Sanksi Perpajakan	.139	7.210
Kemudahan Pengisian SPT	.257	3.892
Kualitas Pelayanan	.137	7.308
Kesadaran Wajib Pajak	.111	9.003

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data primer diolah

Hasil Uji Multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.1 dengan kesimpulan kepatuhan wajib pajak, sanksi pajak, kemudahan pengisian SPT, kualitas pelayanan, kesadaran wajib pajak nilai VIF < 10, maka tidak terdapat gangguan multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2
Hasil Uji Heterskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas terlihat penyebaran titik – titik tidak membentuk pola hal ini berarti tidak adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Uji Hipotesis

Uji Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Berdasarkan pengolahan data menggunakan program SPSS diperoleh hasil pengujian korelasi dan koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Kerelasi dan Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.951 ^a	.905	.897

- a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Kemudahan Pengisian SPT, Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Wajib Pajak
b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0,951 artinya terdapat hubungan yang sangat erat antara variabel pengetahuan wajib pajak (X1), sanksi pajak (X2), kemudahan pengisian SPT (X3), kualitas pelayanan (X4), dan kesadaran wajib pajak (X5) dengan variabel kepatuhan wajib pajak (Y).

Uji F

Berdasarkan pengolahan data menggunakan program SPSS diperoleh hasil pengujian hipotesis berganda sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Hipotesis Berganda

Model	Df	F	Sig.
1 Regression	5	116.126	.000 ^a
Residual	61		
Total	66		

- a. Predictors: (Constant), Kesadaran Wajib Pajak, Kemudahan Pengisian SPT, Sanksi Perpajakan, Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Wajib Pajak
b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasarkan tabel di atas terlihat signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai (F hitung sebesar 116,126) lebih kecil dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti H_0 ditolak H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan wajib pajak, sanksi perpajakan, kemudahan pengisian SPT, kualitas pelayanan, kesadaran wajib pajak secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Hasil Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda merupakan prosedur yang kuat dan fleksibel dalam menganalisis hubungan asosiatif antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yaitu pengetahuan wajib pajak (X1), sanksi perpajakan (X2), kemudahan pengisian SPT (X3), kualitas pelayanan (X4), dan kesadaran wajib pajak (X5), sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.561	.193		2.914	.005		
Pengetahuan Wajib Pajak	.227	.112	.264	2.023	.004	.102	9.890
Sanksi Perpajakan	.348	.092	.401	3.783	.000	.139	7.210
Kemudahan Pengisian SPT	.079	.085	.072	.923	.359	.257	3.892
Kualitas Pelayanan	.150	.099	.161	3.511	.007	.137	7.308
Kesadaran Wajib Pajak	.361	.100	.426	3.599	.001	.111	9.003

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak

Sumber: Data primer diolah

Pembahasan

Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel pengetahuan wajib pajak sebesar 0,004 (t hitung 2,023) lebih kecil dari standar nilai signifikansi 0,05.

Kepatuhan dalam memenuhi kewajiban perpajakan meliputi kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal dapat diidentifikasi dari kepatuhan dalam penyampaian surat pemberitahuan. Apabila wajib pajak telah melaporkan surat pemberitahuan maka wajib pajak telah memenuhi ketentuan formal, namun isinya belum tentu memenuhi ketentuan material. Wajib pajak yang memenuhi kepatuhan material adalah wajib pajak yang mengisi dengan jujur, lengkap, dan benar surat pemberitahuan sesuai ketentuan dan menyampaikannya ke KPP sebelum batas waktu akhir.

Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat bahwa signifikansi variabel sanksi pajak sebesar 0,000 dengan t hitung 3,783 lebih kecil dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05.

Sanksi pajak merupakan hal yang harus diterapkan oleh pihak KPP terhadap wajib pajak yang melakukan pelanggaran-pelanggaran perpajakannya, untuk itu wajib pajak harus mengetahui semua resiko atau sanksi dalam hal keterlambatan dalam penyampaian SPT, sanksi jika tidak mematuhi peraturan perpajakan dan lain sebagainya, dan hal ini juga harus didukung oleh pihak pemerintah dalam menghukum wajib pajak yang melanggar semua ketentuan dan peraturan perpajakan supaya wajib pajak meningkatkan kepatuhannya.

Pengaruh Kemudahan Pengisian SPT Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel kemudahan pengisian SPT tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel kemudahan pengisian SPT sebesar 0,359 dengan t hitung sebesar 0,923 hal ini terlihat lebih besar dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05.

Dalam penelitian ini kemudahan pengisian SPT secara parsial tidak mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak. Kesederhanaan formulir SPT, petunjuk pengisian SPT yang mudah dipahami pada dasarnya sangat diperlukan oleh wajib pajak dalam penyampaian SPT. Akan tetapi hal ini tidak mempengaruhi tingkat kepatuhan wajib pajak karena penyampaian SPT adalah hal wajib yang harus dilakukan oleh para wajib pajak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai Signifikasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.007 dengan t hitung sebesar 3,511 lebih kecil dari nilai standar signifikasi 0,05.

Dalam hal ini kualitas pelayanan yang sopan dan ramah, petugas pajak yang cepat tanggap akan keluhan dan kesulitan yang dialami wajib pajak, keamanan dan kenyamanan yang diberikan petugas pajak kepada wajib pajak sangat diperlukan oleh wajib pajak, karena hal ini dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajaknya.

Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak

Variabel kesadaran wajib pajak mempunyai memiliki pengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai Signifikasi variabel kesadaran wajib pajak sebesar 0.001 dengan t hitung sebesar 3,599 lebih kecil dari nilai standar signifikasi 0,05.

Tingkat kepatuhan itu juga harus di dukung oleh beberapa hal meliputi pentingnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak, menyampaikan SPT dengan benar dan tepat waktu dan kesadaran wajib pajak dalam mengikuti perkembangan peraturan perpajakan. Kesadaran merupakan unsur dalam manusia dalam memahami realitas dan bagaimana cara bertindak atau menyikapi terhadap realitas. Sehingga kesadaran perpajakan adalah keadaan mengetahui atau mengerti perihal pajak.

Pengaruh Pengetahuan, Sanksi Pajak, Kemudahan Pengisian SPT, Kualitas Pelayanan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh kepatuhan, sanksi pajak, kemudahan pengisian SPT, kualitas pelayanan dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikansi terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai F hitung sebesar 116,126 lebih kecil dari nilai standar signifikansi sebesar 0,05.

Dalam meningkatkan kepatuhan, wajib pajak harus membayar kewajiban perpajakannya dengan benar dan tepat waktu, dalam pengisian SPT pun harus benar dan jelas, wajib pajak juga harus jujur dan siap diperiksa sesuai laporan SPT yang di sampaikan. Karena kepatuhan wajib pajak adalah hal yang sangat diharapkan agar tercapai semua realisasi pajak yang telah di tentukan

5. SIMPULAN DAN SARAN**Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

- a) Variabel pengetahuan wajib pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak pada KPP Pratama Palembang Seberang Ulu. Karena ini terlihat dari nilai signifikansi variabel pengetahuan wajib pajak sebesar 0,047 (t hitung 2,023) lebih kecil dari standar nilai signifikasi

0,05. Hal ini mencerminkan, responden berpendapat bahwa pengetahuan wajib pajak sangat penting.

- b) Variabel sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak karena terlihat bahwa signifikansi variabel sanksi pajak sebesar 0,000 dengan t hitung 3,783 lebih kecil dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sanksi pajak sangat diperlukan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
- c) Variabel kemudahan pengisian SPT tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel kemudahan pengisian SPT sebesar 0,359 dengan t hitung sebesar 0,923 hal ini terlihat lebih besar dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05.
- d) Variabel kualitas pelayanan pengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai Signifikasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.007 dengan t hitung sebesar 3,511 lebih besar dari nilai standar signifikasi 0,05.
- e) Variabel kesadaran wajib pajak mempunyai memiliki pengaruh terhadap variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai Signifikasi variabel kesadaran wajib pajak sebesar 0.001 dengan t hitung sebesar 3,599 lebih kecil dari nilai standar signifikasi 0,05.
- f) Pengaruh kepatuhan, sanksi pajak, kemudahan pengisian SPT, kualitas pelayanan dan kesadaran wajib pajak secara bersama-sama berpengaruh signifikansi terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai F hitung sebesar 116,126 lebih kecil dari nilai standar signifikansi sebesar 0,05.

Saran

- a) Sebaiknya KPP Pratama Palembang Seberang Ulu dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak secara berkala melakukan sosialisasi perpajakan dengan rutin dan melakukan kerjasama baik dengan pihak perguruan tinggi maupun pihak instansi pemerintah dan swasta lainnya.
- b) Dalam meningkatkan penerimaan perpajakan KPP Pratama Palembang Seberang Ulu diharapkan dapat menerapkan sanksi yang tegas dan berat bagi wajib pajak yang melakukan pelanggaran dalam hal melunasi kewajibannya dalam membayar pajak.
- c) Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian dan menambahkan variabel – variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Diharapkan penelitian selanjutnya akan menjadi lebih baik dari penelitian ini.

6. REFERENSI

- [1] Arum, Harjanti Puspa. 2012. *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Usaha Dan Pekerjaan Bebas (Studi di Wilayah KPP Pratama Cilacap)*. Diponegoro Journal Of Accounting Vol 1, No. 1, Tahun 2012 Halaman 1-8.
- [2] Aryani, Titik. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Badan*. Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen Vol 25. No 1 Januari 2012.
- [3] Doli, Dominicus. 2009. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan Untuk Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Malang Selatan)*. Jurnal Universitas Brawijaya.
- [4] Julianti, Murni. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yank Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Untuk Membayar Pajak Dengan Kondisi Keuangan Dan Preferensi Risiko Wajib Pajak Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Wajib Pajak yang Terdaftar di KPP Pratama Candisari Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- [5] Mardiasmo, 2011. *Pepajakan*. Edisi Revisi. Penerbit ANDI Yogyakarta.
- [6] Ramadhan, Fajar. 2010. *Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan E-SPT Terhadap Penggunaan*

- Fasilitas E-SPT Oleh Wajib Pajak Pribadi (Studi Kasus Pada KPP Pratama Kebon Jeruk Satu Jakarta Barat)*. Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [7] Roseline, Riessa. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak Dalam Mengukuhkan Diri sebagai Pengusaha Kena Pajak*. Jurnal Program Studi Akuntansi Universitas Brawijaya. Malang
- [8] Rustiyaningsih, Sri. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal Widya Warta No. 02 tahun XXXV / Juli 2011. ISSN 0854-1981
- [9] Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- [10] Trisnawati, Ni Luh Mika. 2015. *Analisis faktor-Faktor Yang Mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak Membayar Pajak Hotel, Pajak Restoran dan pajak Hiburan di Kota Denpasar*. Skripsi Universitas Udayana Denpasar.
- [11] Undang-Undang Perpajakan. 2014. Penerbit Salemba Empat
- [12] Utami, Andi, Soerono. 2012. *Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Terhadap Tingkat Kepatuhan wajib Pajak Di Lingkungan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Semarang*. Jurnal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- [13] Waluyo. 2014. *Perpajakan Indonesia*. Edisi 11. Buku 1. Penerbit Salemba Empat
- [14] Widayati dan Nurlis. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Untuk Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas (Studi Kasus Pada KPP Pratama Gambir Tiga)*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010. Universitas Jendral Soedirman Purwokerto.

PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT, PROFITABILITAS, LEVERAGE TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI (Study Kasus Perusahaan Sektor Perkebunan di BEI)

Okta Ariska¹⁾, Siti Nurhayati Nafsiah²⁾, Andrian Noviardy³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹okta.ariska15@yahoo.com

²Sititaintanapik@yahoo.co.id

³andrian.noviardy@binadarma.ac.id

Abstract

This study aimed to determine the effect of independent commissioner, audit committee, profitability and leverage of the level accounting conservatism. The population were the entire plantation sector companies. Technique in taking sampling was a sampling purposive method and obtained 13 companies. The data sources used was secondary data. The analysis used was multiple regression analysis. The results shows the independent commissioner significant and positive effect of the level accounting conservatism, audit committee doesn't significantly on the level accounting conservatism, profitability significant and positive effect of the level accounting conservatism, and leverage doesn't significantly on the level accounting conservatism.

Keywords : *independent commissioner, audit committee, profitability and leverage,*

1. PENDAHULUAN

Bagi pihak manajemen prinsip akuntansi yang bersifat berlaku umum akan memberikan fleksibilitas dalam menentukan metode maupun estimasi akuntansi yang dapat digunakan. Fleksibilitas tersebut akan mempengaruhi perilaku manajer dalam melakukan pencatatan akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan. Selain prinsip akuntansi yang bersifat umum (*Generally Accepted Accounting Principles*) salah satu prinsip akuntansi yang digunakan dalam proses pelaporan keuangan yaitu prinsip konservatisme. Menurut prinsip konservatisme, ketika kerugian terjadi maka kerugian tersebut akan diakui meskipun belum terealisasi, akan tetapi ketika keuntungan terjadi maka keuntungan yang belum terealisasi tidaklah akan diakui. Konservatisme, jika diaplikasikan secara tepat akan menyediakan pedoman yang rasional, jangan menyajikan angka laba bersih dan aktiva yang terlalu tinggi (Hery, 2013:34). Konservatisme merupakan prinsip dalam laporan keuangan yang dimaksudkan agar pengakuan dan pengukuran aktiva serta laba dilakukan dengan penuh kehati-hatian oleh karena ekonomi dan bisnis dilingkupi ketidakpastian.

Konservatisme merupakan prinsip akuntansi yang kontroversial. Dikalangan peneliti pun, prinsip konservatisme akuntansi masih dianggap kontroversial terdapat banyak kritikan yang muncul, namun ada pula yang mendukung penerapan prinsip konservatisme. Kritikan terhadap penerapan prinsip konservatisme tersebut antara lain konservatisme dianggap sebagai kendala yang akan mempengaruhi laporan keuangan. Apabila metode yang digunakan dalam penyusunan laporan keuangan berdasarkan prinsip akuntansi yang sangat konservatif, maka hasilnya cenderung bias dan tidak mencerminkan kenyataan. Akan tetapi bila dilihat lebih lanjut prinsip konservatisme ini bermanfaat untuk menghindari perilaku oportunistik manajer berkaitan dengan kontrak-kontrak yang menggunakan laporan keuangan sebagai media kontrak. Komisaris independen adalah komisaris yang tidak ada hubungan keluarga atau hubungan bisnis dengan direksi maupun dengan pemegang saham. Dengan adanya komisaris yang independen, pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris akan lebih ketat. Komite audit mempunyai fungsi membantu dewan komisaris untuk melakukan tugasnya seperti meningkatkan kualitas laporan keuangan,, Sutedi (2015:145). Selain itu juga,

perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan cenderung untuk memilih akuntansi yang konservatif untuk mengatur laba agar terlihat rata dan tidak terlalu mengalami fluktuasi. Rasio *leverage* dipergunakan untuk mengukur sampai sejauh apa perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang. Perusahaan yang memiliki hutang yang relatif tinggi akan menerapkan akuntansi yang konservatif agar laba yang disajikan relatif rendah.

Pada penelitian ini, perusahaan sektor perkebunan yang dipilih sebagai objek penelitian karena pada tahun 2013 kinerja emiten perkebunan masih belum baik hingga Sembilan bulan pertama. Sehingga permintaan yang masih lemah mempengaruhi harga Crude palm oil/CPO. Dari sejumlah emiten perkebunan yang sudah dirilis laporan keuangan kuartal ketiga 2013, sekitar enam emiten perkebunan mencatatkan penurunan laba dari 45%-86% untuk periode Januari-september 2013. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh komisaris independen, komite audit, profitabilitas, leverage terhadap tingkat konservatisme akuntansi pada perusahaan sektor perkebunan di BEI.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Teori Agensi (*agency theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Wulandini dan Zulaikha (2012:2) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak di mana satu atau lebih orang (*principal*) melibatkan orang lain (*agen*) untuk melakukan beberapa layanan atau kegiatan atas nama mereka yang mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. Agen diberi wewenang oleh pemilik untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan, sehingga agen lebih banyak mempunyai informasi dibandingkan pemilik, oleh karena itu terjadi ketimpangan informasi (*asymetri information*). Prinsip utama teori keagenan adalah adanya hubungan kontrak kerja sama antara pihak yang memberi wewenang, yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (*agen*), yaitu manajer. Dalam teori keagenan, pihak investor menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepat-cepatnya atas investasi yang ditanamkan, sedangkan pihak manajer perusahaan menginginkan kepentingannya diakomodasi dengan pemberian kompensasi, bonus, atau insentif sebesar-besarnya atas kinerja yang telah dilakukan. Teori keagenan menggambarkan bahwa konflik yang terjadi akan menimbulkan biaya agensi yang pada akhirnya akan mengurangi insentif untuk mengurangnya. Biaya agensi (*agency cost*) merupakan jumlah dari pengeluaran yang dilakukan oleh investor (*principal*), pengeluaran ikatan dengan agen, dan hilangnya sisa. Jensen dan Meckling menggambarkan dua bentuk keagenan yaitu antara manajer dengan pemilik dan antara manajer dengan pemberi pinjaman (*bondholders*). Agar hubungan kontraktual ini dapat berjalan dengan lancar, pemilik akan mendelegasikan otoritas pembuatan keputusan kepada agen dan hubungan ini juga perlu diatur dalam suatu kontrak yang biasanya menggunakan angka-angka akuntansi yang dinyatakan dalam laporan keuangan sebagai dasarnya. Pendesainan kontrak yang tepat untuk menyelaraskan kepentingan agen dan pemilik dalam hal terjadinya konflik kepentingan inilah yang merupakan inti dari teori keagenan.

2.2 Konservatisme Akuntansi

Menurut Oktomegah, (2012:37) konservatisme adalah reaksi yang cenderung mengarah pada sikap kehati-hatian atau disebut *prudent reaction* dalam menghadapi ketidakpastian yang melekat dalam perusahaan dan melingkupi aktivitas bisnis dan ekonomi untuk mencoba memastikan bahwa ketidakpastian dan risiko inherent yang menjadi ancaman dalam lingkup bisnis sudah cukup dipertimbangkan.

Menurut Dewi dalam Oktomegah, (2012:37) implikasi dari penerapan konservatisme adalah sikap kehati-hatian dalam pengakuan dan pengukuran pendapatan dan aset yang lebih rendah atau pelaporan hutang yang lebih tinggi Menurut Watts dalam Alhayati (2013:4) terdapat tiga ukuran yang digunakan dalam mengukur konservatisme. Pertama *earnings/stock return relation measures*,

pengukuran ini didasari adanya *stock market price* yang berusaha untuk merefleksikan perubahan nilai asset pada saat terjadinya perubahan baik rugi maupun laba dalam nilai asset, *stock return* tetap berusaha untuk melaporkan sesuai dengan waktunya. Ukuran konservatisme kedua, yaitu *earning/accrual measures*, yang menggunakan selisih antara pendapatan bersih (*net income*) dan arus kas (*cash flows*). Pendapatan bersih yang digunakan adalah pendapatan bersih sebelum depresiasi dan amortisasi, sedangkan arus kas yang digunakan adalah arus kas operasional. Apabila akrual bernilai negatif, maka laba digolongkan konservatif. Hal ini disebabkan karena laba lebih rendah dari arus kas yang diperoleh perusahaan pada periode tertentu.

Ukuran konservatisme yang terakhir yaitu *net asset measures*. Ukuran ini digunakan untuk mengetahui tingkat konservatisme dalam penyajian laporan keuangan yaitu untuk menilai asset yang *understatement* dan menilai kewajiban yang *overstatement*. Salah satu model pengukuran ini adalah dengan proksi *book to market ratio* yang mencerminkan nilai pasar negatif terhadap nilai buku perusahaan.

2.3 Komisaris Independen

Menurut Sutedi (2015:130) dewan komisaris adalah organ yang bertugas melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi dalam menjalankan pengawasan perseroan.

2.4 Komite Audit

Keberadaan komite audit diatur melalui Surat Edaran Bapepam Nomor SE-03/PM/2002 (bagi perusahaan publik) dan keputusan menteri BUMN Nomor KEP-103/MBU/2002 (bagi BUMN). Komite audit menurut Kep. 29/PM/2004 merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melakukan tugas pengawasan dalam pengelolaan perusahaan.

2.5 Profitabilitas

Menurut Pratanda dan kusmuriyanto (2014:258) profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan terutama untuk menganalisis kinerja manajemen.

Menurut Fahmi (2014:81) Rasio profitabilitas adalah rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang di peroleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

2.6 Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh apa perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (Brigham and Houston, 2012:140). Dalam arti luas rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang.

2.7 Pengembangan Hipotesis

H1 : Komisaris independen berpengaruh terhadap tingkat konservatisme akuntansi.

H2 : Komite audit berpengaruh terhadap tingkat konservatisme akuntansi.

H3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat konservatisme akuntansi.

H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap tingkat konservatisme akuntansi.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Perusahaan Sektor Perkebunan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Tahun 2013-2014.

3.2 Operasional Variabel

1. Komisaris independen (X1)

Untuk mengetahui proporsi komisaris independen dapat dihitung dari jumlah komisaris independen dibagi dengan total jumlah komisaris.

2. Komite audit (X2)

Untuk mengetahui jumlah komite audit dapat dihitung dengan total jumlah komite audit

3. Profitabilitas (X3)

Untuk mengetahui profitabilitas dapat dihitung dengan *Return on Asset* yaitu: $ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Aset}$

4. Leverage (X4)

Untuk mengetahui *leverage* dapat dihitung dengan *debt to equity ratio*/DER yaitu:

$$Debt\ to\ equity\ ratio = \frac{Total\ Hutang}{Modal\ (equity)}$$

Konservatisme dengan ukuran akrual dihitung dengan rumus dibawah ini seperti yang digunakan oleh Givoly dan Hayn (2000) dalam penelitian Wulandini dan Zulaikha (2012:4)

$$CON_ACC = \frac{NI - CF}{RTA}$$

Keterangan:

CON_ACC = Tingkat konservatisme akuntansi

NI = Laba sebelum extraordinary items

CF = Arus kas operasi ditambah biaya depresiasi

RTA = Rata-rata total aktiva

3.3 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolineritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), analisis regresi berganda dan uji hipotesis (uji F dan uji T).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas

Tabel 4.1
Uji Normalitas : Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		26
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.03870224
Most Extreme Differences	Absolute	.153
	Positive	.128
	Negative	-.153
Test Statistic		.153
Asymp. Sig. (2-tailed)		.121 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : hasil output spss

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,121 yang berarti 0,05 maka dapat berdistribusi normal dan dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.2
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.755	.708	.04223

a. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Komite Audit, Komisaris Independen

b. Dependent Variable: Konservatisme

Sumber : hasil output spss

Pada tampilan tabel 4.12 model summary besarnya koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai adjusted R^2 yaitu 0,708 hal ini berarti 70,8% variabel konservatisme yang diproksikan *C-score* dapat dijelaskan oleh variabel komisaris independen, komite audit, profitabilitas dan *leverage* sedangkan sisanya 29,2% merupakan pengaruh dari sebab-sebab atau faktor lain di luar model penelitian.

4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 4.3
Hasil Regresi Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.115	4	.029	16.186	.000 ^b
Residual	.037	21	.002		
Total	.153	25			

a. Dependent Variable: Konservatisme

b. Predictors: (Constant), Leverage, Profitabilitas, Komite Audit, Komisaris Independen

Sumber : hasil output spss

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test di atas, didapat F hitung sebesar 16,186 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikan). Tabel 4.12 yaitu hasil uji F (regresi simultan) juga menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 jadi dapat disimpulkan bahwa komisaris independen, komite audit, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh secara bersama terhadap konservatisme.

4.4 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 4.4
Hasil Regresi Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.483	.132		-3.651	.001
Komisaris Independen	1.069	.168	1.390	6.354	.000
Komite Audit	-.002	.045	-.006	-.053	.958
Profitabilitas	-1.026	.249	-.867	-4.130	.000
Leverage	-.016	.011	-.176	-1.483	.153

a. Dependent Variable: Konservatisme

Sumber: hasil output spss

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama **diterima**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap konservatisme dengan nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hal ini menunjukkan bahwa sesuai dengan teori yang menyatakan dengan adanya komisaris independen pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris akan lebih ketat. Komisaris ditugaskan untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta mewajibkan terlaksanannya akuntabilitas (Sutedi, 2015:141).

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hipotesis kedua **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa komite audit tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi dengan nilai signifikansi diperoleh nilai signifikansi $0,958 > \text{level of significant } (\alpha) = 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara komite audit terhadap konservatisme akuntansi. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa komite audit terdiri atas sedikitnya tiga orang, diketahui oleh komisaris independen perusahaan dengan dua orang eksternal yang independen. selain itu, dalam pelaksanaan tugasnya komite audit mempunyai fungsi membantu dewan komisaris untuk melakukan hal-hal seperti meningkatkan kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan pengendalian yang dapat mengurangi kesempatan terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan. (sutedi, 2015:145). Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan komite audit kurang efektif dalam memonitor pihak manajemen dalam menggunakan prinsip konservatisme dalam proses pelaporan keuangan perusahaan. Berapapun jumlah komite audit dalam perusahaan tidak mempengaruhi terjadinya konservatisme akuntansi

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hipotesis ketiga **diterima**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi dengan nilai signifikansi diperoleh nilai signifikansi $0,000 < \text{level of significant } (\alpha) = 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara profitabilitas terhadap konservatisme akuntansi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa konservatisme, jika diaplikasikan secara tepat akan menyediakan pedoman yang rasional, jangan menyajikan angka laba dan aktiva yang terlalu tinggi (Hery, 2013:34).

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan di sektor perkebunan ini memiliki profitabilitas yang rendah sehingga berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi.

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hipotesis keempat **ditolak**. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi dengan nilai signifikansi $0,153 > \text{level of significant } (\alpha) = 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan terdapat tidak berpengaruh signifikan antara *Leverage* terhadap konservatisme akuntansi. Menurut Dewi dalam Oktomegah, (2012:37) implikasi dari penerapan konservatisme adalah sikap kehati-hatian dalam pengakuan dan pengukuran pendapatan dan aset yang lebih rendah atau pelaporan hutang yang tinggi. Dalam hal ini perusahaan di sektor perkebunan ini mempunyai rasio hutang yang rendah sehingga tidak berpengaruh terhadap tingkat konservatisme akuntansi.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut. Variabel komisaris independen dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tingkat konservatisme akuntansi, sedangkan Komite Audit dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat konservatisme akuntansi. Beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. 1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel penelitian yang tidak hanya dari sektor perkebunan saja, tetapi juga mencakup sektor-sektor lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar dapat mencerminkan hasil temuan. 2. Menambahkan beberapa variabel lain sebagai faktor yang dapat mempengaruhi konservatisme akuntansi, seperti Reputasi KAP dan Kepemilikan Manajerial. Dan untuk penelitian lain diharapkan dapat memperluas periode pengamatan agar lebih akurat dalam membandingkan konservatisme akuntansi dari tahun ke tahun. 3. Sebaiknya perusahaan sektor perkebunan ini lebih memperhatikan prinsip atau metode pencatatan akuntansi yang digunakan dalam laporan keuangan agar tingkat konservatisme yang digunakan rendah dan meningkatkan kinerja perusahaan.

6. REFERENSI

- [1] Alhayati, Fajri. 2013. Pengaruh Tingkat Hutang (*Leverage*) dan Tingkat Kesulitan Keuangan Perusahaan terhadap Konservatisme Akuntansi. Skripsi, Universitas Negeri Padang.
- [2] Brigham, Eugene F, dan Joul F. Houston. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*.
a. Jakarta: Salemba Empat
- [3] Fahmi, Irham. 2014, manajemen Keuangan Perusahaan Dan Pasar Modal.
- [4] Jakarta: Mitra Wacana Media
- [5] Hery. 2013. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- [6] Oktomegah, Calvin. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerapan Konservatisme Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. Jurnal Ilmiah Akuntansi, Vol 1 No 1
- [7] Pratanda, Rasyanta Surya dan Kusmuriyanto. 2014. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Likuiditas, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Konservatisme Akuntansi. Accounting Analysis Journal. Universitas Negeri Semarang
- [8] Sutedi, Andrian. 2015. Buku Pintar Hukum Perseroan Terbatas. Jakarta: Raih Asa Sukses
- [9] Wulandini, Dwinita dan Zulaikha. 2012. Pengaruh Karakteristik Dewan Komisaris dan Komite Audit terhadap Tingkat Konservatisme Akuntansi. Diponegoro Journal Of Accounting. Universitas Diponegoro

PENGARUH DIVERSIFIKASI BERHUBUNGAN DAN DIVERSIFIKASI TIDAK BERHUBUNGAN TERHADAP STRUKTUR MODAL

Sevrinda Anggia Sari¹⁾, Poppy Indriani²⁾, Ade Kemala Jaya³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

¹Email : drinversvirgirlzz@yahoo.com

²Email : poppy_indriani@binadarma.ac.id

³Email : jaya_ade@yahoo.com

Abstract

The purposes of this research are to analyse the impact of related diversification and unrelated diversification on capital structure of a company. Diversification level is measured by Jacquemin-Berry entrophy index, while capital structure is measure by book leverage. As variable control, this research use return on asset, debt equity ratio and growth of capital. Population of this research consists of listed manufacture company in Indonesia Stock Exchange in the period of 2012-2014. The sampling method used in the research is purposive sampling. After doing sampling and processing datas, 20 manufactures company randomly selected. To analysing the data of this research, writer use statistic examination which helped by SPSS program for windows. In order to examine the hypothesis, writer use the F examination for symultan hypothesis and the T examination for partial hypothesis. The result of moderate variable show that related diversification negative relation between capital structure. Meanwhile, unrelated diversification positive relation between capital structure.

Keywords : *related diversification, unrelated diversification, capital structure*

1. PENDAHULUAN

Dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi, menimbulkan persaingan dalam dunia usaha menjadi lebih kompetitif. Ada banyak strategi yang bisa perusahaan terapkan untuk meningkatkan kualitas bahkan daya saing terhadap perusahaan lainnya. Karena segala aspek di dalam perusahaan mampu untuk dijadikan acuan sebagai bahan untuk membuka kesempatan yang baik dalam hal mengatur strategi. Salah satu strategi yang dapat mengurangi resiko bisnis, namun memiliki sisi negatif apabila tidak dioperasikan secara optimal adalah diversifikasi usaha.

Dengan diterapkannya diversifikasi, jika terjadi kerugian di salah satu segmen usaha, maka diharapkan keuntungan yang diperoleh dari segmen usaha yang lain dapat menutupi kerugian tersebut. Perusahaan dikatakan melakukan diversifikasi-berhubungan jika usaha yang dilakukan masih berhubungan dengan usaha inti perusahaan dan masih berada pada satu industri yang sama. Sedangkan perusahaan dikatakan melakukan diversifikasi-tidak-berhubungan jika usaha yang dihasilkan tidak berhubungan dengan usaha inti perusahaan dan berada dalam industri yang berbeda. Struktur modal perusahaan tergantung pada karakteristik sumber daya perusahaan serta strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Sumber internal diperoleh dari dalam perusahaan, berupa laba ditahan dan depresiasi. Struktur modal merupakan masalah penting bagi setiap perusahaan, karena meski struktur modal memiliki pengaruh yang baik ataupun buruk, tetap saja memiliki efek langsung terhadap financial perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Diversifikasi

Diversifikasi adalah sebuah strategi investasi dengan menempatkan dana dalam berbagai instrument investasi dengan tingkat risiko dan potensi keuntungan yang berbeda. Strategi ini biasa disebut dengan alokasi aktiva (Joshua D. Shackman, 2007). Perusahaan yang melakukan diversifikasi didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki dua atau lebih segmen usaha (Puji Harto, 2005).

2.2 Diversifikasi Berhubungan (*Related Diversification*)

Perusahaan yang beroperasi dalam sejumlah industri dan bisnisnya saling berhubungan satu sama lain melalui sinergi operasi. Perusahaan-perusahaan ini disebut sebagai perusahaan dengan diversifikasi yang berhubungan. Sinergi operasi terdiri dari dua jenis hubungan lintas unit bisnis: kemampuan untuk membagi sumber daya umum, dan kemampuan untuk membagi kompetensi inti umum. Salah satu cara perusahaan dengan diversifikasi yang berhubungan menciptakan sinergi operasi adalah dengan membuat dua atau lebih bisnis menggunakan sumber daya yang sama seperti kekuatan penjualan, fasilitas manufaktur, dan fungsi perbekalan. Penggunaan sumber daya yang sama secara bersama-sama seperti ini membantu perusahaan untuk memperoleh manfaat skala dan ruang lingkup ekonomis.

2.3 Diversifikasi Tidak Berhubungan (*Unrelated Diversification*)

Strategi diversifikasi yang tidak berhubungan adalah perusahaan melakukan akuisisi dengan perusahaan lain atau menciptakan perusahaan baru yang tidak memiliki rantai nilai yang sama atau yang tidak terkait. Strategi ini mampu memberikan kinerja keuangan yang baik dalam masing-masing industri. Unit bisnis dalam perusahaan diversifikasi tidak berhubungan hanya memiliki sedikit sekali kesamaan umum. Hanya ada sedikit sinergi operasi lintas unit bisnis. Perusahaan dengan diversifikasi tidak berhubungan disebut pula dengan konglomerasi. Konglomerasi tumbuh khususnya melalui akuisisi.

2.4 Struktur Modal

Struktur modal adalah gabungan antara hutang jangka panjang dan modal yang harus pertahankan oleh perusahaan. Pada dasarnya tugas manajer keuangan perusahaan adalah berusaha mencari keseimbangan finansial neraca yang dibutuhkan serta mencari susunan kualitatif neraca tersebut dengan sebaik-baiknya. Pemilihan susunan kualitatif pada sisi asset akan menentukan struktur kekayaan perusahaan, sedangkan pemilihan susunan kualitatif dari sisi liabilities dan equities akan menentukan struktur keuangan dan struktur modal perusahaan. Struktur modal merupakan salah satu keputusan keuangan yang dihadapi manajer keuangan berkaitan dengan komposisi utang, saham preferen, dan saham biasa yang harus digunakan oleh perusahaan.

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian, dan kajian teoritis sebagai kaitan dengan keseluruhan maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut: Penelitian La Rocca *et al.*, (2009) menunjukkan bahwa dua tipe diversifikasi yang ada, berhubungan (*related*) dan tidak berhubungan (*unrelated*) memiliki dampak yang berlawanan terhadap hutang. Penelitian ini dilakukan di Italia terhadap perusahaan yang terdaftar dan tidak terdaftar di bursa efek. Pada penelitian ini ditemukan bahwa *unrelated diversification* berhubungan secara positif dengan hutang, namun tidak demikian dengan *related diversification*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan *related diversification* akan lebih mempertimbangkan penggunaan ekuitas sebagai sumber pendanaan dan yang melakukan *unrelated diversification* cenderung untuk memilih utang.

H₁ = Diversifikasi-berhubungan berpengaruh negative terhadap struktur modal karena mempertimbangkan ekuitas sebagai sumber pendanaan.

H₂ = Diversifikasi-tidak-berhubungan berpengaruh positif terhadap struktur modal karena cenderung memilih utang sebagai sumber pendanaan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur selama periode 2012-2014 yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini yaitu pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia dengan mengelompokkan perusahaan manufaktur yang melakukan diversifikasi berhubungan (*related diversification*) dan diversifikasi tidak berhubungan (*unrelated diversification*) selama periode 2010 sampai dengan 2014.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiono (2010:205), apabila dilihat dari sumber datanya, maka jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang meliputi laporan keuangan yang telah dipublikasi yang diambil dari database Bursa Efek Indonesia, data-data laporan dari laporan keuangan selama periode tahun 2012-2014. Data sekunder yang diambil dari Bursa Efek Indonesia terdiri dari laporan laba rugi dan laporan arus kas setiap perusahaan yang sesuai dengan kriteria pemilihan sampel. Jenis dan sumber data tersebut adalah laporan keuangan tahunan emiten dan profil perusahaan yang terdaftar di BEI mulai tahun yang berakhir pada 31 Desember 2012 sampai dengan 31 Desember 2014 yang diperoleh dari website BEI yaitu www.idx.co.id dan ICMD (Indonesian Capital Market Directory).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sanusi (2011:88) “Teknik pengambilan sampel (*sampling*) adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh yang *representative* dari populasi yang tersedia”. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014 yang telah mengeluarkan laporan keuangan tahunan.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili). (Sugiyono, 2013:62). Penentuan sampel yang digunakan untuk meneliti populasi didasarkan pada pemenuhan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria tersebut meliputi:

1. Perusahaan memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan selama periode pengamatan dan data kepemilikan saham perusahaan dan rasio *leverage* dalam *Indonesia Capital Directory Market* (ICMD).
2. Penentuan klasifikasi perusahaan melakukan diversifikasi-berhubungan atau tidak-berhubungan.
3. Disajikan dalam rupiah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat diperlukan, agar peneliti memperoleh data yang sesuai dengan tujuan dan kriteria yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

- a. Observasi, yaitu dengan cara menelusuri situs Bursa Efek Indonesia
- b. Dokumentasi, yaitu dengan cara menyimpan data melalui dokumen yang diperlukan yang diunduh dari situs Bursa Efek Indonesia
- c. Studi pustaka, yaitu dengan mengumpulkan data-data berupa landasan teori dan penelitian terdahulu.

3.5.1 Variabel Penelitian

3.5.1.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2011). Variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini adalah diversifikasi dimana terbagi menjadi dua yaitu: diversifikasi-berhubungan dan diversifikasi-tidak-berhubungan.

3.5.1.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2011) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini adalah struktur modal (*book leverage* dan *market leverage*).

3.5.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel terikat dan variabel bebas tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol dalam penelitian ini ada 4, yaitu:

a. *Return on Asset* (ROA)

Perusahaan terlebih dahulu akan berusaha untuk membiayai kegiatan operasinya lewat dana yang dihasilkan sendiri. Berdasarkan teori *trade-off* dari struktur modal, dengan adanya manfaat *tax shield*, perusahaan yang sedang dalam keadaan laba akan tetap mengambil utang sebagai sumber pembiayaan. Atas dasar hal tersebut maka ROA akan berhubungan secara positif terhadap rasio utang.

b. *Debt to Equity Ratio* (DER)

DER adalah rasio yang menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya. DER dalam penelitian ini diukur dengan rumus:

c. Pertumbuhan Perusahaan (GROWTH)

Perusahaan yang memiliki kemampuan tumbuh atau berinvestasi akan lebih *profitable* yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja yang baik pada perusahaan. Pertumbuhan perusahaan menggambarkan pertumbuhan penjualan perusahaan dan digunakan untuk melihat pertumbuhan perusahaan tiap tahunnya, yang dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel Operasional

NO	NAMA VARIABEL	CARA PERHITUNGAN
1	<i>Book Lverage</i> (BLEV)	$BLEV = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Aset}$
2	<i>Enthopy Index Unrelated Diversification</i> (EUID)	$EUID = m_{k=1} P_{j,k} \ln(\frac{1}{P_{j,k}})$
3	<i>Enthropy Index Related Diversification</i> (EIRD)	$EIRD = m_{k \& 1} P_{j,k} \ln(\frac{1}{P_{j,k}})$
4	<i>Return On Asset</i> (ROA)	$ROA = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset}$
5	<i>Debt to Equity Ratio</i>	$DER = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Modal}$
6	<i>Grow</i> (Pertumbuhan Perusahaan)	$GROW = \frac{Penjualan_t - Penjualan(t-1)}{Penjualan(t-1)}$

3.5.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam suatu penelitian dengan menggunakan metode atau alat tertentu. Hasil penelitian ini kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya, artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka), dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis yaitu :

3.5.2.1 Statistik Deskriptif

Menurut sugiono (2010:147-148) Statitik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku atau generalisasi.

3.5.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Persamaan regresi linear berganda ini digunakan untuk menggambarkan secara spesifik keterkaitan dari variabel – variabel penelitian sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2ROA + b_3DER + b_4GROW + e$$

3.6 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini juga akan dilakukan beberapa uji asumsi klasik terhadap model regresi linier yang telah diolah dengan menggunakan program SPSS yang meliputi :

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk apakah model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat diketahui dengan cara melihat jumlah sampel penelitian apakah berada pada sekitar garis plot atau malah membentuk pola tertentu.

3.6.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2009). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya mutikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Model regresi yang baik tidak terdapat masalah multikolinieritas atau adanya hubungan korelasi diantara variabel-variabel independennya (Ghozali, 2009).

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik plot. Pada Grafik plot jika ada pola tertetu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi. Heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik meyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas (Sugiyono 2010:168).

3.6.4 Uji Autokorelasi

Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW). Pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. $du < dw < 4 - du$, maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
2. $dw < dl$ atau $dw > 4 - dl$, maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- $dl < dw < du$ atau $4 - du < dw < 4 - dl$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

3.7 Uji Hipotesis

Menurut Wijaya (91:2011) pengujian hipotesis bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien dari determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Sugiyono, 2010:169).

3.7.1 Uji Statistik t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali dalam Awalya (2014) uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,1.

3.7.2 Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji Statistik F dilakukan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi tingkat 0,1 ($\alpha = 10\%$).

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan seberapa jauh variabilitas dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sangat kecil. Sebaliknya nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sangat besar.

4. HASIL PEMBAHASAN

4.1 Uji Hipotesis

4.1.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 4.1
Uji Signifikansi Parsial (Uji t) pada Hipotesis 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.543	.674		-.805	.425
1 Related Diversification	.036	.024	.198	1.524	.135
ROA	-1.018	.458	-.289	-2.224	.032
DER	.058	.019	.394	3.040	.004
GROW	.019	.050	.047	.381	.705

a. Dependent Variable: Struktur Modal

- Nilai konstanta sebesar -0,543 mengindikasikan bahwa jika variabel independen (*related diversification*) dan 3 variabel kontrol nol maka nilai struktur modal sebuah perusahaan adalah sebesar konstanta -0,543.
- Nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *related diversification* (diversifikasi berhubungan) terhadap struktur modal perusahaan.
- Koefisien variabel kontrol *Return On Asset* (ROA), *Debt Equity Ratio* (DER), berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kontrol *Return On Asset* (ROA) terhadap struktur modal perusahaan.
- Koefisien variabel kontrol pertumbuhan perusahaan (GROW), berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai signifikansi $0,705 < \text{level of significant } (\alpha) = 0,1$. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kontrol pertumbuhan perusahaan (GROW) terhadap struktur modal perusahaan.

Tabel 4.2
Uji Signifikansi Parsial (Uji t) pada Hipotesis 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.705	1.530		1.115	.291
1 Unrelated Diversification	-.055	.056	-.411	-.983	.049
ROA	-1.103	.943	-.334	-1.169	.269
DER	.019	.043	.125	.443	.667
GROW	3.230	1.473	.912	2.194	.053

a. Dependent Variable: Struktur Modal

- Nilai konstanta sebesar -1,705 mengindikasikan bahwa jika variabel independen (*unrelated diversification*) serta 3 variabel kontrol adalah nol maka nilai struktur modal sebuah perusahaan adalah sebesar konstanta -1,705.
- Nilai koefisien regresi *unrelated diversification* (diversifikasi tidak berhubungan) diperoleh nilai signifikansi $0,349 < \text{level of significant } (\alpha) = 0,1$. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara *unrelated diversification* (diversifikasi tidak berhubungan) terhadap struktur modal perusahaan.
- Koefisien variabel kontrol *Return On Asset* (ROA), *Debt Equity Ratio* (DER), berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kontrol *Return On Asset* (ROA) terhadap struktur modal perusahaan.
- Koefisien variabel kontrol pertumbuhan perusahaan (GROW), nilai signifikansi $0,053 < \text{level of significant } (\alpha) = 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kontrol pertumbuhan perusahaan (GROW) terhadap struktur modal perusahaan.

4.1.2 Uji Koefisien Determinasi R^2

Menurut (Ghozali, 2006) Koefisien determinasi R^2 mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengujinya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Output SPSS Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
A	.657 ^a	.432	.375	.16258	2.193
B	.772 ^a	.597	.435	.18917	2.135

a. Predictors: (Constant), GROW, ROA, DER, Related Diversification, Unrelated Diversification

b. Dependent Variable: Struktur Modal

Pada tampilan tabel 4.17 model summary besarnya koefisien determinasi ditunjukkan pada nilai adjusted R^2 yaitu 0,375, hal ini berarti 37,5% dipengaruhi oleh variabel diversifikasi berhubungan dan diversifikasi tidak berhubungan (*operational diversification*), sedangkan sisanya 66,2% merupakan pengaruh dari sebab-sebab atau faktor lain di luar model penelitian.

4.1.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil Uji Statistik F dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
A	Regression	.804	4	.201	7.609	.000 ^b
	Residual	1.057	40	.026		
	Total	1.862	44			
B	Regression	.530	4	.132	3.700	.042 ^b
	Residual	.358	10	.036		
	Total	.887	14			

a. Dependent Variable: Struktur Modal

b. Predictors: (Constant), GROW, ROA, DER, Unrelated Diversification, Related Diversification

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada model A (*related diversification*) nilai F hitung sebesar 7,609 dengan probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,5 maka hipotesis alternatif diterima. Dan model B (*unrelated diversification*) memiliki nilai F hitung sebesar 3,700 dengan probabilitas sebesar 0,042 yang lebih kecil dari 0,5 maka hipotesis diterima.

Hasil Pembahasan

Diversifikasi-berhubungan berpengaruh negative terhadap struktur modal karena mempertimbangkan ekuitas sebagai sumber pendanaan.

Hasil hipotesis pertama (H1) ini membuktikan bahwa *related diversification* berpengaruh negatif signifikan terhadap stuktur modal dengan nilai signifikan 0,135 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,1 ($\alpha = 10\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar 1,524. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diversifikasi berhubungan berpengaruh negative terhadap struktur modal. Pengaruh diversifikasi berhubungan (*related diversification*) pada struktur modal dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya. Variabel bebas diversifikasi berhubungan memiliki nilai P_{value} lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,135, sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas *related diversification* (diversifikasi berhubungan) berpengaruh pada variabel nilai struktur modal.

Diversifikasi-tidak-berhubungan berpengaruh positif terhadap struktur modal karena cenderung memilih utang sebagai sumber pendanaan.

Hasil hipotesis kedua (H2) diperoleh hasil nilai tingkat signifikansi pada tabel 4.16 untuk variabel diversifikasi berhubungan (*unrelated diversification*) sebesar 0,049 lebih kecil dari 0,1 ($\alpha = 10\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar -0,983. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diversifikasi tidak berhubungan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Pengaruh diversifikasi tidak berhubungan pada struktur modal dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya. Variabel bebas diversifikasi tidak berhubungan (*unrelated diversification*) memiliki nilai P_{value} lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,049, sehingga hipotesis penelitian signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas *unrelated diversification* (diversifikasi tidak berhubungan) berpengaruh pada variabel nilai struktur modal.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara parsial variabel diversifikasi berhubungan (*related diversification*) berpengaruh negative signifikan terhadap struktur modal karena mempertimbangkan ekuitas sebagai sumber pendanaan untuk strategi diversifikasi yang perusahaan amati untuk menunjang perluasan sektor usaha dan segmen usaha. 2) Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial variabel diversifikasi tidak berhubungan (*unrelated diversification*) berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal karena mempertimbangkan utang (*liabilitas*) sebagai sumber pendanaan untuk strategi diversifikasi yang perusahaan amati untuk menunjang perluasan sektor usaha dan segmen usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran, antara lain : Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar lebih memperbanyak perusahaan untuk diuji, sehingga akan diperoleh sampel yang lebih banyak dan hasil yang lebih akurat. Penggunaan variabel atas diversifikasi operasional (*operational diversification*) tidak hanya berhubungan dan tidak berhubungan saja, namun bisa menambahkan satu variabel lain yaitu Total Diversifikasi (EITD).

6. REFERENSI

- [1] Harto, Puji. (2005). *Kebijakan Diversifikasi Perusahaan dan Pengaruhnya terhadap Kinerja: Studi Empiris pada Perusahaan Publik di Indonesia*. Universitas Diponegoro. SNA VIII Solo, 15–16 September 2005.
- [2] Kurniasari, Anis. 2011. *Pengaruh Diversifikasi Korporat Terhadap Kinerja Perusahaan dan Resiko dengan Moderasi Kepemilikan Manajerial*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [3] Kusmawati. 2005. *Pengaruh Diversifikasi Usaha, Leverage, dan Ukuran Perusahaan pada Profitabilitas Perusahaan Industri Terbuka di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Riset Akuntansi Aksioma, 4 (2):100-126.
- [4] PT. Bursa Efek Indonesia. 2012-2014. *Indonesian Capital Market Directory 2012-2014*. Jakarta: PT. Bursa Efek Indonesia.
- [5] Satoto, Sinta.H. 2009. *Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 13 (2):280-287.
- [6] Verawati, Diana. 2012. *Pengaruh Diversifikasi Operasi, Diversifikasi Geografis, Leverage dan Struktur kepemilikan terhadap Manajemen Laba*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL DISTRESS

Sri Husniati¹, Fitriasuri², Roliah Wahasusmiah³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Dharma Palembang

¹Email: srihusniati@gmail.com

²Email: fitriasuri@binadarma.ac.id

³Email: rolia.wahasusmiah@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to predicted financial distress at the provincial government in Indonesia. Where, in the public sector is defined as the inability of the government to provide public services at a decent level. There are two factors to predict the occurrence of financial distress, namely financial factors consist of financial independence, the degree desentralisasi, solvency, financial performance, financial position, efficiency, whereas non-financial factor consists of the complexities of government and regional expansion. This study used 12 samples of the provincial government in Indonesia coming from the interior ministry and BPS. Purposive sampling method and using logistic regression analysis. The results showed that only the degree of decentralization that is positively and significantly to the prediction of financial distress in the provincial government in Indonesia.

Keywords: Financial Distress, Financial Factors, Non Financial Factors.

1. PENDAHULUAN

Pelaksanaan otonomi daerah di Indonesia sudah diselenggarakan lebih dari satu dasawarsa, tetapi keberhasilan program ini mulai banyak dipertanyakan. Menurut FITRA (Forum Indonesia untuk Transparansi) menilai kinerja pemerintah dari sisi alokasi belanja, bisa dikatakan belum maksimal. Pada RAPBN 2012, belanja pegawai merupakan alokasi belanja tertinggi, sebesar Rp. 215,7 triliun. Bahkan mengalahkan belanja subsidi yang selama ini mendominasi. Perilaku boros pemerintah daerah provinsi menguras separuh lebih anggarannya hanya untuk belanja pegawai dikhawatirkan akan mengantarkan pemerintah pada kondisi kebangkrutan atau krisis.

Pada sektor publik, Jones dan Walker, 2007 dalam Syurmita (2014) mendefinisikan *financial distress* sebagai ketidakmampuan pemerintah untuk menyediakan pelayanan publik sesuai standar mutu pelayanan yang telah ditetapkan. Ketidakmampuan pemerintah ini karena pemerintah tidak mempunyai ketersediaan dana untuk diinvestasikan pada infrastruktur yang digunakan dalam penyediaan pelayanan pada publik. Kondisi kekurangan atau ketersediaan dana ini mengindikasikan bahwa pemerintah mengalami kesulitan keuangan. Pada penelitian ini untuk memprediksi *financial distress* pada pemerintah provinsi di Indonesia peneliti menggunakan dua faktor yaitu faktor keuangan dan non keuangan. Faktor keuangan terdiri dari rasio kemandirian, rasio derajat desentralisasi, rasio solvabilitas, rasio kinerja keuangan, rasio posisi keuangan, rasio efisiensi. sedangkan, faktor non keuangan terdiri kompleksitas pemerintah dan pemekaran daerah.

2. KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kerangka teori

Menurut Ardhini (2011) rasio kemandirian adalah kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintah. Menurut Tris (2012) rasio derajat desentralisasi adalah kemampuan pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah guna membiayai pembangunan. rasio solvabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan melunasi seluruh kewajibannya. Menurut Sigit Hendradyadi (2011) rasio kinerja keuangan adalah rasio untuk

menilai kemampuan suatu daerah untuk menggali dan mengelola sumber-sumber keuangan asli daerahnya.

Menurut Sutaryo (2010) rasio posisi keuangan *position government wealth* (POSGW) merupakan ukuran untuk posisi keuangan pemerintah daerah yang menggambarkan perbandingan antara jumlah total bersih *asset* dengan jumlah total pendapatan. Menurut Pramono (2014) rasio efisiensi adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan dengan realisasi pendapatan yang diterima. Sedangkan, faktor non-keuangan dalam penelitian ini kompleksitas pemerintah dalam penelitian ini dilihat dari populasi penduduk suatu wilayah yang mencerminkan banyaknya sumber daya yang dimiliki oleh wilayah (pemerintah daerah) tersebut dan Pemekaran daerah merupakan suatu proses pemecahan wilayah, dari sebuah wilayah provinsi, kabupaten atau kota menjadi lebih dari satu wilayah.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kemandirian Keuangan terhadap Financial Distress

Pemerintah daerah memiliki pendapatan asli daerah rendah akan membutuhkan dana dari sumber lain untuk memenuhi kebutuhannya. Bagi pemerintah daerah provinsi, sumber dana tersebut diantaranya dapat berasal dari dana transfer pemerintah pusat (dana peimbangan). Sesuai pandangan teori ketergantungan sumber daya, pemerintah daerah yang memiliki kemandirian sumber daya keuangan akan memiliki kekuatan untuk *survive* dan terhindar dari *financial distress*. Kemandirian keuangan juga telah digunakan oleh peneliti terdahulu sebagai indikator dalam menilai kinerja keuangan pemerintah (Cheng, 1992; Christiaens, 1999; Christiaens dan Pateghem, 2007), Kloha, weissert, dan Kleine (2005) dalam Syurmita, (2014). Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H1: Kemandirian keuangan pemerintah daerah berpengaruh negatif terhadap *financial distress*.

Pengaruh Derajat Desentralisasi terhadap Financial Distress

Pemerintah provinsi yang memiliki Pendapatan Asli Daerah (PAD) rendah akan bergantung pada transfer dana pemerintah pusat, agar dapat mendanai program-programnya. Sedangkan provinsi yang memiliki Pendapatan Asli Daerah (PAD) tinggi dapat menyelenggarakan desentralisasi dengan mengandalkan pendapatan asli daerah lebih banyak, disamping dan transfer (perimbangan). Jones dan Walker, 2007 dalam Syurmita (2014) meneliti *financial distress* pada pemerintah lokal dinegara bagian Australia (New South Wales). Hasil temuannya menunjukkan bahwa pemerintah daerah yang memiliki ketergantungan terhadap dana pemerintah federal diprediksi mengalami *financial Distress*. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H2: kontribusi pendapatan asli daerah dalam penyelenggaraan desentralisasi berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

Pengaruh Rasio Solvabilitas terhadap Financial Distress

Wibowo dan Sumekno, 2013, dalam Syurmita, (2014) menggunakan *Current Liability Ratio*, dan *Debt to Revenue Ratio* sebagai informasi akuntansi relevan dalam mengukur *financial distress* pemerintah daerah di Jawa Timur. Penelitiannya menghasilkan adanya hubungan yang cukup kuat dan searah antara ketiga variabel tersebut dengan *financial distress*. Sutaryo, dkk (2010) menggunakan *Current Liability Government Wealth*, *Current Liabilities*, *Long Term Debt to Total Asset*, dan *Debt to Revenue* sebagai nilai relevan informasi laporan keuangan terkait *financial distress* Pemerintah Daerah Kabupaten/kota di Indonesia. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel-variabel tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H3 : Kemampuan pemerintah daerah dalam melunasi kewajibannya berpengaruh positif terhadap *financial distress*

Pengaruh Rasio Kinerja Keuangan terhadap *Financial Distress*

Kinerja keuangan pemerintah daerah dalam penelitian ini menggunakan rasio *performance goverment wealth* yang menggunakan jumlah surplus atau defisit atas realisasi atas APBD. Jika pemerintah daerah mempunyai jumlah surplus yang tinggi, maka pemerintah daerah tersebut mempunyai angka rasio kinerja keuangan yang tinggi. Namun demikian selisih (surplus) yang tinggi tersebut belum tentu mengindikasikan bahwa pemerintah daerah mempunyai dana yang cukup untuk membiayai pembangunan pada periode berikutnya. Oleh karena itu, pemerintah daerah mempunyai probabilitas yang besar untuk mengalami *financial distress*. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H4 : Rasio kinerja keuangan *performance goverment wealth* (PERGW) berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

Pengaruh Rasio Posisi Keuangan terhadap *Financial Distress*

Plammer et al, 2007, dalam Sutaryo, (2010) menggunakan indikator posisi keuangan pemerintah berupa *position goverment wealth* (POSGW). Rasio ini menggambarkan jumlah total dana pemerintah atas jumlah pendapatan asli daerah. Semakin tinggi angka rasio ini mengindikasikan bahwa pemerintah daerah mempunyai jumlah dana yang tinggi hingga mampu membiayai proses kegiatan pemerintah dalam menyediakan pelayanan, sehingga semakin kecil kemungkinan daerah mengalami *financial distress*. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H5 : Rasio posisi keuangan *Position goverment wealth ratio* (POSGW) berpengaruh negatif terhadap *financial distress*.

Pengaruh Rasio Efisiensi Terhadap *Financial Distress*

Level of capital outlay ratio (LCO) juga digunakan oleh Groves et al. (2001) dalam Sutaryo (2009) untuk menggambarkan efisiensi pemerintah. *Level of capital outlay ratio* (LCO) merupakan perbandingan antara jumlah pengeluaran modal terhadap pendapatan operasional atau pendapatan asli daerah. Tingginya angka rasio ini memberikan penggambaran bahwa pemerintah daerah dalam kondisi yang efisiensi, karena pemerintah daerah mampu melakukan penghematan atas pendapatan asli daerah hingga mampu melakukan pengeluaran modal yang tinggi. Semakin tinggi angka rasio ini semakin besar probabilitas daerah untuk mengalami *financial distress*. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut.

H6 : Rasio efisiensi *Level of capital outlay ratio* (LCO) berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

Pengaruh Kompleksitas terhadap *Financial Distress*

Populasi dianggap sebagai ukuran pembayaran transfer pemerintah berkaitan dengan jumlah sumber daya yang mungkin dapat disalahgunakan oleh pejabat pemerintah (agen). Jadi kota dengan populasi yang lebih besar diperkirakan akan menghasilkan kinerja yang lebih baik karena lebih banyak sumber daya yang dipertaruhkan (Evans dan Patton, 1987 dalam Syurmita, 2014). Christaens (1999) dan Christaens dan Pateghem (2007) dalam Syurmita (2014) menemukan bahwa kota besar dengan jumlah penduduk yang lebih banyak memiliki tingkat kepatuhan yang lebih baik terhadap prinsip akuntansi. Penelitian ini juga menduga bahwa semakin banyak populasi penduduk yang dimiliki sebuah provinsi, maka probabilitas mengalami *financial distress* akan semakin kecil dikarenakan

populasi penduduk menggambarkan besaran hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H7 : Kompleksitas pemerintahan berpengaruh negatif terhadap *financial distress*.

Pengaruh Pemekaran Wilayah terhadap *Financial Distress*

Amitabh, 2006 dalam Syumita (2014) menggunakan umur(pengalaman) sebagai indikator dalam menilai kinerja pelaporan keuangan institusi pemerintah. Hasil temuannya menunjukkan bahwa pertumbuhan umur institusi pemerintah akan meningkat kinerja dan pengalaman mereka dalam praktik laporan keuangan. Hussein, 2008 dalam Syurmita (2014) juga menggunakan umur organisasi dalam menjelaskan variasi dalam praktik akuntansi dan pelaporan keuangan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagaimana berikut.

H8 : Pemekaran daerah pemerintah berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

3. METODE PENELITIAN

Objek Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah Pemerintah Provinsi di Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa dokumen dan catatan yang dikumpulkan oleh peneliti melalui pihak perantara, yaitu Kementerian Dalam Negeri dan BPS. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari keuangan dan non keuangan.

Operasional Variabel Penelitian

Pada Penelitian ini terdapat 9 (sembilan) variabel yang akan diujikan, yaitu satu variabel *dependent* (terikat) *Financial Distress* (Y), serta 8 (delapan) Variabel *independent* (bebas) yaitu: Kemandirian keuangan (X_1), derajat desentralisasi (X_2), solvabilitas (X_3), kinerja keuangan (X_4), posisi keuangan (X_5), efisiensi (X_6), kompleksitas pemerintah (X_7), Pemekaran daerah (X_8).

Teknik Analisis

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi logistik biner (*binary logistic regression*) dengan bantuan SPSS versi 22. Regresi logistik biner digunakan apabila variabel dependennya berupa variabel dikotomi atau variabel biner. Dalam penelitian ini, *financial distress* merupakan variabel dikotomi yang memiliki dua tingkatan berbeda, yaitu pemerintah provinsi yang mengalami *financial distress* dan pemerintah provinsi yang tidak mengalami *financial distress*. Selain untuk melihat pengaruh sejumlah variabel independen terhadap variabel dependen yang berupa variabel dependen y (yang berupa variabel biner) berdasarkan nilai variabel-variabel independen $X_1, X_2, \dots, X_k$.

Model regresi logistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Log} \left(\frac{p}{1-p} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + e$$

Dimana p adalah kemungkinan bahwa $Y = 1$ (*financial distress*), dan $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8$ adalah variabel independen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Nilai Likelihood

Hasil pengujian model regresi diperoleh nilai -2LogL sebesar 0.000 nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi penelitian sebesar 5%. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa penambahan

variabel independen berupa Kemandirian Keuangan, Derajat Desentralisasi, Solvabilitas, Kinerja Keuangan *Performance Government* (PERGW), Posisi Keuangan *Position Government* (POSTGW), Efisiensi, Kompleksitas Pemerintah, Pemekaraan Daerah ke dalam model penelitian dapat memperbaiki model *fit*.

Uji Nilai Nagelkerke R^2

Hasil pengujian nilai *Nagelkerke R^2* dalam penelitian ini adalah sebesar 1.000. Hasil pengujian ini berarti variabilitas variabel dependen yaitu *Financial Distress* dapat dijelaskan oleh variabel Independen Kemandirian Keuangan, Derajat Desentralisasi, Solvabilitas, Kinerja Keuangan *Performance Government* (PERGW), Posisi Keuangan *Position Government* (POSTGW), Efisiensi, Kompleksitas Pemerintah, Pemekaraan Daerah.

Uji Nilai Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test

Pada tabel tersebut terlihat bahwa besarnya nilai statistik *Hosmer and Lemeshow Goodness of fit* adalah 0.000 dengan tingkat signifikan 1.000 yang nilainya jauh diatas 0,05. Angka tingkat signifikan $> 0,05$ sehingga H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah *fit* dan model dapat diterima sehingga dapat digunakan untuk memprediksi observasi dalam penelitian.

Pembahasan

1. Kemandirian Keuangan Pemerintah Daerah Berpengaruh Negatif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_1) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel kemandirian keuangan sebesar 0,420 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar -0,801. Dari hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa rasio kemandirian keuangan daerah tidak berpengaruh negatif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin rendah kemampuan pemerintah daerah dalam membiayai sendiri kegiatan pemerintahnya maka semakin tinggi ketergantungan daerah terhadap sumber dana ekstern (dana dari pemerintah pusat). Dengan demikian hipotesis rasio kemandirian keuangan daerah berpengaruh negatif terhadap prediksi *financial distress* ditolak.

2. Kontribusi Pendapatan Asli Daerah Dalam Penyelenggaraan Desentralisasi Berpengaruh Positif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_2) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel derajat desentralisasi sebesar 0,077 lebih kecil dari 0,10 ($\alpha=10\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar 5,356. Dari hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa rasio derajat desentralisasi berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin rendah besarnya campur tangan pemerintah pusat dalam pembangunan daerah maka semakin tingkat kesiapan pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi daerahnya. Dengan demikian hipotesis rasio kemandirian keuangan daerah berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress* diterima.

3. Kemampuan Pemerintah Daerah Dalam Melunasi Kewajibannya Berpengaruh Positif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_3) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel solvabilitas sebesar 0,432 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi

sebesar -0,009. Hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa rasio solvabilitas tidak berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin rendah kemampuan pemerintah daerah dalam memenuhi kewajibannya maka akan dijamin atau ditutupi oleh aset pemerintah daerahnya. Dengan demikian hipotesis rasio solvabilitas daerah berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress* ditolak.

4. Rasio Kinerja Keuangan *Performance Government Wealth* Berpengaruh Positif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_4) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel kinerja keuangan sebesar 0,412 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar 21,836. Hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa rasio kinerja keuangan tidak berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin tinggi kemampuan pemerintah daerah dalam memenuhi kebutuhannya dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat dan pembangunan daerahnya maka semakin rendah ketergantungan kepada pemerintah pusat. Dengan demikian hipotesis rasio kinerja keuangan daerah berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress* ditolak.

5. Rasio Posisi Keuangan *Position Government Wealth (POSGw)* Berpengaruh Negatif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_5) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel posisi keuangan sebesar 0,193 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,675. Hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa rasio posisi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin rendah angka rasio ini dapat mengindikasikan bahwa pemerintah daerah tidak mampu menyediakan infrastruktur dan pelayanan yang sesuai mutu yang ditetapkan kepada masyarakat dikarenakan rendahnya dana yang dikeluarkan dari pendapatan asli daerah. Dengan demikian hipotesis rasio posisi keuangan daerah berpengaruh negatif terhadap prediksi *financial distress* ditolak.

6. Rasio Efisiensi *Level of capital outlay ratio (LCO)* berpengaruh positif terhadap *financial distress*

Hasil hipotesis pertama (H_6) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel efisiensi sebesar 0,185 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar 2,768. Hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa rasio efisiensi tidak berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin rendah angka rasio ini maka semakin kecil pemerintah daerah tersebut mengalami *financial distress*. Dengan demikian hipotesis rasio posisi keuangan daerah berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress* ditolak.

7. Kompleksitas Pemerintah Berpengaruh Negatif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_7) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel kompleksitas pemerintah sebesar 0,951 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar -0,123. Hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa kompleksitas pemerintah tidak berpengaruh negatif terhadap prediksi *financial distress*, Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi semakin

semakin besar suatu provinsi maka semakin besar atau banyak juga penduduk yang dimiliki provinsi tersebut sehingga diprediksi mengalami *financial distress* karena akan semakin tinggi pula besaran transfer pemerintah pusat yang menyebabkan provinsi tersebut ketergantungan terhadap pemerintah pusat. Dengan demikian hipotesis kompleksitas pemerintah berpengaruh negatif terhadap prediksi *financial distress* ditolak.

8. Pemekaran Daerah Pemerintah Berpengaruh Positif Terhadap *Financial Distress*

Hasil hipotesis pertama (H_8) diperoleh dari hasil nilai tingkat signifikansi pada hasil uji t untuk variabel pemekaran daerah sebesar 0,741 lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$) dan nilai koefisien regresi sebesar -0,158. Hasil penelitian tentang prediksi *financial distress* menyatakan bahwa pemekaran daerah tidak berpengaruh positif terhadap prediksi *financial distress*. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian ini yang tidak menunjukkan nilai yang signifikan. Jadi pemerintah daerah provinsi yang diprediksi tidak mengalami *financial distress* dikarenakan nilai koefisiensinya negatif yang menunjukkan bahwa semakin sedikit daerah provinsi yang mengalami pemekaran daerah maka semakin rendah penyalahgunaan wewenang yang terjadi pada pemerintah provinsi tersebut, dimana pemerintah daerah melakukan rekrutmen pegawai yang tidak terkendali sehingga terjadi pemborosan belanja pegawai (belanja Rutin).

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang dilakukan terhadap 12 sampel pemerintah provinsi di Indonesia pada periode 2014 yaitu Hasil pengujian hipotesis variabel Kemandirian Keuangan, solvabilitas, kinerja keuangan, efisiensi dan pemekaran daerah tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap prediksi *financial distress*. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pemerintah daerah tidak bergantung pada dana transfer dari pemerintah pusat (mampu mengelola sendiri kegiatan pemerintahnya dalam memenuhi kebutuhannya guna mendukung berjalannya sistem pemerintah). Hasil pengujian hipotesis variabel posisi keuangan dan kompleksitas pemerintah daerah tidak berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap prediksi *financial distress*. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pemerintah daerah provinsi tidak mengalami *financial distress* karena semakin besar populasi penduduk diketahui tidak akan mengalami *financial distress* karena jumlah penduduk yang besar menunjukkan kepemilikan sumber daya yang baik. Hasil pengujian hipotesis variabel derajat desentralisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap prediksi *financial distress*. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah daerah dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah guna membiayai pembangunan positif mengalami *financial distress*.

Saran

Berdasarkan hasil simpulan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat yaitu pemerintah provinsi lebih aktif dan lebih transparan dalam mempublikasikan pelaporan keuangan pemerintah provinsi di website masing-masing karena berdasarkan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) yang mengharuskan pemerintah provinsi untuk transparan dalam informasi di pemerintahan. Memperpanjang periode penelitian sehingga dapat melihat kecenderungan yang terjadi dalam jangka panjang sehingga akan menggambarkan kondisi yang sesungguhnya terjadi. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperbesar jumlah sampel selain pemerintah provinsi juga pemerintah kabupaten/kota sebagai objek penelitian.

6. REFERENSI

- [1] Ardhini. 2011. *Pengaruh Rasio Keuangan Daerah Terhadap Belanja Modal Untuk Pelayanan Publik Dalam Prespektif Teori Keagenan (studi pada kabupaten dan kota di Jawa Tengah)*. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- [2] Hendrariyadi, Sigit. 2011. *Perbandingan Indikator Kinerja Keuangan Pemerintah Kabupaten/Kota*. Skripsi. Semarang. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro
- [3] Pramono. 2014. *Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah*. Jurnal. Surakarta.
- [4] Republik Indonesia (2008). Undang-Undang Republik Indonesia No.14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) yang mengharuskan pemerintah provinsi untuk transparan dalam informasi di pemerintahan.
- [5] Sutaryo. 2010. *Nilai Relevan Informasi Laporan Keuangan terhadap financial Distress Pemerintah Daerah di Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- [6] Syurmita. 2014. *Prediksi financial Distress Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XVII. Lombok.
- [7] Tris, Dodi (2012). *Analisis Rasio Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah*. (Online). Tersedia: <http://referensiakuntansi.blogspot.co.id/2012/11/keuangan-daerah.html>. (8 November 2015).

MANAJEMEN LABA DAN TINGKAT DISCLOSURE TERHADAP BIAYA MODAL**Syelni Husyenti¹⁾, Henni Indriyani²⁾, Citra Indah Merina³⁾**^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma¹syelni_husyenti@yahoo.com²henniinayah@yahoo.com³citra_ims@yahoo.com**Abstract**

The purpose of this research is to find out empirical evidence of the influence of earnings management on cost of equity capital and level disclosure on cost of capital. The type of this research is market based accounting research because the purpose of this research is to find out the impact of earning management on investment decisions by investors. The Sample was determined base on saturated sampling or technique sampling when all members of the population sampled. Earnings management was measured by ratio of working capital accruals with sales, level disclosure was totals amount that should be disclosure d with total amount be disclosed, and cost of capital was estimated by Ohlson model. Thes research hypotheses were tested using multiple linier regression analysis. Based on the test result, found that earnings management had positive significant influence on cost of capital and found that level disclosure had positive significant influence on cost of capital. This indicating that investor has anticipated rightly about the accrual information to find out earnings management practice and abaout know record in the attached annual report of the company.

Keywords : *Earnings Management, Level Disclosure, Cost of Capital*

1. PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan media yang baik untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonomi perusahaan, karena dapat mempertemukan dua pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Tuntutan atas kebutuhan dana membuat perusahaan melakukan campur tangan pihak eksternal seperti investor dan kreditor. Pihak eksternal membutuhkan informasi yang dapat menggambarkan kondisi perusahaan. Informasi tersebut disajikan di dalam laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan sumber informasi yang paling relevan untuk pengambilan keputusan investasi bagi investor yang dipublikasikan di pasar modal. Informasi yang terkandung dalam laporan keuangan dinilai oleh pihak eksternal sebagai suatu sinyal yang dapat menggambarkan prospek perusahaan ke depan.

Biaya modal adalah biaya yang ditanggung oleh perusahaan untuk mendapatkan pendanaan eksternal. Suatu perusahaan harus dapat menganalisis biaya modal untuk mengevaluasi jangka panjangnya, karena biaya modal menentukan keberhasilan dimasa yang akan datang. Penentuan besarnya biaya modal bertujuan untuk mengetahui berapa besarnya biaya riil yang harus dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh dana yang diperlukan. Adapun faktor yang mempengaruhi biaya modal disini yaitu manajemen laba dan tingkat *disclosure*.

Manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk memaksimumkan laba atau meminimumkan laba. Semakin tinggi tingkat manajemen laba menunjukkan semakin tinggi biaya modal. Jika investor menyadari bahwa praktik manajemen laba banyak dilakukan oleh emiten, maka ia akan melakukan antisipasi risiko dengan cara menaikkan tingkat imbal hasil yang dipersyaratkan. Para investor akan kehilangan kepercayaan mereka atas perusahaan tersebut dan pada akhirnya perusahaan sulit untuk mendapatkan pendanaan eksternal. Kesulitan pendanaan akan menyebabkan perusahaan sulit juga dapat menjalankan kegiatan operasional perusahaannya dan menyebabkan biaya modal untuk pendanaan kembali akan menjadi lebih tinggi.

Tingkat *disclosure* adalah tingkat pengungkapan atas informasi yang diberikan sebagai lampiran dalam laporan keuangan dalam bentuk catatan kaki atau tambahan. Catatan dan penjelasan laporan keuangan juga merupakan bagian yang tak terpisahkan dari laporan keuangan. Investor dalam menanamkan modalnya kedalam perusahaan, tentunya membutuhkan informasi mengenai perusahaan yang dipilihnya untuk berinvestasi. Semakin tinggi pengungkapan (*disclosure*) yang dilakukan perusahaan akan menyebabkan semakin rendah biaya modal yang dibebankan kepada investor menjadi rendah.

Tujuan Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh manajemen Laba dan tingkat *disclosure* terhadap biaya modal karena masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian. Peneliti tertarik meneliti tentang biaya modal, karena biaya modal sangat penting bagi perusahaan maupun investor. Biaya modal bagi perusahaan, berkaitan dengan pendanaan perusahaan yang nantinya akan digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Biaya modal bagi investor, digunakan untuk menilai berapa besar tingkat pengembalian yang telah dipersyaratkan akan diterima dimasa yang akan datang atau menilai risiko atas ketidakpastian yang akan dihadapi investor dimasa yang akan datang atas dana yang telah diberikannya kepada perusahaan.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Biaya Modal

Menurut Selpiani (2013) Biaya modal sendiri merupakan tingkat pengembalian yang pemilik modal sendiri harapkan atas investasi mereka dalam perusahaan. Biaya modal merupakan tingkat pendanaan minimum yang disyaratkan pemilik modal. Dari sudut pandang perusahaan yang memperoleh dana, tingkat pendapatan yang disyaratkan tersebut merupakan biaya atas dana yang diperoleh perusahaan. Besar kecilnya biaya modal suatu perusahaan tergantung pada sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai investasi, khususnya sumber dana yang bersifat jangka panjang. Biaya modal penting dipertimbangkan khususnya dalam pengambilan keputusan investasi jangka panjang (Sudana 2011).

Asihidiqi (2013) mempunyai tiga alasan mengapa biaya modal adalah hal penting. Pertama, Biaya modal dapat digunakan untuk memaksimalkan nilai perusahaan, manajer harus meminimalkan biaya dari semua masukan, termasuk modal. Agar dapat meminimalkan biaya modal, manajer harus mampu mengukur biaya modal. Kedua, Manajer keuangan memerlukan estimasi dari biaya modal agar dapat mengambil keputusan yang tepat di bidang penganggaran barang modal. Ketiga, Berbagai macam keputusan lainnya yang dapat diambil oleh manajer keuangan, perlu estimasi biaya modal.

Sudana (2011) juga membagi Biaya Modal menjadi dua. Pertama, Biaya Modal dari masing-masing sumber dana, biaya yang tergantung pada jenis sumber dana yang digunakan perusahaan misal saham biasa, saham istimewa, laba ditahan, dan utang. Kedua, Biaya Modal dari Rata-rata Tertimbang, biaya yang biasanya suatu investasi tidak hanya dibelanjai dengan satu sumber dana tetapi menggunakan kombinasi beberapa sumber dana.

2.2 Manajemen Laba

Menurut Scott (2009) dalam Fitriyani 2014 manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi keuangan yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaannya. Manajemen Laba terjadi ketika para manajer menggunakan pertimbangan mereka dalam pelaporan keuangan dan struktur transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan tujuan menyesatkan beberapa pemangku kepentingan mengenai kondisi kinerja ekonomi perusahaan atau untuk memengaruhi hasil-hasil kontraktual yang bergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan (Belkaoui 2006:75).

Scott (2009) dalam Fitriyani 2014 juga membagi tujuan dalam memahami manajemen laba menjadi dua. Pertama, untuk memaksimalkan utilitas manajemen (*opportunistic behavior*). Kedua, untuk memberikan keuntungan kepada semua pihak yang terkait dalam kontrak (*efficient contracting*) dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibel untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak, apabila manajemen laba bersifat oportunistik, maka informasi laba tersebut dapat menyebabkan pengambilan keputusan investasi yang salah bagi investor.

2.3 Tingkat Disclosure

Menurut Murwaningsari 2012:4 tingkat *disclosure* adalah tingkat pengungkapan atas informasi yang diberikan sebagai lampiran dalam laporan keuangan dalam bentuk catatan kaki atau tambahan. Pengungkapan (*disclosure*) adalah penyajian informasi yang diperlukan dalam laporan keuangan untuk mencapai operasi optimal pasar modal yang efisien. Informasi tersebut berguna bagi investor, kreditor, calon investor yang potensial dan pemakai lain terutama dalam pengambilan keputusan (Adriani 2013).

Begitu pentingnya peran pengungkapan (*disclosure*) dalam laporan keuangan, pemeriksaan laporan keuangan dilakukan oleh pihak yang independen dikarenakan informasi pengungkapan dalam laporan keuangan memiliki konsekuensi ekonomis yang substansial dalam pengambilan keputusan. Selain itu para pengguna laporan keuangan memerlukan pihak yang independen, untuk mendapatkan penjelasan tentang informasi yang disajikan dalam laporan keuangan (Sarah 2014).

Tingkat Disclosure di hitung melalui index item disclosure. Berikut adalah index item disclosure dalam pengungkapan laporan keuangan:

Tabel 2.1
Index item disclosure

No	Item of disclosure
1	Ikhtisar data keuangan penting
2	Informasi harga saham tertinggi, terendah, dan penutupan
3	Laporan dewan komisaris mengenai penilaian terhadap kinerja direksi pengelolaan perusahaan
4	Laporan dewan komisaris mengenai pandangan atas prospek usaha perusahaan yang disusun oleh direksi
5	Laporan direksi mengenai gambaran tentang prospek usaha
6	Laporan direksi mengenai kinerja perusahaan
7	Laporan direksi mengenai penerapan tata kelola perusahaan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan
8	Nama dan alamat perusahaan
9	Riwayat singkat perusahaan
10	Bidang dan kegiatan usaha perusahaan meliputi jenis produk dan atau jasa yang dialikan
11	Struktur organisasi dalam bentuk bagan
12	Visi dan misi perusahaan
13	Nama, jabatan, dan riwayat hidup singkat anggota dewan komisaris
14	Nama, jabatan, dan riwayat hidup singkat anggota direksi
15	Jumlah karyawan dan deskripsi pengembangan kompetensinya
16	Uraian tentang nama pemegang saham dan persentase kepemilikannya
17	Nama anak perusahaan dan perusahaan asosiasi, persentase kepemilikan saham, bidang

	usaha, dan status operasi perusahaan
18	Kronologi pencatatan saham dan perubahan jumlah saham
19	Nama dan alamat lembaga penunjang pasar modal
20	Penghargaan dan sertifikasi yang diterima perusahaan baik yang berskala nasional maupun internasional
21	Nama dan alamat anak perusahaan dan atau kantor cabang atau perwakilan
22	Tinjauan operasi per segmen usaha
23	Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan antara kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya
24	Prospek usaha dari perusahaan
25	Aspek pemasaran atas produk dan jasa perusahaan
26	Kebijakan dividen dan tanggal serta jumlah deviden
27	Tata kelola perusahaan
28	Tanggung jawab direksi atas laporan keuangan
29	Laporan keuangan tahunan yang telah diaudit
30	Tanda tangan anggota direksi dan anggota dewan komisaris
31	Informasi tentang tanggung jawab sosial
32	Ringkasan statistik keuangan
33	Informasi tentang penelitian dan pengembangan

2.4 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian-penelitian terdahulu menjadi landasan dalam merumuskan hipotesis dalam penelitian ini. Terdapat beberapa penelitian mengenai manajemen laba dan tingkat disclosure terhadap biaya modal khususnya penelitian yaitu Adriani (2013) meneliti mengenai pengaruh tingkat disclosure, manajemen laba, asimetri informasi yang menyatakan bahwa tingkat disclosure dan manajemen laba tidak berpengaruh terhadap biaya modal dan asimetri informasi berpengaruh positif terhadap biaya modal. Selpiani (2013) meneliti mengenai pengaruh manajemen laba terhadap biaya modal yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap biaya modal. Ashidiqi (2013) meneliti mengenai pengaruh manajemen laba, resiko beta dan ukuran perusahaan terhadap biaya modal yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, resiko beta berpengaruh negatif dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap biaya modal. Yunita(2003) meneliti mengenai pengaruh tingkat disclosure terhadap biaya ekuitas yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan anatara tingkat disclosure terhadap biaya ekuitas dan Fitriyani (2014) meneliti mengenai pengaruh manajemen laba terhadap biaya modal yang menyatakan manajemen laba memiliki korelasi yang tergolong rendah terhadap biaya modal.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek Penelitian ini adalah perusahaan *Foods and Beverages* di Bursa Efek Indonesia

3.2 Operasional Variabel

Pertama, variabel Dependen yaitu Biaya Modal yang diukur dengan menggunakan model Botosan (1997) dalam Selpia (2012) dengan rumus :

$$r = \frac{(B_t + X_{t+1} - P_t)}{P_t}$$

Kedua, Manajemen laba dan tingkat disclosure. Manajemen laba di proksi dengan akrual modal kerja terhadap penjualan dan tingkat disclosure di proksi dengan indeks disclosure (jumlah total jumlah yang harus diungkapkan terhadap jumlah item yang diungkapkan).

3.3 Teknik Analisis Data

Setelah dilakukan uji statistik deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai keseluruhan data sampel penelitian, selanjutnya akan dilakukan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dengan signifikansi 0,05. Hasil uji normalitas menunjukkan data terdistribusi normal maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini bisa dilanjutkan dengan uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas dan autokorelasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pertama, Manajemen Laba dalam penelitian ini di proksi dengan akrual modal kerja terhadap penjualan, dimana data akrual modal kerja dapat diperoleh langsung dari laporan arus kas aktivitas operasi sehingga investor dapat langsung memperoleh data tersebut tanpa melakukan perhitungan yang rumit. Berikut besarnya manajemen laba pada perusahaan *foods and beverages* tahun 2012-2013

Tabel 4.1
Manajemen Laba

Perusahaan	Tahun	Akrual Modal Kerja	Penjualan	Manajemen Laba
ADES	2012	87.274	434	201,09
	2013	40.102	1.167	34,36
AISA	2012	128.335	2000	64,17
	2013	78.729	365	215,70
ALTO	2012	3.579.508.585	872.775.000	4,10
	2013	134.757.908.546	16.823.360.000	8,01
CEKA	2012	178.453.350.790	93.681.818	1904,89
	2013	19.608.725.490	131.162.035	149,50
DLTA	2012	248.441.252	330.775	751,09
	2013	348.712.041	1.492.804	233,60
ICBP	2012	3.053.526	3.779	808,02
	2013	1.993.496	9.869	202,00
INDF	2012	7.419.046	298.407	24,86
	2013	6.928.790	73.212	94,64
MLBI	2012	539.864	2.885	187,13
	2013	1.181.049	8.280	142,64
MYOR	2012	830.244.056.569	28.458.711.311	29,17
	2013	987.023.231.523	3.541.910.809	278,67
PSDN	2012	10.746.296.476	308.469.000	34,84
	2013	81.549.809.650	160.477.727	508,17
ROTI	2012	189.548.542.813	24.877.388	7619,31

	2013	314.587.624.896	45.447.278	6922,03
SKBM	2012	22.965.556.724	454.840.909	50,49
	2013	19.715.658.814	7.294.596.384	2,70
SKLT	2012	15.259.831.786	433.300.000	35,22
	2013	26.893.558.457	678.434.075	39,64
STTP	2012	24.460.960.446	920.345.453	26,58
	2013	58.655.739.190	12.052.359.879	4,87
ULTJ	2012	500.334.201.664	2.887.013.006	173,31
	2013	195.989.263.645	19.245.048.068	10,18

Sumber: hasil olah data

Kedua, Tingkat disclosure di proksi dengan indeks disclosure (jumlah total jumlah yang harus diungkapkan terhadap jumlah item yang diungkapkan). Berikut luasnya tingkat disclosure pada perusahaan *food and beverages* tahun 2012-2013

Tabel 4.2
Tingkat Disclosure

Perusahaan	Tahun	Jumlah item yang harus diungkapkan	Jumlah item yang diungkapkan	Tingkat Disclosure
ADES	2012	33	24	1,38
	2013	33	24	1,38
AISA	2012	33	29	1,14
	2013	33	24	1,8
ALTO	2012	33	25	1,32
	2013	33	20	1,65
CEKA	2012	33	19	1,74
	2013	33	22	1,5
DLTA	2012	33	26	1,27
	2013	33	22	1,5
ICBP	2012	33	27	1,22
	2013	33	23	1,43
INDF	2012	33	27	1,22
	2013	33	23	1,22
MLBI	2012	33	24	1,38
	2013	33	21	1,57
MYOR	2012	33	30	1,1
	2013	33	26	1,27
PSDN	2012	33	24	1,38
	2013	33	22	1,5
ROTI	2012	33	24	1,38
	2013	33	21	1,57
SKBM	2012	33	23	1,43
	2013	33	23	1,43

SKLT	2012	33	24	1,38
	2013	33	25	1,32
STTP	2012	33	22	1,5
	2013	33	22	1,5
ULTJ	2012	33	24	1,38
	2013	33	24	1,38

Sumber: hasil olah data

Ketiga, variabel dependen yaitu Biaya modal. Berikut hasil perhitungan biaya modal pada perusahaan foods and beverages tahun 2012-2013

Tabel 4.3
Biaya Modal

Perusahaan	Tahun	Bt	X_{t+1}	Pt	Biaya Modal
ADES	2012	209,122	235	1920	443,12
	2013	264,778	147	2000	410,78
AISA	2012	694,9600137	178,26	1,08	872,22
	2013	80,54579631	216,69	1430	296,24
ALTO	2012	241,4392857	19,1	210	259,54
	2013	248,0919488	11,95	210	259,04
CEKA	2012	15,57657097	334	1300	348,58
	2013	1,775714061	357	1160	357,78
DLTA	2012	598,212	29,512	255	626,72
	2013	676,558	34,136	380000	709,69
ICBP	2012	205,5283828	756	7800	960,53
	2013	22,75030012	829	10200	850,75
INDF	2012	3,888228327	656	5850	658,89
	2013	4,315498155	727	6600	730,32
MLBI	2012	301,4057902	101,593	719	402,00
	2013	468,6915045	468,576	1200	936,27
MYOR	2012	3430,26469	817,115	19050	4246,38
	2013	4454,530192	452,115	26000	4905,65
PSDN	2012	284,4284722	15,26	205	298,69
	2013	290	26,48	150	315,48
ROTI	2012	131,7144833	5090,47	6900	5221,18
	2013	252,1902627	2098,26	1020	5349,45
SKBM	2012	149,9659136	82	390	230,97
	2013	232,3157671	148,99	480	380,31
SKLT	2012	187,3748191	28,5	180	214,87
	2013	201,3571739	40,4	17	240,76
STTP	2012	4,425122137	144,36	950	147,79
	2013	5,298687023	181,65	1550	185,95
ULTJ	2012	580,5121191	235	1330	814,51
	2013	697,7648892	211	4500	907,76

Tabel 4.4
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BiayaModal1	30	5,00	8,58	6,3796	,99713
ManajemenLaba1	30	,99	8,94	4,5841	1,99004
TingkatDisclosure1	30	,10	,55	,3317	,10048
Valid N (listwise)	30				

Hasil uji statistik deskriptif yang digambarkan oleh tabel 4.4 menunjukkan bahwa pada biaya modal nilai minimumnya 5,00, nilai maksimum 8,58, nilai rata-rata 6,3796 dan dengan standar deviasi 0,99713, untuk manajemen laba memiliki nilai minimum 0,99, nilai maksimum 8,94, rata-rata Manajemen Laba 4,5841 dan standar deviasi sebesar 1,99004. Sedangkan Tingkat Disclosure (X2) memiliki nilai minimum 0,10 nilai maksimum 0,55, rata-rata Tingkat Disclosure 0,3317 dan standar deviasi sebesar 0,10048.

Tabel 4.5
Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	30
Normal Mean	,0000000
Parameters ^{a,b} Std. Deviation	,74519203
Most Extreme Absolute	,123
Differences Positive	,123
Negative	-,096
Test Statistic	,123
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Hasil uji *Kolmogorov smirnov* pada tabel 4.5 juga menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,2. Dengan demikian hasil uji normalitas menunjukkan data terdistribusi dengan normal dan dapat dilakukan uji yang selanjutnya.

Tabel 4.6
Hasil Regresi Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,359	,563		11,295	,000
ManajemenLaba1	,293	,073	,585	4,032	,000
TingkatDisclosure1	-3,988	1,440	-,402	2,770	,010

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan uji t yang digunakan untuk menguji pengaruh manajemen laba dan tingkat disclosure terhadap biaya modal. Manajemen laba berpengaruh

signifikan positif terhadap biaya modal. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikan yang di peroleh yaitu 0,000 yang mana tingkat signifikannya lebih kecil dari 0,05, hasil tersebut menunjukkan bahwa manajemen laba merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi biaya modal. Koefisien regresi manajemen laba mempunyai nilai positif maka dapat diartikan bahwa manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap biaya modal. Tingkat Disclosure berpengaruh signifikan terhadap biaya modal. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikan yang di peroleh yaitu 0,010 yang mana tingkat signifikannya lebih kecil dari 0,05. hasil tersebut menunjukkan bahwa Koefisien regresi tingkat disclosure mempunyai nilai positif maka dapat diartikan bahwa tingkat disclosure berpengaruh signifikan terhadap biaya modal.

5. SIMPULAN

Pertama, Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa secara parsial variabel manajemen laba memiliki pengaruh signifikan positif antara manajemen laba terhadap biaya modal. Hal ini berarti semakin tinggi manajemen yang diukur berdasarkan rasio akrual modal kerja terhadap penjualan maka akan semakin tinggi pula biaya modalnya. Kedua, Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa secara parsial variabel tingkat disclosure memiliki pengaruh signifikan positif antara tingkat disclosure terhadap biaya modal. Hal ini berarti semakin luas pengungkapan maka semakin rendah tingkat biaya modal.

6. REFERENSI

- [1] Adriani, 2013. Pengaruh tingkat disclosure, manajemen laba, asimetri informasi terhadap biaya modal. Universitas Negeri Padang.
- [2] Ashidiqi, Mukhammad Lutfi. 2013. Pengaruh manajemen Laba, resiko Beta, dan Ukuran Perusahaan terhadap Biaya modal perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. *Skripsi*. UNY.
- [3] Belkaoui, Ahmad Riahi. 2006. Teori Akuntansi. Jakarta.
- [4] Fitriyanti, 2014. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Biaya Modal (pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Widyatama.
- [5] Murnawingsi, Ety. 2012. Faktor-faktor yang mempengaruhi cost of capital (pendekatan: structural Equation Model). *Majalah Ekonomi*. Tahun XXII, No.2 Agustus.
- [6] Sarah, Adhani Rini. 2014. Opini audit dan Pengungkapan atas Laporan keuangan Pemerintah Kabupaten serta kaitannya dengan Korupsi di Indonesia. *Jurnal Etikonomi*. Vol,13 No.1. UIN Syarif Hidayatullah jakarta.
- [7] Selpiani, Seny. 2013. Pengaruh manajemen Laba terhadap Biaya Modal (studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Pasundan.
- [8] Sudana, 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta. Salemba empat.
- [9] Yunita, Frency. 2003. Pengaruh Tingkat Disclosure terhadap Biaya Ekuitas. *Jurnal akuntansi dan keuangan*. Vol.5, No.2 November 2003:150-168. Universitas Kristen Petra.

EVALUASI KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE BANK BRI DENGAN METODE UJI WILCOXON

Agung Aryandi¹⁾, Rabin Ibnu Zainal²⁾, Muhammad Amirudin Syarif³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

¹cityzen_man@yahoo.com

²rabin.zainal@gmail.com

³amirudinsyarif@binadarma.ac.id

Abstract

This study was conducted to determined the differences perception about quality of service between customer service (as service giver) and customer (as service recipient). In this study, data were obtained by questionnaires, the questionnaires using 5 dimensions quality of services, consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and emphaty as the reference to make 18 questions. Data were processed using excel and SPSS program and being analyzed by using Wilcoxon test, a hypothesis non-parametric statistic to determine whether two different independent sample has a same value, this test. This kind of test can be use as test for 2 different independent sample with ordinal, interval, or ratio scale without normal distribution. The result of Wilcoxon test showed significant difference between Customer service (as service giver) quality of service and customer quality of service with significant value $0,012 < 0,05$. And this showed that there is a difference perception about quality of service that given by customer service and quality of service that received by the customer at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk branch Lemabang Palembang

Keywords : Quality of Service, Customer Service, Wilcoxon

1. PENDAHULUAN

Tingkat kualitas pelayanan tidak hanya dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi juga harus dilihat dari sudut pandangan penilaian nasabah. Menyadari pentingnya kualitas pelayanan, maka hal ini perlu diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang lembaga keuangan perbankan. Melihat begitu pentingnya kualitas pelayanan sebagai salah satu aspek yang berperan menarik minat nasabah, maka hal dasar yang sangat dibutuhkan oleh pihak perbankan saat ini menurut Parasuraman (Tjiptono, 2011:232) Peran *customer service* dalam mengkomunikasikan pemasaran bank kepada nasabah atau calon nasabah disaat proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi sangatlah penting. Oleh karena itu, *customer service* dituntut harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik didukung dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

Di Indonesia, terdapat suatu lembaga yang khusus melakukan survei terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh bank-bank baik swasta maupun milik pemerintah yaitu *Marketing Reaserch Indonesia* (MRI). Setiap tahun MRI bekerja sama dengan majalah infobank melakukan survei tahunan yang bernama *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM). Dibawah ini adalah hasil survei MRI 10 besar peringkat pelayanan prima kategori bank umum pada BSEM tahun 2014.

Tabel 1.1
Peringkat Pelayanan Prima Bank Umum Tahun 2014

Nama Bank	Skor (%)	Peringkat
Bank Mandiri	89,56	1
BNI	85,87	2

Permata Bank	85,75	3
BRI	83,62	4
Bank Danamon	82,56	5
Bank Bukopin	77,46	6
Bank Commonwealth	77,40	7
Bank CIMB Niaga	76,19	8
BII	74,27	9
Bank OCBC NISP	74,00	10

(Sumber: Achlam, 2014)

Dengan melihat Tabel 1.1 diketahui bahwa PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk hanya berada pada peringkat ke empat. Dari hasil survei diatas, dapat dilihat bahwa PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk belum dapat menjadi bank terbaik dalam segi pelayanan prima di Indonesia. Jika dibandingkan dengan Bank Mandiri di peringkat pertama, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terpaut lebih dari 5%. Tabel diatas menunjukkan penilaian pelayanan secara keseluruhan baik dari pelayanan kantor cabang, satpam, *teller*, *customer service*, *banking hall*, serta *e-channel* seperti ATM, *phone banking*, *sms banking*, *mobile banking* dan *internet banking*. Tabel pelayanan prima diatas berbanding terbalik dengan keuntungan yang didapat oleh PTBank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Di tahun 2014. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk menjadi bank yang membukukan laba bersih terbesar yaitu Rp 24,16 triliun. Berikut 5 besar peringkat bank yang membukukan laba bersih terbesar sepanjang 2014.

Tabel 1.2
Peringkat Bank Dengan Laba Bersih Terbesar 2014

Peringkat	Nama Bank	Laba Bersih 2014
1	BRI	Rp 24,24Triliun
2	Bank Mandiri	Rp 19,9 Triliun
3	BCA	Rp 16,02Triliun
4	BNI	Rp 10,78 Triliun
5	Bank Danamon	Rp 2,6 Triliun

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan judul “Evaluasi Kualitas Pelayanan *Customer Service* PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Lemabang Palembang Dengan Metode Uji *Wilcoxon*”.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kualitas Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Definisi lain dari pelayanan adalah terdapatnya dua unsur atau kelompok yang saling membutuhkan dan memiliki keterkaitan dengan peranan dan fungsi-fungsi pada masing-masing unsur yang berbeda. Beberapa hal yang menyangkut pelayanan antara lain, faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan, dan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan orang yang dilayani.

Konsep pelayanan memiliki beragam definisi yang berbeda, namun pada intinya, pelayanan atau *service* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan yang dapat diberikan oleh satu pihak ke pihak yang lain yang meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga yang wajar dan bersaing. Barata mengemukakan (Melindawati, 2014:22) bahwa: “Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga perusahaan bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Pendapat berbeda menurut Aritonang (Melindawati, 2014:22) bahwa: “Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dan dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikann, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.”

Seiring perkembangan penelitian, Zheithalm et al (Tjiptono, 2011:198) menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (Service Quality) diantaranya:

1. Reliabilitas (*Reliabilty*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawannya.

2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam merumuskan hipotesis dengan menggunakan metode wilcoxon dalam penelitian ini yaitu, Heruna Tanty; Rokhana Dwi Bakti; Anita Rahayu (2010) meneliti tentang Metode Nonparametrik Untuk Analisis Hubungan Perilaku Dan Pengetahuan Masyarakat Tentang Kode Plastik. Menyatakan Ada perbedaan pengetahuan masyarakat sebelum dan sesudah mengikuti sosialisasi kode plastik.

Sama halnya dengan Rita Mariyana, M Pd, dkk (2011) yang dalam penelitian mengenai Efektivitas Penggunaan Active Learning Dalam Mengembangkan Critical Thinking Pada Anak Usia Dini. Menyatakan Ada peningkatan kemampuan berfikir kritis anak sebelum dan sesudah dilakukan efektifitas penggunaan belajar aktif. Dan penelitian terakhir oleh Komang Trisnawati; Sumarni; Achmad Fudholi (2015) mengenai Analisis Kepuasan Pasien Rawat Jalan PNS Pada Masa Pelaksanaan Askes Dan JKN. Dan hasilnya menyatakan Ada Perbedaan antara harapan dan persepsi pasien rawat jalan PNS pada masa JKN terhadap kualitas layanan rawat jalan Dr. Sarjito. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diatas maka hipotesisi dalam penelitian ini adalah:

H0 : Tidak ada perbedaan persepsi kualitas pelayanan yang diberikan dengan yang diterima nasabah.

H1 : Ada perbedaan persepsi kualitas pelayanan yang diberikan dengan yang diterima nasabah.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Unit Lemabang Palembang. Jl. Yos Sudarso No.14 Kel. 3 Ilir Kecamatan Ilir Timur II.

3.2 Operasional Variabel.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Dan yang menjadi indikator untuk menganalisis kualitas pelayanan adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*.

3.3 Populasi dan sampel

Populasi menurut Sugiyono (2013:148) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah:

1. Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Lemabang Palembang.
2. Penyedia jasa, *Customer Service* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Lemabang Palembang.

Dikarenakan pada penelitian ini akan melihat bagaimana kualitas layanan *customes service* Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Lemabang Palembang, maka penelitian ini memerlukan sampel berpasangan, yaitu:

- a. Nasabah Tetap
 1. Terdaftar sebagai Nasabah paling tidak dalam 3 bulan terakhir.
 2. Sudah mendapatkan pelayanan minimal 2 kali.
 3. Berada di bagian pelayanan.
 4. Pada saat kuesioner diberikan, nasabah baru saja selesai menerima atau mendapatkan proses layanan.
- b. Penyedia Layanan
Persyaratan bagi sampel *Customer Service* :
 1. Terdaftar sebagai karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Pesero) Tbk Unit Lemabang Palembang.
 2. Sudah mendapatkan pelatihan tentang proses kualitas layanan.
 3. Berada di bagian pelayanan nasabah.
 4. Pada saat kuesioner diberikan, yang bersangkutan baru saja selesai memberikan proses layanan.

3.4 Teknik Analisis Data

Setelah mendapatkan data dan informasi dari pengisian kuesioner, kemudian data diolah untuk mendapatkan hasil validitas dan reliabilitas. Setelah itu kuesioner kembali disebar dan hasi ini digunakan untuk uji normalitas data dengan menggunakan uji shapiro wilk dengan signifikansi 0,05. Jika Jika hasil uji normalitas menunjukkan data terdistribusi normal maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Independent Sample T-Test*, namun jika hasil uji normalitas menunjukkan data terdistribusi tidak normal maka alternatif pengujian hipotesis yang akan digunakan adalah *uji wilcoxon*. Hal ini karena *uji wilcoxon* tetap dapat digunakan meskipun asumsi normalitas tidak terpenuhi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Cara pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing pernyataan dan total dengan menggunakan rumus korelasi *product momen* dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Valid tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks *korelasi product momen* atau *r*-hitung dengan nilai kritisnya (nilai *r*-tabel). Hasil uji validitas data kuesioner sebagai instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan
Dari Persepsi *Customer Service* dan Nasabah

No	Pernyataan	Hasil		Keterangan
		Dimensi <i>Tangibles</i>		
X1	Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan.	Pearson Correlation	0,718	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,003	
X2	Penataan ruangan bagian luar dan bagian dalam.	Pearson Correlation	0,787	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	
X3	Kelengkapan dan peralatan modern yang dipakai.	Pearson Correlation	0,687	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,005	
X4	Kerapian dan kebersihan penampilan <i>Customer service</i> .	Pearson Correlation	0,874	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	
	Dimensi <i>Reliability</i>			
X5	Prosedur antrian nasabah yang cepat dan tepat.	Pearson Correlation	0,789	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	
X6	Perhatian <i>customer service</i> yang cepat dan tepat.	Pearson Correlation	0,616	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,014	
X7	Jadwal pelayanan <i>customer service</i> .	Pearson Correlation	0,789	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	
X8	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit.	Pearson Correlation	0,871	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	
	Dimensi <i>Responsiveness</i>			
X9	Kemampuan <i>customer service</i> untuk memberikan pelayanan.	Pearson Correlation	0,874	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	

X10	Customer service memberikan informasi yang jelas.	Pearson Correlation	0,528	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,043	
X11	Tindakan cepat customer service terhadap nasabah yang memberikan keluhan.	Pearson Correlation	0,551	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,033	
	Dimensi Assurance			
X12	Pengetahuan dan kemampuan customer service memberikan informasi dan pelayanan.	Pearson Correlation	0,776	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,001	
X13	Keterampilan customer service menanggapi keluhan pelanggan.	Pearson Correlation	0,600	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,018	
X14	Pelayanan yang ramah dan sopan dari customer service.	Pearson Correlation	0,758	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,001	
X15	Jaminan keamanan saat mendapatkan pelayanan	Pearson Correlation	0,758	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,001	
	Dimensi Empathy			
X16	Adanya perhatian customer service terhadap keluhan nasabah.	Pearson Correlation	0,779	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,001	
X17	Pelayanan yang adil dari customer service terhadap semua nasabah.	Pearson Correlation	0,837	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,000	
X18	Adanya kepedulian customer service terhadap semua nasabah.	Pearson Correlation	0,776	Valid
		Sig. (2-tailed)	0,001	

(Sumber: data primer diolah, 2016)

Melalui Tabel r dengan tingkat kemaknaan 5% dan jumlah sample uji coba 15, didapatkan angka r_{tabel} yaitu 0,482. Maka berdasarkan Tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa hasil uji validitas yang dilakukan terhadap kuesioner penelitian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai *korelasi product momen* atau *r*-hitung yang lebih besar dari nilai *r*-tabel (0,482). Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dihitung dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis (0,6), maka alat ukur tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
Kualitas Layanan	0,945	Reliabel

(Sumber: data primer diolah, 2016)

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah kelompok rata-rata populasi data terdistribusi normal. Untuk mendeteksi kelompok rata-rata populasi terdistribusi normal atau tidak dalam penelitian ini dilakukan dengan Uji Shapiro Wilk. Uji Shapiro Wilk dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : Rata-rata populasi terdistribusi normal

H_a : Rata-rata populasi tidak terdistribusi normal

Jika hasil pengujian normalitas Shapiro Wilk menunjukkan nilai signifikansi $< \alpha$ (5%), maka hipotesis nol ditolak atau rata-rata populasi terdistribusi tidak normal. Begitu juga sebaliknya bahwa jika nilai signifikansi menunjukkan angka $> \alpha$ (5%), maka hipotesis nol diterima yang berarti bahwa rata-rata populasi terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Factor	Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.
Kualitas pelayanan	<i>Customer service</i>	0,714	10	0,001
	Nasabah	0,879	10	0,128

(Sumber: data primer diolah, 2016)

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan kelompok *Customer service* $0,001 < 0,05$, maka hipotesis nol ditolak yang berarti bahwa rata-rata kelompok populasi kualitas pelayanan penyedia layanan tidak terdistribusi secara normal. Sedangkan kelompok nasabah $0,128 > 0,05$ maka hipotesis nol diterima yang berarti bahwa rata-rata kelompok populasi kualitas pelayanan nasabah terdistribusi secara normal.

4.2 Pembahasan

Hasil Uji Beda Wilcoxon

Berdasarkan hasil uji normalitas data, diketahui bahwa salah satu kelompok populasi yaitu kualitas pelayanan penyedia layanan tidak terdistribusi secara normal, maka untuk uji hipotesis penelitian ini dilakukan dengan *Wilcoxon signed Rank test*. Uji beda *Wilcoxon signed Rank test* digunakan untuk menganalisis hasil-hasil pengamatan yang berpasangan dari dua data apakah berbeda atau tidak. *Wilcoxon signed Rank test* ini digunakan hanya untuk data bertipe interval atau ratio, namun datanya tidak mengikuti distribusi normal. Hasil *Wilcoxon signed Rank test* dapat dilihat pada Tabel 4.4 dan 4.5

Tabel 4.4 Hasil Peringkat Pada Uji Wilcoxon

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kualitas_Layanan_ Nasabah Kualitas_Layanan_CS	Negative Ranks	1 ^a	3.00	3.00
	Positive Ranks	9 ^b	5.78	52.00
	Ties	0 ^c		
	Total	10		

(Sumber: data primer diolah, 2016)

Melalui analisis data yang dilakukan dengan *Wilcoxon Signed rank Test* pada Tabel 4.4 di atas, didapatkan hasil *Negatif ranks* artinya sampel dengan nilai kelompok kedua (kualitas pelayanan nasabah) lebih rendah dari nilai kelompok pertama (kualitas pelayanan penyedia layanan) yaitu 1 kelompok. *Positive ranks* adalah sampel dengan nilai kelompok kedua (kualitas pelayanan nasabah) lebih tinggi dari nilai kelompok pertama (kualitas pelayanan penyedia layanan), yaitu 9. Sedangkan *ties* adalah nilai kelompok kedua (kualitas pelayanan nasabah) sama besarnya dengan nilai kelompok pertama (kualitas pelayanan penyedia layanan) yaitu 0. Simbol N menunjukkan jumlah sampel berpasangan yaitu 10 pasang, *Mean Rank* adalah peringkat rata-ratanya yaitu 3 dan 5,78 dan *sum of ranks* adalah jumlah dari peringkatnya yaitu 3 dan 52.

Tabel 4.5 Hasil Statistik Uji Wilcoxon

	Kualitas_pelayanan _Nasabah - Kualitas_pelayanan _CS
Z	-2,501 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,012

(Sumber: data primer diolah, 2016)

Hipotesis :

H_0 : Tidak ada perbedaan persepsi kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* dengan kualitas pelayanan yang diterima nasabah

H_1 : Ada perbedaan persepsi kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* dengan kualitas pelayanan yang diterima nasabah

Kriteria pengujian:

Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan hasil *Wilcoxon Signed Rank Test*, dengan nilai *p value* (*Asymp. Sig 2 tailed*) sebesar 0,012. Nilai signifikan $0,012 < 0,05$ sehingga keputusan hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_1 atau ada perbedaan persepsi kualitas pelayanan yang diberikan *customer service* dengan kualitas pelayanan yang diterima nasabah.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan (dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, diperoleh hasil rata-rata tanggapan responden penyedia layanan (*customer service*) berada pada skala netral, sedangkan tanggapan responden nasabah berada pada skala puas. Berdasarkan hasil uji hipotesis, juga didapatkan hasil bahwa terdapat perbedaan persepsi antara kualitas layanan yang diberikan oleh *customer service* (penyedia layanan) dengan kualitas layanan yang dirasakan nasabah dengan nilai signifikan $0,012 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan signifikan antara kualitas layanan yang diberikan oleh *customer service* (penyedia layanan) dengan kualitas layanan yang dirasakan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Lemabang Palembang.

6. REFERENSI

- [1] Achlam, Steffi Melati; Nasir Widha Setyanto dan Oke Oktavianty (2014); *Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah*

- Menggunakan Structural Equation Modeling (Studi Kasus di PT. Bank Rakyat Indonesia Kanca Malang Martadinata)*; Universitas Brawijaya, Malang.
- [2] Krisni, Dina Novita (2014); *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*; Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Tulungagung.
- [3] Kotler, Philips (2008); <http://pelangimarketing.blogspot.com/2011/11/pemasaran-jasa.html>; di akses hari sabtu tanggal 14 november 2015.
- [4] Maryana, Rita Dkk (2011); *Efektivitas Penggunaan Active Learning Dalam Mengembangkan Critical Thinking Pada Anak Usia Dini*; Bandung,
- [5] Melindawati, Elvi (2014); *Pengaruh Kualitas Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Mandiri kantor Cabang Cipanas*; Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ISM (Indonesia School Of Management), Jakarta.
- [6] Rakhman, Arif (2015); *Studi Komparatif Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Klinik Kecantikan dr. Ve Medical Dermatic dan Gerai Kecantikan Lubuklinggau di Kota Lubuklinggau*; Universitas Bina Darma, Palembang.
- [7] Riyanto, Samsuri (2014); *Analisis Kepuasan Pasien Yang Berhubungan Dengan Prosedur Pendaftaran Dan Pelayanan Pasien Jamkesmas Di Poliklinik Rumah Sakit Muhammadiyah Palembang*; Universitas Bina Darma, Palembang.
- [8] Saleh, A. Muwafik (2010); *Public Service Communication*; UMM press, Malang.
- [9] Sugiyono (2013); *Metodologi Penelitian Manajemen*; Alfabeta, Bandung (2003); *Statistik Non Parametris Untuk Penelitian*; Alfabeta, Bandung.
- [10] Tanty, Heruna; Rokhana Dwi Bakti dan Anita Rahayu (2010); *Metode Nonparametrik Untuk Analisis Hubungan Perilaku Dan Pengetahuan Masyarakat Tentang Kode Plastik*; Binus University, Jakarta
- [11] Tjiptono, Fandy; Gregorius Chandra (2011); *Servive, Quality, dan Satisfaction Edisi 3*; Andi Offset, Yogyakarta.
- [12] Trisnawati, Komang; Sumarni dan Achmad Fudholi (2015); *Analisis Kepuasan Pasien Rawat Jalan PNS Pada Masa Pelaksanaan Askes Dan JKN*; Universitas Gadjah Mada, Yoyakarta.
- [13] <http://bri.co.id/>; di akses tanggal 21 oktober 2015.

PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT PELINDO II PALEMBANG

Ari Fajri Rahmat¹⁾, Hardiyansyah²⁾, Amirudin Syarif³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Binadarma

¹Email : vajriandreas@gmail.com

²Email : dempo66@gmail.com

³Email : amirudinsyarif@gmail.com

Abstract

Formulation of the problem Is there any influence of performance appraisal on employee performance in PT Pelindo II Palembang. Is there an effect of compensation to employees performance in PT Pelindo II Palembang. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of performance appraisal and compensation to employees performance at PT Pelindo II Palembang. The method used in this study was observation, questionnaire, literature study. This method of data analysis is multiple linear regression. The population is all employees of PT Pelindo II Palembang using a 90 percent confidence level and total sample of 55 employees. Results of research on the hypothesis of this study is that H_0 is rejected while H_a accepted, performance appraisal and compensation significantly influence employee performance. The conclusion in this study were 1) partial work performance ratings have a significant effect on employee performance. 2) compensation significantly influence on employee performance. 3) Simultaneous test performance appraisal and compensation significant influence on employee performance.

Keywords: Job Performance Assessment, Compensation, Performance

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Banyak cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan mutu tenaga kerja sehingga menjadi tenaga kerja yang diinginkan dan berkualitas. Demi meningkatkan kinerja yang lebih baik perusahaan harus melakukan seleksi ketat dengan melakukan penilaian terhadap tenaga kerjanya maupun dengan pemberian kompensasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh tenaga kerja atau sesuai dengan apa yang telah disepakati oleh karyawan dan pihak perusahaan.

Hasibuan (2011: 87) menyatakan, "Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu. Prestasi kerja karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya pengetahuan, keterampilan, kecakapan, dan sikap."

Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan tidak hanya bergantung pada penyediaan peralatan-peralatan yang canggih, berkualitas, keterampilan, kemampuan dalam mempergunakan fasilitas, atau pelayanan kepada masyarakat, tetapi juga didukung dengan pemberian kompensasi kepada karyawan dengan adil dan merata.

Dalam praktek kerja lapangan yang pernah dilakukan, kinerja pegawai PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II Palembang secara umum dapat dikatakan masih perlu terus ditingkatkan. Fakta yang mendukung hal ini, contohnya adalah pegawai membaca surat kabar saat jam kerja, menonton televisi atau melakukan kegiatan yang tidak ada kaitannya dengan tugas dinas pada saat jam kerja. Indikasi masih perlu ditingkatkan kinerja pegawai PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II Palembang terlihat dari

seringnya terjadi keterlambatan dalam pengurusan suatu berkas, pegawai tidak berada di tempat kerjanya atau hasil kerja yang dicapai tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Penilaian prestasi kerja dan kompensasi sangat penting bagi pegawai untuk kepuasan kerja dan sebagai umpan balik atas hasil kerja yang dicapai.

Berdasarkan uraian di atas dapat terlihat bahwa adanya keterkaitan antara penilaian prestasi kerja dan kompensasi terhadap kinerja pegawai. Pelaksanaan penilaian prestasi kerja dan kompensasi yang efektif atau memenuhi persyaratan yang seharusnya akan dapat meningkatkan kinerja pegawai.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul "Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Pelindo II Palembang".

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Hasibuan (2011: 94) prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu. Prestasi kerja merupakan gabungan dari tiga faktor penting, yaitu kemampuan dan minat seorang pekerja, kemampuan dan penerimaan atas penjelasan delegasi tugas, serta peran dan tingkat motivasi seorang pekerja. Semakin tinggi ketiga faktor diatas, semakinbesarliah prestasi kerja karyawan bersangkutan.

Kompensasi karyawan mempengaruhi produktivitas dan tendensi mereka untuk tetap bersama perusahaan atau mencari pekerjaan lainnya. Kompensasi yang diberikan kepada karyawan sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Tingkat besar kecilnya kompensasi karyawan sangat berkaitan dengan tingkat pendidikan, tingkat jabatan, dan masa kerja pegawai.

Menurut Hasibuan (2011:118) kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang di terima karyawan sebagai imbalan atas apa yang telah diberikan kepada perusahaan. Sedangkan menurut Handoko (2011:154) kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh pekerja sebagai balas jasa atas kerja mereka.

Sebagaimana dikemukakan oleh Mangkunegara (2009:09) kinerja yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002, p.570), kinerja adalah sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan, kemampuan kerja. Sedangkan menurut Wibowo (2010:07), kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya.

Analisis pengujian variabel independen terhadap variabel dependen telah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti. Secara ringkas, penelitian-penelitian diatas dapat dilihat pada table 2.1 berikut ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Sri Wuryanti (2008)	Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan kerja Terhadap Prestasi kerja dengan motivasi sebagai mediasi (studi pada satuan polisi	Analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode analisis jalur atau path	Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi; lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap prestasi kerja; lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan

	pamong praja propinsi jawa tengah)	analysis	terhadap prestasi kerja kekuatan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna Smartphone Iphone
Warsidi (2004)	Pengaruh kompensasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja guru	Analisis regresi liner berganda	Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru; kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru.
Syaryono (2010)	Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mardiatama Konstruksi Palembang	Regresi Linear Berganda	Prestasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah :

Diduga ada pengaruh penilaian prestasi kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT Pelindo II Palembang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi Penelitian ini adalah karyawan PT. Pelindo II Palembang yang beralamat di Jl. Belinyu No.1 Palembang.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas knerja (Y) dengan indikator, Kuantitas Kerja, Ketepatan Waktu, Efektivitas, Kemandirian. Dengan variabel bebas Penilaian Prestasi Kerja (X_1) dengan indikator, Penilaian Kemampuan, Penilaian Keahlian, Penilaian Kerja sama dan Kompensasi (X_2) dengan indikator, Gaji, Insentif, Asuransi, Bonus, Tunjangan.

Agar penelitian mendapatkan hasil yang maksimal maka jenis data yang digunakan adalah :

1. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi baik lisan maupun tulisan. Data diperoleh dari wawancara, observasi dan kepustakaan.
2. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari kuesioner yang akan dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Dalam hal pengumpulan data sebagai kelengkapan dari penelitian, peneliti memperoleh informasi, data, petunjuk, serta bahan-bahan pendukung lainnya dengan menggunakan beberapa sumber data, yaitu :

- a. Kuesioner
- b. Kepustakaan

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2015:117), 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.

Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono(2015:118), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Jumlah karyawan secara keseluruhan 257 yang tidak tetap 134 karyawan sedangkan dalam penelitian ini karyawan yang menjadi objek adalah 123 orang yang merupakan karyawan tetap. Dengan jumlah tersebut maka teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik slovin

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Pembahasan Statistik Deskriptif per Variabel

Berdasarkan hasil analisis regresi angka R square sebesar 0,639 angka R square disebut juga sebagai koefisien determinasi. Besarnya angka koefisien determinasi 0,639 sama dengan 63,9%. Angka tersebut berarti bahwa sebesar 63,9% kinerja karyawan (Y) yang terjadi dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel penilaian prestasi kerja (X_1) dan kompensasi (X_2)

. Pengujian hipotesis gabungan dapat diuji dengan analisis varian yang dapat dilihat dari nilai F. Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Kriteria yang digunakan adalah:

- H_0 diterima apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, Jika Probabilitas > 0.05
Penilaian prestasi kerjadan kompesasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan
- H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, Jika Probabilitas < 0.05
Penilaian prestasi kerja dan kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan table 4.14 Nilai t_{hitung} pada variabel penilaian prestasi kerja adalah sebesar $3,804 > t_{tabel} 2,00$ maka H_0 ditolak H_a diterima jadi, penilaian prestasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima dinyatakan bahwa ada pengaruh positif pelaksanaan penilaian prestasi kerja terhadap kinerja pegawai.

Dengan demikian hipotesis ini menyatakan ada pengaruh positif pelaksanaan penilaian prestasi terhadap Kinerja Pegawai dapat diterima, hal ini memperlihatkan bahwa penilaian prestasi kerja pada pegawai PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II Palembang merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan Kinerja Pegawai.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan positif kedua variabel tersebut, yakni Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mardiatama Konstruksi Palembang (Syaryono,2010).

Pengaruh kompensasi terhadap Kinerja Pegawai

Dari table didapatkan Nilai t_{hitung} pada variabel kompensasi adalah sebesar $2,761 > t_{tabel} 2,00$ maka H_0 ditolak H_a diterima jadi, kompensasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima dinyatakan bahwa ada pengaruh positif pelaksanaan kompensasi terhadap kinerja pegawai.

Dengan demikian hipotesis ini menyatakan ada pengaruh positif pelaksanaan kompensasi terhadap Kinerja Pegawai dapat diterima, hal ini memperlihatkan bahwa penilaian kompensasi pada pegawai PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II Palembang merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan Kinerja Pegawai.

Hasil penelitian ini juga mendukung hasil-hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh positif kedua variabel tersebut, yakni Analisis Pengaruh Kompensasi Finansial terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Hasjrat Abadi di Makasar (Cynthia Dwi Alyza, 2009).

Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Dan kompensasi terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau F test pada didapatkan F_{hitung} sebesar 12,076 dengan tingkat signifikansi 0.004. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen prestasi kerja dan kompensasi secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel kinerja karyawan.

Karena H_0 ditolak, dan terima H_a diterima dapat dinyatakan bahwa ada pengaruh positif penilaian prestasi kerja dan kompensasi terhadap Kinerja Karyawan.

Dengan demikian kedua hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif pelaksanaan penilaian prestasi kerja dan kompensasi terhadap Kinerja Pegawai dapat diterima, hal ini sesuai dengan kondisi empiris yang memperlihatkan bahwa penilaian prestasi kerja dan kompensasi pada pegawai PT. (Persero) Pelabuhan Indonesia II Palembang merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan Kinerja Pegawai.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu, yakni Analisis Pengaruh Kompensasi Finansial terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Hasjrat Abadi di Makasar (Cynthia Dwi Alyza, 2009) dan Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mardiatama Konstruksi Palembang (Syaryono, 2010)

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil analisi yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji t secara parsial maka H_0 ditolak H_a diterima jadi, penilaian prestasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima dinyatakan bahwa ada pengaruh positif pelaksanaan penilaian prestasi kerja terhadap kinerja pegawai.
2. Dari hasil uji t secara parsial maka H_0 ditolak H_a diterima jadi, kompensasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sedangkan H_a diterima dinyatakan bahwa ada pengaruh positif pelaksanaan kompensasi terhadap kinerja pegawai.
3. Dari analisis data F test didapatkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen penilaian prestasi kerja dan kompensasi secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel kinerja karyawan.

Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah :

1. Mengingat penilaian prestasi kerja dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai, PT Pelabuhan Indonesia II palembang, pimpinan Sperlu lebih memperhatikan dan objektif dalam pelaksanaannya, yaitu adil, sensitif terhadap bawahan dan transparan .
2. Meningkatkan mutu kinerja karyawan PT Pelabuhan Indonesia II dengan menambah bagian pengawas yang bertanggung jawab untuk mengurangi dan menindak karyawan yang bersikap curang seperti bolos kerja, yang bisa mengetahui mana pegawai yang benar-benar bekerja maupun yang datang setelah itu mangkir, dan tidak melaksanakan tugas dan kewajiban yang sudah ditetapkan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain Brand Image yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas konsumen. Selain itu sebaiknya pada penelitian berikutnya lebih memperluas obyek penelitian serta mencari ruang lingkup populasi yang lebih luas.

6. REFERENSI

- [1] Amabar Teguh Sulistiyani dan Rosidah. 2008. *Manajemen Sumber daya Manusia*, edisi pertama, cetakan pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta
- [2] Cushway, Barry. 1996. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Elex Medio Komputindo. Jakarta
- [3] Dessler, Gary. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan oleh Drs. Benyamin Molan. PT. Prehallindo. Jakarta
- [4] Dessler, Gary. 2000. *Human Resource Management 8th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- [5] Ghazali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [6] Guritno, Bambang dan Waridin 2005. "Pengaruh Persepsi Karyawan Mengenai Prilaku Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Karyawan dan Motivasi Terhadap Kinerja." *JRBI*, Vol.1 No. 1, pp.63-74
- [7] Hani Handoko. 2002. *Manajemen personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE Yogyakarta
- [8] Hasibuan, Melayu. 2001 *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara Jakarta.
- [9] Mangkunegara. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta
- [10] Mutiara S. Panggabean. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta
- [11] Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Gadjah Mada University Press Yogyakarta.
- [12] Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. SIE YKPN. Yogyakarta
- [13] Tohardi, Ahmad. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan pertama. Mandar Maju. Bandung
- [14] Veithzal, Rivai. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan*. Edisi pertama, cetakan kedua. PT. Raja Garfindo Persada. Jakarta

ANALISIS KUALITATIF HUBUNGAN INTERPERSONAL DENGAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. PLN (PERSERO) WS2JB

Febria Hidayah¹⁾, Heri Yanto²⁾, Gagan Ganjar Resmi³⁾

^{1,2,3}Ekonomi, Universitas Bina Darma

¹email: Febria.hidayah@yahoo.co.id

²email: heriyanto@binadarma.ac.id

³email: gagan@binadarma.ac.id

Abstract

Interpersonal relationships for the employees and the company is a motivation that can improve employee performance because of the advance or support the success of the company is the employees themselves. The Company expects employees not only capable, competent, and skilled, but most importantly they are willing to work diligently and desire to achieve maximum work therefore interpersonal relationships for the company and employees is the most important role in the company to improve the performance of employees of PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang. Power generation company PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang know how the role of interpersonal relationships in improving employee performance. The method the researchers use a qualitative method by using interview and observation techniques to the employees of PT. PLN. From interviews and observations conducted by researchers, it can be seen that interpersonal relationships are very instrumental in improving employee performance and with that the company can achieve the desired target company. Results of the study investigators concluded that interpersonal relationships are very instrumental in improving employee performance.

Keywords: *Interpersonal Relations, Performance, and Employee.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan energi listrik di Indonesia masih belum mencukupi. Sebagai contoh adalah pemadaman listrik secara bergilir yang masih kita rasakan di berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwasannya pasokan energi listrik yang disediakan pemerintah melalui perusahaan PLN masih belum mencukupi kebutuhan masyarakat. Padahal listrik, kini menjadi kebutuhan pokok bagi manusia, sebagaimana kita ketahui bersama aktivitas kehidupan kita saat ini sangat bergantung dengan teknologi yang sumber tenaganya berasal dari energi listrik. Misal untuk keperluan rumah tangga seperti setrika, kulkas, kipas angin, televisi, lampu penerangan dan lain-lain. Kemudian untuk keperluan hampir semua aktivitas di industri dari perkantoran di berbagai bidang, energi listrik merupakan komponen yang paling dominan. Perusahaan Listrik Negara PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatra selatan Jambi Bengkulu (WS2JB) merupakan salah satu bentuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa. PT. PLN (Persero) dikelola oleh pihak pemerintah PT. PLN (Persero) didirikan dengan tujuan untuk melayani ketenagalistrikan dan juga untuk memperoleh laba sehingga kegiatan perusahaan dapat terus berjalan. Kegiatan utama perusahaan ini meliputi pendistribusian tenaga listrik dengan berbagai kebutuhan yang berbeda mulai dari pemakaian untuk rumah tangga, sosial, dan industri. Listrik telah menjadi bagian dalam aktifitas manusia, hal ini dapat dilihat dari pemakaian sebagean besar alat penunjang kegiatannya menggunakan listrik. Hubungan interpersonal yang baik antara karyawan PT PLN akan memotivasi kinerja karyawan PT PLN dalam melaksanakan pekerjaannya. Hubungan Interpersonal adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam situasi kerja dan dalam organisasi sebagai motivasi untuk berkerjasama secara produktif, sehingga dicapai kepuasan ekonomi, psikologis, dan sosial. Robbins dalam Vemylia (2009). Tujuan dibinanya hubungan antar manusia dalam organisasi yaitu untuk mencegah timbulnya konflik terutama konflik

antar pribadi dalam organisasi tersebut yang biasanya dapat merugikan kelangsungan aktivitas organisasi. Manfaat dan hubungan antar pribadi yang baik pada suatu organisasi adalah setiap masalah dapat diselesaikan dengan penuh kekeluargaan, adanya saling menghargai dari percaya antar karyawan, pelaksanaan pekerjaan diliputi oleh suasana santai dan keakraban. Kinerja karyawan pada perusahaan mengarah pada kemampuan dan cara kerja karyawan dalam melaksanakan keseluruhan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu telah disepakati bersama Rivai dan Basri (2005). Menurut Robert L. Mathis dan John H. Jackson (2001) faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan yaitu : kemampuan mereka, motivasi, dukungan yang diterima, keberadaan pekerjaan yang mereka lakukan, dan Hubungan mereka dengan organisasi. Oleh karena itu diperlukan analisis mengenai hubungan interpersonal terhadap kinerja karyawan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Hubungan Interpersonal dengan Kinerja Karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB ?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar dapat menjadi lebih fokus, maka perlu dikemukakan tentang tujuan penelitian. Berdasarkan perumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian adalah. **“Untuk menganalisis hubungan interpersonal dengan kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB. “**

1.3 Ruang lingkup pembahasan

Agar penulisan menjadi terarah dan sesuai dengan permasalahan yang ada maka penulisan membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada Analisis Kualitatif Hubungan Interpersonal Dengan Kinerja Karyawan Pada PT.PLN (PERSERO) WS2JB.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Pengertian Hubungan Interpersonal

. Hubungan interpersonal adalah interaksi antara seseorang dengan orang lain dalam situasi kerja dan dalam organisasi sebagai motivasi untuk bekerjasama secara produktif, sehingga dicapai kepuasan ekonomi, psikologis, dan sosial seperti yang diungkapkan Robbins dalam Vemmylia (2009).

2.2 Indikator Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal tidaklah bersifat statis, tapi selalu berubah. Untuk memelihara dan memperteguh hubungan interpersonal, perubahan memerlukan tindakan-tindakan tertentu untuk mengembalikan keseimbangan hubungan interpersonal.

Hubungan interpersonal erat kaitannya dengan kecerdasan interpersonal karena individu yang memiliki kecerdasan interpersonal banyak memiliki teman,dilihat dari penjelasan tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari kecerdasan interpersonal akan tercipta hubungan interpersonal yang baik.

Menurut Gardner dalam Musfiroh (2012) menjelaskan bahwa kecerdasan interpersonal sangat berpengaruh pada hubungan interpersonal karena hubungan interpersonal merupakan bagian dari interaksi sosial. Kemampuan interpersonal terus berkembang hingga dewasa, mereka pandai membuat orang lain merasa bahagia.

Adapun indikator dari hubungan interpersonal yaitu;

- 1) Keakraban.
- 2) Kontrol.
- 3) Sikap Terbuka.
- 4) Saling Menghargai.

2.3 Pengertian Kinerja Karyawan

Menurut Mangkunegara dalam Widodo (2015:131) bahwa istilah kinerja dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada nya, dan yang diungkapkan Nawawi dalam Widodo (2015:131) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil pelaksanaan suatu pekerjaan, baik bersifat fisik/material maupun non fisik/non material.

2.4 Indikator-indikator Kinerja

Indikator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu ada enam indikator, yaitu Robbins dalam Riadi (2014) yaitu :

1. Kualitas, merupakan kualitas kerja diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.
2. Kuantitas, merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.
3. Ketepatan waktu, merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.
4. Efektivitas, merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.
5. Kemandirian, merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya Komitmen kerja. Merupakan suatu tingkat dimana karyawan mempunyai komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap kantor.

3 METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. PLN (Persero) WS2JB Rayon Rivai Palembang di Jl. Kapten A. Rivai No. 37 Palembang, Indonesia.

3.2 Objek Dan Sumber Penelitian

Objek penelitian adalah fokus atau sasaran penelitian, yang menjadi objek penelitian ialah PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang yang berada di daerah Rivai. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah individu yaitu karyawan PT. PLN yang dijadikan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan dalam mengetahui hubungan interpersonal kinerja karyawan di PT. PLN (Persero) WS2JB.

3.3 Sumber Data

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari informan yaitu orang yang berpengaruh dalam proses perolehan data atau bias disebut key number yang memegang kunci sumber data penelitian ini, karena informan benar-benar tahu dan terlibat di dalam Perusahaan PT. PLN (Persero) WS2JB.

3.4 Metode Pengumpulan data

Untuk dapat mengumpulkan data secara lengkap, maka dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:193) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

- A. Interview (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2014:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan pada karyawan PT.PLN (Persero) WS2JB Palembang.

- B. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono 2013:203).

- C. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dalam hal ini kami menggunakan foto dan beberapa dokumen.

3.5 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek penelitian ini adalah karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB dari hasil wawancara data yang ada pada struktur organisasi PT. PLN (persero) Rayon Rivai berjumlah 18 orang dan ditarik sampel pada divisi Adm. Umum sebanyak 5 orang.

3.6 Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat dua tahap penelitian, yaitu :

1. Tahap Persiapan Penelitian

Pertama peneliti membuat pedoman wawancara yang disusun berdasarkan dimensi hubungan interpersonal dengan kinerja karyawan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi subjek. Pedoman wawancara ini berisi pertanyaan-pertanyaan mendasar yang nantinya akan berkembang dengan wawancara. Pedoman wawancara yang telah disusun, ditujukan kepada yang lebih ahli dalam hal ini adalah pembimbing penelitian untuk mendapat masukan mengenai isi pedoman wawancara. Setelah mendapat masukan dan koreksi dari pembimbing, peneliti membuat perbaikan terhadap pedoman wawancara dan mempersiapkan diri untuk melakukan wawancara. Tahap persiapan selanjutnya adalah peneliti membuat pedoman observasi yang disusun berdasarkan hasil observasi terhadap perilaku subjek selama wawancara dan observasi mengenai hubungan interpersonal atau setting wawancara, serta pengaruhnya terhadap perilaku subjek dan pencatatan langsung yang dilakukan pada saat peneliti melakukan observasi. Namun apabila tidak memungkinkan maka peneliti segera mungkin mencatatnya setelah wawancara selesai.

Peneliti selanjutnya mencari objek yang sesuai dengan karakteristik subjek penelitian, untuk itu sebelum wawancara dilaksanakan peneliti bertanya kepada subjek tentang kesiapannya untuk diwawancarai. Setelah subjek bersedia untuk diwawancarai, peneliti membuat kesepakatan dengan subjek tersebut mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara.

2. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Peneliti membuat kesepakatan dengan subjek mengenai waktu dan tempat untuk melakukan wawancara berdasarkan pedoman yang dibuat. Setelah itu wawancara dilakukan, peneliti memindahkan hasil rekaman berdasarkan wawancara dalam bentuk tertulis. Selanjutnya penelitian melakukan analisis data dan interpretasi dan sesuai dengan langkah-langkah yang dijabarkan pada bagian metode analisis data. Setelah itu, peneliti membuat dinamika psikologis dan kesimpulan yang dilakukan, peneliti memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Tahap menganalisa adalah tahap yang paling penting dan menentukan dalam suatu penelitian. Data yang diperoleh selanjutnya di analisa dengan tujuan menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interpretasikan. Selain itu data diterjunkan dan dimanfaatkan agar dapat dipakai untuk menjawab masalah yang diajukan dalam penelitian. Sugiyono (2013:430) terdapat tiga teknik analisis data yaitu :

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

3.8 Teknik Analisis Data

Untuk memperoleh tingkat keabsahan data, tehnik yang digunakan diantara lain :

1. Triangulasi pengamatan

Adanya pengamat diluar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, dosen pembimbing studi kasus bertindak sebagai pengamat (*expert judgment*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

2. Triangulasi data

Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

3. Triangulasi teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memassuki syarat. Pada penelitian ini, berbagai teori telah dijelaskan pada bab II untu dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.

4. Triangulasi Metode

Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi. Dalam penelitian, penelitian melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

4 . HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan

Karakteristik informan merupakan ciri-ciri dari informan yang diambil datanya menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan oleh penelitian ini. Adapun yang dijadikan informan adalah orang-orang yang berkaitan dengan PT. PLN (Persero) WS2JB yaitu karyawan yang bekerja di bagian administrasi karyawan. Dari penelitian ini jumlah keseluruhan informan adalah sebanyak 5 orang yang dibagi menjadi 2 bagian yaitu 1 informan supervisor dan 4 karyawan yang berasal dari karyawan administrasi PT. PLN (Persero) WS2JB. Untuk mempermudah dan memperjelas penulisan, maka dalam penelitian ini mengganti nama singkatan, berikut lebih jelasnya profil informan dalam penelitian ini. Informan bagian yang pertama yaitu petugas administrasi bagian area Sumatra Selatan yaitu:

Informan Kunci

1. Nama : Ratih Kusuma Dewi
 Jenis kelamin : Perempuan
 Usia : 33 tahun
 Alamat : Jl. Mayor Zen Lr. Sari RT 24 RW 07 Kec Kalidoni
 Jabatan : SPV. ADMINISTRASI
2. Nama : Nany Suhartiny
 Jenis kelamin : Perempuan
 Usia : 31 tahun
 Alamat : Jl. Urip Sumoharjo Blok FF No 05 RT 14
 RW 03 Kec Seylayur
 Jabatan : AS Pelayanan Pelanggan
3. Nama : Aminah
 Jenis kelamin : Perempuan
 Usia : 32 tahun
 Alamat : Jl. Kapten A.Rivai No 37 RT 23
 Jabatan : AS Pelayanan Pelanggan
4. Nama : Evi Mediawati
 Jenis kelamin : Perempuan
 Usia : 35 tahun
 Alamat : Jl. Letjen aryani suhar Gang darma RT12
 Jabatan : AS Pelayanan Pelanggan
5. Nama : Renita Andini
 Jenis kelamin : Perempuan
 Usia : 29 tahun
 Alamat : Jl. Komplek Polantas Sukabangun 2 No 14
 RT 18
 Jabatan : JA Pelayanan Pelanggan

4.2 Gambaran Hubungan Interpersonal Antar Pegawai PT. PLN (persero) WS2JB.

1. Apakah anda bekerja sama dalam menyelesaikan masalah untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan ? kerja sama seperti apa yang dilakukan di PT. PLN (Persero) WS2JB?
“Kami mengerti tentang tugas yang kami terima di suatu perusahaan, maka dari tugas yang diberikan perusahaan kami harus bekerja sama satu sama lain, karena tugas yang diberikan pada satu orang karyawan administrasi itu berbeda-beda. Sikap juga mampu membuat kerja sama yang baik dalam kelompok contoh menurut saya bisa dengan, kesetiaan, kesopanan, kesabaran, komunikasi dan sifat optimis”.
2. Apakah menurut anda penting meningkatkan motivasi karyawan dan bagaimana hubungannya dengan kinerja karyawan ? motivasi apa yang anda berikan pada karyawan anda?
“Sangatlah penting karena motivasi senantiasa dapat meningkatkan kinerja kerja karyawan sehingga dapat melakukan pekerjaannya lebih baik, cara saya untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan dengan cara melihat kebutuhan bawahan saya, atau memberikan bonus tambahan pada karyawan yang bekerja dengan baik”
3. Bagaimana anda mengontrol ketika terjadi konflik antar karyawan? konflik apa saja yang sering terjadi pada karyawan anda?
“Ada beberapa konflik yang terjadi di suatu divisi Adm. pelayanan dan yang paling sering terjadi, konflik komunikasi yang terjadi antar karyawan, maka dari itu cara untuk menanggulangnya adalah melakukan komunikasi dua arah antara atasan dan bawahan menjadi lancar dan harmonis, misalnya dengan membuat rapat rutin, karena dengan komunikasi dua arah akan mengurangi kesalahpahaman antar karyawan di lapangan.”
4. Apakah tujuan peningkatan motivasi kerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang ?
“Bagi saya sangat penting meningkatkan motivasi kerja karyawan PT. PLN itu untuk meningkatkan kinerja karyawan yang berkerja di perusahaan”
5. Apakah anda saling mentolerir jika terjadi perbedaan pendapat antar karyawan ?
“Dalam hal ini saya melihat hal yang harus ditolerir dari pendapat yang dikeluarkan karyawan lain jika pendapat yang dikeluarkan karyawan tersebut baik maka saya akan menerima, jika pendapatnya buruk untuk apa lagi saya mentolerir atau menghargai pendapat mereka”

KARYAWAN II

1. Menurut anda apakah komunikasi yang baik antar karyawan dan pimpinan dapat meningkatkan kinerja pada PT. PLN (Persero) WS2JB ? Contoh komunikasi yang baik yang anda lakukan?
“Komunikasi yang baik dapat meningkatkan kinerja di PT. PLN (Persero) WS2JB karena di dalam ruangan kerja saya terdapat beberapa pekerjaan yang berbeda seperti penerima keluhan pelayanan, asisten supervisor, DLL. Menurut saya komunikasi yang baik dapat membuat kerja sama yang baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Nany Suhartiny)”
2. Apa yang membuat anda termotivasi dalam bekerja ?
“Rasa nyaman saat bekerja sudah cukup untuk memotivasi saya untuk bekerja di perusahaan (Nany Suhartini)”
3. Bagaimana menurut anda cara yang efektif untuk meningkatkan kinerja karyawan PT. PLN (persero) WS2JB ?
“Menambah atau merekrut tenaga kerja berpengalaman yang mampu bekerja dengan baik di dalam perusahaan (Nany Suhartini)”
4. Apakah peraturan yang dikeluarkan perusahaan mengganggu hubungan interpersonal ? peraturan apa saja yang dikeluarkan perusahaan untuk karyawan?

"Tidak mengganggu hubungan interpersonal antar karyawan karena peraturan yang dibuat perusahaan adalah peraturan yang dibuat untuk karyawan yang harus dipatuhi demi kebaikan karyawan perusahaan itu sendiri peraturan yang diberikan perusahaan contohnya adalah setiap karyawan PT. PLN wajib memeriksa peralatan kerja masing-masing sebelum mulai bekerja atau akan meninggalkan pekerjaan sehingga benar-benar tidak akan menimbulkan kerusakan atau bahaya yang akan mengganggu pekerjaan, karyawan wajib memelihara ketertiban dan kebersihan (Nany Suhartiny)"

5. Menurut anda bila terjadi gangguan hubungan antar karyawan apakah akan menurunkan kinerja karyawan ? gangguan hubungan kerja seperti apa yang sering terjadi Adm. Pelayanan PT. PLN (Persero) WS2JB ?

"Menurut saya bila terjadi gangguan hubungan antar karyawan maka dapat menurunkan kinerja karyawan karena biasanya jika terjadi konflik akan mengganggu jalannya kerja di suatu perusahaan, biasanya yang terjadi yang saya tahu adalah kekurangan komunikasi antara karyawan baru yang berada di satu ruangan sehingga terjadi kesalahan (Nany Suhartiny)"

6. Apakah menurut anda kinerja yang dicapai perusahaan sudah baik?

"Sudah baik, karena di dalam suatu perusahaan setiap divisi mempunyai peran masing-masing dalam meningkatkan kinerja karyawan contohnya saya bekerja pada bidang administrasi umum dan K3 saya bekerja untuk melayani kompensasi para pekerja administrasi tanggungan yang diberikan perusahaan pada karyawan PT. PLN (Persero) (Nany Suhartiny)"

7. Apakah komunikasi yang anda lakukan sudah terjalin dengan baik ? sebutkan contoh komunikasi yang baik yang anda lakukan antara karyawan perusahaan PT. PLN (Persero) WS2JB ?

"Iya sudah baik, saya dapat bekerja sama dengan baik dengan sesama karyawan, komunikasi yang baik yang saya lakukan adalah memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada atasan dan karyawan lain (Nany Suhartiny)"

4.3 Pembahasan

Bahwa yang dianalisa oleh peneliti adalah Hubungan Interpersonal terhadap kinerja karyawan pada PT. PLN (Persero). Hubungan interpersonal dalam perusahaan sangat berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan karena dengan berhubungan atau dengan berkomunikasi dengan baik maka karyawan akan termotivasi untuk terus meningkatkan kinerja karyawan sesuai dengan teori Siagian (2009). Hubungan antar manusia adalah keseluruhan hubungan baik yang bersifat formal maupun informal yang perlu diciptakan dan dibina dalam suatu organisasi sedemikian rupa sehingga tercipta suatu kerja sama team yang intim dan harmonis dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Teori ini menjelaskan bahwa hubungan interpersonal yang baik dapat menciptakan kerja sama team yang baik juga hingga dapat meningkatkan kinerja karyawan PT. PLN (Persero). Hal ini menjelaskan bukan hanya materi yang bisa meningkatkan kinerja karyawan hubungan interpersonal pun mampu meningkatkan kinerja karyawan dengan cara komunikasi yang baik, pendekatan yang intim ke sesama karyawan. Dengan cara itu PT. PLN (Persero) mampu mencapai kinerja yang baik dalam perusahaan, ada banyak manfaat bila perusahaan bila meningkatkan hubungan interpersonal antar karyawan menurut Syadam (2009) yaitu berkurangnya konflik antara karyawan, setiap karyawan bersemangat dan bergairah dalam menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tugasnya, satu unit kerja akan memberikan hasil yang terbaik bagi proses berikutnya untuk dikerjakan oleh unit kerja yang lain, setiap masalah dapat diselesaikan dengan penuh kekeluargaan. Setiap karyawan harus memiliki hubungan interpersonal yang baik, Menurut Effendy (2009) ada dua pengertian hubungan antar manusia, yaitu hubungan dalam arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas hubungan antar manusia adalah Interkomunikasi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam segala situasi dan di dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan rasa puas dan bahagia kepada kedua pihak.

Pengertian hubungan antar manusia dalam arti sempit adalah Interkomunikasi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara langsung bertatap muka dalam suatu organisasi kerja (*work organization*) dan dalam berbagai situasi kerja (*work situation*) dengan tujuan untuk mengunggah kegairahan kerja dengan semangat kerjasama yang produktif serta dengan perasaan dan bahagia, pengertian hubungan antar manusia adalah keseluruhan hubungan baik yang bersifat formal maupun nonformal yang dilakukan seseorang kepada orang lain dalam berbagai situasi kerja dengan tujuan untuk mengembangkan rasa bahagia dan rasa puas, serta kegiatan untuk meningkatkan dan mengembangkan hasil yang lebih produktif dan memuaskan. Perusahaan harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan interpersonal seperti kesamaan karakteristik personal, tekanan emosional, harga diri yang rendah, dan isolasi sosial, ketika perusahaan mampu mengatasi faktor-faktor yang mempengaruhi atau merusak hubungan interpersonal tersebut maka perusahaan dapat dengan mudah meningkatkan kinerja dan motivasi karyawan karena tidak adanya gangguan dari dalam atau tekanan yang terjadi saat bekerja. Banyak hal yang dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam hal ini termasuk juga hubungan interpersonal antar karyawan. Karyawan juga bisa meningkatkan kinerja jika faktor seperti kualitas dan kemampuan karyawan, sarana pendukung dalam bekerja, dan supra sarana, dapat di atasi perusahaan maka hasil kerja karyawan akan menunjukkan prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya dan mampu meningkatkan kualitas kerja karyawan . Menurut Widodo (2015:131) bahwa istilah kinerja dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada nya. Hubungan interpersonal antar karyawan juga bisa dibentuk dengan sikap yaitu pimpinan harus mempunyai jiwa kepemimpinan karena kepemimpinan dinilai sebagai kemampuan untuk memimpin, berpengaruh, mempunyai pribadi yang kuat, dihormati dan berwibawa hal itu dapat memunculkan sikap saling menghargai antara atasan dan karyawan sedangkan karyawan harus mempunyai kepribadian dan kesetiaan antar rekan kerjanya agar tercipta Keakraban antar karyawan, dari hal yang dijelaskan diatas dapat diartikan berapa pentingnya hubungan interpersonal untuk meningkatkan kinerja karyawan agar dapat terus meningkatkan produktifitas kerja perusahaan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas yang telah ditemukan pada bab-bab terdahulu, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dan selanjutnya akan memberikan saran-saran yang kiranya dapat membantu dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi.

5.1 Simpulan

1. Pada hasil pembahasan diatas Hubungan interpersonal sangat berpengaruh karena dari hasil wawancara diatas hubungan interpersonal dapat meningkatkan dan menurunkan kinerja karyawan pada PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang.
2. Dalam beberapa hal Hubungan interpersonal dapat memperbaiki masalah dalam bekerja salah satunya adalah kesalahpahaman dalam bekerja, yang akan menimbulkan konflik bagi karyawan, mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan, mampu meningkatkan kinerja karyawan.
3. Hubungan interpersonal juga mampu meningkatkan motivasi kerja karyawan, karena semakin baik komunikasi dengan atasan dan karyawan akan menambah semangat dalam bekerja tanpa ada rasa tertekan.
4. Hubungan interpersonal juga mampu meningkatkan kinerja karyawan PT. PLN (persero) karena semakin baik hubungan interpersonal maka akan terjalin kerja yang baik dan akan meningkatkan kinerja karyawan perusahaan.

5.2 Saran

1. Perusahaan hendaknya lebih memikirkan cara meningkatkan Hubungan interpersonal kedepannya karena bukan hanya dengan materi karyawan mampu meningkatkan kinerja kerjanya, apa saja yang harus diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan Hubungan Interpersonal kerja karyawan contohnya kesamaan karakteristik personal, tekanan emosional, harga diri yang rendah, dan isolasi sosial. Ada juga yang harus diperhatikan dari situasional yaitu daya tarik fisik, ganjaran, familiarity, kedekatan, dan kemampuan jika hal di atas sudah ditingkatkan maka kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang.
2. Perusahaan harus lebih memperhatikan hal yang mampu meningkatkan kinerja dan faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan seperti kualitas dan kemampuan karyawan, sarana pendukung, supra sarana, ketika semua faktor yang mempengaruhi kinerja sudah diperbaiki maka sudah pasti kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB akan meningkat pesat.
3. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya mempertimbangkan lagi untuk mengkaji variabel-variabel yang belum dimasukan. Penelitian yang saya lakukan menggunakan metode kualitatif, sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan metode kuantitatif sehingga dapat mengukur besarnya pengaruh hubungan interpersonal terhadap kinerja karyawan PT. PLN (Persero) WS2JB Palembang.

6. REFERENSI

- [1] Cushway, Barry. 1996. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT. Elex Medio Komputindo. Jakarta
- [2] Dessler, Gary. 2000. Human Resource Management 8th Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- [3] Guritno, Bambang dan Waridin 2005. "Pengaruh Persepsi Karyawan Mengenai Prilaku Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Karyawan dan Motivasi Terhadap Kinerja." JRBI, Vol.1 No. 1, pp.63-74
- [4] Hani Handoko. 2002. Manajemen personalia dan Sumber Daya Manusia. BPFE Yogyakarta
- [5] Mangkunegara. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta
- [6] Mutiara S. Panggabean. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia, cetakan pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta
- [7] Simamora, Henry. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia. SIE YKPN. Yogyakarta
- [8] Tohardi, Ahmad. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia, cetakan pertama. Mandar Maju. Bandung
- [9] Veithzal, Rivai. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan. Edisi pertama, cetakan kedua. PT. Raja GarfindoPersada. Jakarta

PENGARUH DIKLAT DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI PERUM BULOG SUMSEL BABEL

Haris Siregar¹⁾, Irwan Septayuda²⁾

^{1,2}Ekonomi, Universitas Bina Darma Palembang

¹Email: siregarharis306@yahoo.com

²Email: Irwan.septayuda@binadarma.ac.id

Abstract

This report aims to determine the effect to education and training and career development to employees performance at perum bulog divre sumsel dan babel. Methods of collecting data obtained from questionnaires and library research, data analysis in this case the author uses qualitative and quantitative methods are multiple regressions equation, correlation coefficient, coefficient of determination and test F. The results showed that there was a significant effect of education and training on employee performance and career development influence on the performace of employees at divre sumsel perum bulog and babel. It indicates that there is strong association of these influences. Data obtained from these results that the influence of education and training and career development to improve the performance of employees at divre sumsel perum bulog and babel.

Keywords: Education And Training, Career Development, Performance

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Dalam rangka memajukan tujuan suatu perusahaan haruslah memiliki sumber daya manusia yang baik dan berkualitas dalam upaya mempersiapkan diri menjadi suatu perusahaan yang kompetitif dan produktif di masa yang akan datang. Sumber daya manusia itu sendiri sangat berperan penting dalam upaya memajukan produktifitas suatu perusahaan. Dengan adanya produktifitas tinggi yang dilakukan oleh karyawan sehingga dengan demikian membuat daya saing perusahaan akan semakin kompetitif. Dari penjelasan diatas dapat dilihat bahwa perusahaan dan sumber daya manusia saling membutuhkan satu sama lain, jika di suatu perusahaan tidak memiliki sumber daya manusia yang baik dan berkualitas perusahaan tidak akan dapat bersaing secara kompetitif, begitu juga sumber daya manusia sangat membutuhkan adanya perusahaan.

Dalam upaya menentukan berhasil tidaknya suatu pekerjaan yang dilakukan dalam organisasi yaitu dengan cara melakukan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan terlebih dahulu. Jika disuatu organisasi dapat menerapkan pendidikan dan pelatihan dengan baik kepada karyawan dengan demikian tujuan suatu organisasi dapat dicapai dan organisasi tersebut dapat bersaing secara kompetitif.

Keputusan dalam memenuhi berbagai ketentuan tersebut merupakan pemupukan disiplin kesadaran masing-masing akan hak dan kewajiban akan mendorong berkembangnya produktivitas, maka penulis tertarik mengambil judul **“Pengaruh Diklat Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Perum Bulog Sumsel Babel”**.

Perumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang ada sebagai berikut

Apakah ada Pengaruh Diklat Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Perum Bulog Divre Sumsel Dan Babel ?

Manfaat dan Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh diklat dan pengembangan karir terhadap kinerja pegawai perum bulog divre sumsel dan babel?

Manfaat Penelitian

1. Bagi Perum Bulog Divre Sumsel Dan Babel
2. Bagi Penulis
3. Bagi Lembaga

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Diklat

Widodo (2015:86) mendefinisikan pendidikan sebagai proses belajar mengajar yang terorganisir dan terus-menerus yang dirancang untuk mengomunikasikan perpaduan pengetahuan, skill, dan pemahaman yang bernilai untuk seluruh aktifitas hidup.

Beeby dalam Sutrisno (2009:64) mengatakan bahwa pendidikan mempunyai kualitas tinggi bilamana keluaran pendidikan itu mempunyai nilai bagi masyarakat yang memerlukan pendidikan itu.

Sedangkan pengertian pelatihan Simamora dalam Widodo (2015:82) mengartikan pelatihan sebagai serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman, ataupun perubahan sikap seorang inividu.

Tolak Ukur Diklat

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangan dan berperan dalam pendididkan dan pelatihan Rivai (2009:240) yang dijadikan penulis sebagai indikator, antara lain :

1. Materi yang dibutuhkan
2. Metode yang digunakan
3. Kemampuan instruktur
4. Sarana atau prinsip-prinsip pembelajaran
5. Peserta pendidikan dan pelatihan
6. Evaluasi pendidikan dan pelatihan

Pengembangan Karir

Rivai dalam Widodo (2015:113) mendefenisikan pengembangan karir adalah proses peningkatan kemampuan kerja inividu yang dicapai dalam rangka mencapai karier yang diinginkan.

Andrew J. Dubrin yang dalam Widodo (2015:113) pengembangan karier adalah aktivitas kepegawaian yang membantu pegawai-pegawai merencanakan karier masa depan mereka di perusahaan agar perusahaan dan pegawai yang bersangkutan dapat mengembangkan diri secara maksimum.

Widodo (2015:114) pengembangan karier adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya sehingga dapat memenuhi kebutuhan, hal ini didorong melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakang pendidikan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Karier

Siagian dalam Widodo (2015:119) berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan karier seorang karyawan adalah :

1. Prestasi kerja yang memuaskan.
2. Pengenalan oleh pihak lain
3. Kesetiaan pada organisasi
4. Pembimbing dan sponsor
5. Dukungan para bawahan
6. Kesempatan Untuk Bertumbuh
7. Berhenti atas permintaan dan kemauan sendiri

Kinerja

Mangkunegara dalam Widodo (2015:131) bahwa istilah kinerja dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Nawawi dalam Widodo (2015:131) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil pelaksanaan suatu pekerjaan, baik bersifat fisik/material maupun non fisik/non material.

Simanjuntak dalam Widodo (2015:131) kinerja adalah tingkatan pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu.

Prawirosentono dalam Sinambela (2012:5) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.

Indikator Kinerja

Mangkunegara (2009:75) mengemukakan indikator kinerja yaitu :

1. Kualitas
2. Kuantitas
3. Pelaksanaan Tugas
4. Tanggung Jawab

Hipotesis

Berdasarkan pemaparan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran diatas maka dapat diambil suatu hipotesis yaitu: “Diklat Dan Pengembangan karir Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai Pada Perum Bulog Divre Sumsel Dan Babel.

3. METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek yang diteliti oleh penulis yaitu karyawan yang ada di Perum Bulog Divre Sumsel dan Babel. Penelitian ini dimulai dari awal bulan Oktober sampai dengan bulan November.

Metode penelitian

Menurut Sangadji(2010:4),metode penelitian ilmu yang mengkaji ketentuan atau aturan mengenai metodo yang akan di gunakan dalam penelitian penelitian merupakan suatu kegiatan yang salah satu tujuannya adalah mengembangkan pengetahuan, sedangkan ilmu merupakan bagian pengetahuan yang memenuhi kriteria tertentu yaitu rasional dan teruji.

Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

Yaitu data yang diambil langsung dalam penelitian, dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Sumatera Selatan.

a. *Observasi* (Pengamatan)

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam penelitian ini penulis menetapkan populasi yang akan menjadi objek penelitian yaitu pegawai di lingkungan Perum Bulog Divre Sumsel Dan Babel sebanyak 45 populasi.

2. Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel di penelitian ini menggunakan metode kriteria sebagai berikut :

1. Tercatat sebagai pegawai tetap bulog, sebanyak 10 orang.
2. Lamanya bekerja minimal 5 tahun, sebanyak 10 orang.
3. Pendidikan minimal SMA, sebanyak 5 orang.
4. Berada pada daftar penilaian karyawan yang berhak mendapatkan kenaikan jenjang jabatan, sebanyak 5 orang.

Variabel Operasional

Dalam penelitian ini ada dua variabel operasional yang digunakan, yaitu :

1. Variabel Independen (Variabel X)
2. Variabel Dependen (Variabel Y)

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang di gunakan adalah :

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Yaitu data yang berupa angka-angka yang diperoleh dari hasil penghitungan dan penelitian terhadap peranan Penerapan Diklat Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Perum Bulog Divre Sumsel Dan Babel.

2. Analisis Deskriptif Kualitatif

Yaitu serangkaian observasi yang tidak dapat dinyatakan dengan angka-angka atau rumus-rumus, melainkan dengan kata-kata dan kalimat. Analisis ini akan menyangkut hasil dari analisis deskriptif kuantitatif

Uji Validitas

Sugiyono (2014:455), mengemukakan yaitu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diungkapkan oleh kuesioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Sugiyono (2014:456), mengemukakan tentang reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitasi data atau temuan. Data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila diperoleh menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Alat Analisis

Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah:

1. Analisa Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui Disiplin terhadap kinerja peneliti menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16,5 *For Windows*. Sugiyono (2014: 188), mengemukakan adapun rumus regresi linier sederhana

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Yusi & Idris (2010:100-101) jika koefisien korelasi dikuadratkan akan menjadi koefisien penentu atau koefisien determinasi, artinya penyebab perubahan pada variabel Y disebabkan oleh variabel X sebesar kuadrat koefisien korelasinya. Koefisien determinasi ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel X (Diklat Dan Pengembangan Karir) terhadap naik atau turunnya variabel Y (Kinerja).

Uji T

Priyatno (2010:68), mengemukakan uji T adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen guna mengetahui seberapa besar pengaruh disiplin terhadap kinerja.

Uji t ini dilakukan dengan cara membandingkan antara t hitung dengan t tabel.

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 tidak ditolak

Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

H_0 ditolak berarti ada pengaruh signifikan dari kriteria penilaian kinerja terhadap kepuasan kerja karyawan. Sebaliknya H_0 Tidak ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan dari disiplin terhadap kinerja

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Perum Bulog Divre Sumsel Dan Babel

BULOG berdiri sejak tahun 1967, tepatnya tanggal 10 mei 1967, sesuai keputusan presidium kabinet Nomor 114/u/kep/5/1967.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

“ Menjadi Perusahaan yang unggul dalam Mewujudkan kedaulatan Pangan ”

Misi :

1. Memberikan Pelayanan Prima kepada Masyarakat dan Pemangku Kepentingan Lainnya untuk memenuhi Kebutuhan Pangan Pokok “
 2. Mencapai Pertumbuhan Usaha yang Berkelanjutan “
- Menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik “

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Membandingkan nilai *Corrected item – Total Correlation* dengan nilai R_{tabel} . Dimana pada penelitian ini R_{tabel} adalah sebesar 0,30 untuk semua item. Untuk mengujinya digunakan SPSS 16.5 *For Windows*. Berikut ini hasil uji validitas dari masing-masing item pernyataan, sebagai berikut.

Tabel 4.1 X₁ Diklat

Butir Pernyataan	R table	R hitung	Valid/Tidak Valid
X1.1	0.30	0.44	Valid
X1.2	0.30	0.36	Valid
X1.3	0.30	0.49	Valid
X1.4	0.30	0.64	Valid
X1.5	0.30	0.67	Valid
X1.6	0.30	0.67	Valid
X1.7	0.30	0.78	Valid
X1.8	0.30	0.67	Valid
X1.9	0.30	0.72	Valid
X1.10	0.30	0.11	Tidak Valid
X1.11	0.30	0.69	Valid
X1.12	0.30	0.62	Valid

Tabel 4.2 X₂ Pengembangan Karir

Butir Pernyataan	R table	R hitung	Valid/Tidak Valid
X2.1	0.30	0.49	Valid
X2.2	0.30	0.33	Valid
X2.3	0.30	0.51	Valid
X2.4	0.30	0.29	Tidak Valid
X2.5	0.30	0.65	Valid
X2.6	0.30	0.48	Valid
X2.7	0.30	0.40	Valid
X2.8	0.30	0.50	Valid

Tabel 4.3 Y Kinerja

Butir Pernyataan	R table	R hitung	Valid/Tidak Valid
Y1	0.30	0.42	Valid
Y2	0.30	0.40	Valid
Y3	0.30	0.66	Valid
Y4	0.30	0.15	Tidak Valid
Y5	0.30	0.42	Valid
Y6	0.30	0.39	Valid
Y7	0.30	0.35	Valid
Y8	0.30	0.53	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk memastikan instrumen penelitian merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Alpha dibandingkan dengan R tabel, dimana R tabel 0,6.

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

Alpha	N Of Items
.881	12
.703	8
.727	8

Uji Koefisien Determinasi

Untuk melihat besarnya pengaruh tersebut maka akan dilihat dari hasil perhitungan SPSS dalam *model summary*, khususnya angka *R square*. Data ini dicari dengan menggunakan *SPSS 16.5 For Windows*. Adapun dasar interpretasi nilai *R square* dalam *model summary*.

Tabel 4.5 Uji Koefisien Determinasi

R	R Square
.748	.605

Regresi Linear Berganda

1. Nilai konstanta adalah sebesar 3.50. Artinya jika Diklat tidak terjadi penambahan atau peningkatan 1 (satu), maka variabel diklat yaitu 0,010
2. Nilai koefisien regresi variabel diklat bernilai 0,010 Artinya jika variabel diklat mengalami penambahan atau peningkatan sebesar 1 (satu) Disiplin, maka Kinerja juga meningkat atau bertambah sebesar 0,010

Uji koefisien ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas diklat dan pengembangan karir terhadap variabel terikat Kinerja. Pengaruh tersebut dapat ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan Disiplin terhadap Kinerja. Berdasarkan tabel 4.8 didapat Disiplin dengan probabilitas sebesar $0,004 < 0,05$ artinya H_0 ditolak artinya ada pengaruh signifikan dari Disiplin terhadap Kinerja. F_{hitung} sebesar 6,062 > F_{tabel} sebesar 2,7942

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Disiplin Terhadap Kinerja . Menarik Kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh diklat dan pengembangan karir terhadap kinerja karyawan pada perum BULOG divre sumsel dan babel.

Menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini didapatkan hasil diklat (X_1) dan pengembangan karir (X_2) adalah 0, kinerja (Y) nilainya 3,50. Koefisien regresi variabel diklat jika diklat mengalami kenaikan 1% maka kinerja (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,010. Koefisien regresi variabel pengembangan karir maka artinya pengembangan karir mengalami kenaikan sebesar 1% maka kinerja (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,084.
2. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi terlihat bahwa nilai r (koefisien korelasi) variabel diklat dan pengembangan karir memiliki hubungan linier yang kuat dengan kinerja karyawan.
3. Berdasarkan analisis koefisien determinan pada penelitian ini diklat dan pengembangan karir memberikan peranan terhadap kinerja serta memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

4. Dari pengujian hipotesis uji F (simultan) terdapat nilai signifikan diklat (X_1) dan pengembangan karir (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) maka H_0 ditolak H_a diterima. Artinya diklat (X_1) dan pengembangan karir (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan (Y)

Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh diklat dan pengembangan karir terhadap kinerja karyawan pada perum bulog divre sumsel dan babel. Penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk memperbaiki sikap pelatih atau instruktur yang kurang disiplin terhadap peserta didik sebaiknya perusahaan memberikan respon yang cepat dan baik untuk memberikan evaluasi kepada pelatih maupun instruktur yang kurang disiplin dalam melatih peserta didik. Sehingga dengan demikian kinerja pelatih maupun instruktur bisa lebih baik lagi dalam melaksanakan tugasnya.
2. Untuk memperbaiki sikap karyawan yang dapat memutuskan sendiri karir yang ingin dicapainya yaitu dengan cara perusahaan harus lebih tegas dalam menanggapi persoalan yang terjadi di perusahaan terutama kepada karyawan yang memiliki sifat semaunya, disamping itu perusahaan harus melakukan evaluasi setiap 1 bulan sekali kepada kinerja karyawan dengan demikian kinerja karyawan dapat lebih baik lagi.
3. Untuk memperbaiki sifat karyawan yang mengeluh ketika mendapatkan tugas yang dibebankan kepada karyawan tersebut dengan cara pemimpin dalam suatu perusahaan memberikan tugas kepada karyawan harus sesuai dengan kemampuan karyawan tersebut sehingga dengan demikian setiap tugas yang dibebankan dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

6. REFERENSI

- [1] Bernandian, Rusel. 2002 "Pengertian Pendidikan Dan Pelatihan : <http://www.mysearch.com/web?mgct=APN11808&q=pengertian+pendidikan+dan+pelatihan+menurut+bernandian+rusel> (Di akses pada tanggal 26 oktober 2015 pukul 14.22).
- [2] Mangkunegara, 2001. Indikator Kinerja : [Elib.unikom.ac.id/files/disk1/68/jbptun11kompp-gdl-s1-2006-yulifitria-3369-bab-ii.doc](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/68/jbptun11kompp-gdl-s1-2006-yulifitria-3369-bab-ii.doc). (Di akses pada tanggal 26 oktober 2015 pukul 14.28).
- [3] Riduwan, 2003. Skala pengukuran variabel-variabel penelitian. Bandung : Alfabeta.
- [4] Sinambela, Lijan Poltak. 2012 "kinerja pegawai teori pengukuran dan implikasi Graha Ilmu.
- [5] Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan-18. Alfabeta. Bandung
- [6] Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- [7] Sugiyono, 2001. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- [8] Sutrisno, Edy, 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Kencana.
- [9] Sutrisno, Edy. 2010. Pengertian Kinerja : [Digilib.uinsby.ac.id/386/3/bab%202.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/386/3/bab%202.pdf)
- [10] Widodo, Suparno Eko. 2015. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Pustaka Pelajar.

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. ASURANSI SINARMAS CABANG PALEMBANG

Marina¹⁾, Lin Yan Syah²⁾, Asmanita³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang

¹Email: marinavirgo43@gmail.com

²Email: linyansyah@gmail.com

³Email: Asmanita.azza@binadarma.ac.id

Abstract

The variables of this study consisted of the independent variable is the quality of service, and the dependent variable is customer satisfaction. The research population is all employees and customers Sinarmas Insurance Branch Palembang, while the sample was taken in pairs (dyadic sampling) that is paired employees and customers of PT. Sinarmas Insurance Branch Palembang. Data collection techniques in this study using a questionnaire, while the data analysis technique using an average of the category. The results showed that the average level of customer satisfaction on the quality of services provided by PT. Insurance Sinarmas Palembang Branch of 3.86 are included in the category is quite satisfactory. In the Physical Evidence dimension is the dimension with the highest average is equal to 4:20 are included in the category satisfying. Dimension is the dimension with the lowest reliability that is equal to 3.60 are included in the category of less than satisfactory. Dimensions responsiveness with an average of 3.80 are included in the category was satisfactory, while the dimension and the dimension Empathy guarantee or Concern with an average of 3.84 each are included in the category is quite satisfactory.

Keywords: Customer Satisfaction, Quality of Service

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan kesatuan teknis yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa. Dengan adanya perusahaan, masyarakat dapat bekerja sesuai dengan fungsi yang dijalankan perusahaan. Perusahaan memiliki fungsi yang begitu besarnya kepada masyarakat sehingga perusahaan dapat dengan leluasa menjalankan aktifitasnya. Memang tujuan perusahaan didirikan adalah untuk menyediakan kebutuhan masyarakat, tetapi ada tujuan yang lebih penting mengapa perusahaan didirikan, yaitu mencari laba sebesar-besarnya, guna mencapai tujuan tersebut dengan berbagai cara sehingga akhirnya dapat berdampak negatif bagi lingkungannya.

Untuk tujuan perusahaan harus memperhatikan berbagai strategi, salah satunya adalah memperhatikan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik. Rendahnya kualitas pelayanan akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi menghilangkan nasabah yang tidak puas. Terlebih dibidang asuransi dimana nasabah asuransi merupakan para individu yang tidak bisa terpuaskan, meskipun asuransi mampu memberikan tingkat layanan dan klaim yang memuaskan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa adalah PT. Asuransi Sinarmas. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 27 Mei 1985 dengan nama PT. Asuransi Kerugian Sinar Mas Dipta. Perusahaan berubah nama menjadi PT. Asuransi Sinar Mas yang merupakan salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia. Sepanjang perjalanannya, ASM menunjukkan pertumbuhan yang berkesinambungan.

Sebagai perusahaan jasa, PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang tentu harus memperhatikan berbagai strategi khususnya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pada perusahaan asuransi sangat dibutuhkan oleh perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Oleh sebab

itu, kepuasan nasabah menjadi aspek yang harus dipenuhi agar tidak mendapatkan kerugian dan tetap mengupayakan kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Supranto (2012:228), aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

PT. Asuransi Sinarmas memiliki berbagai penghargaan dari prestasi yang dihasilkan. Dari penghargaan itu tentu perusahaan tersebut memiliki kualitas yang lebih baik dari perusahaan lain. Sebagai asumsi yang peneliti berikan adalah diberikannya kualitas pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:180), menjelaskan bahwa “kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) nasabah”.

Berdasarkan data yang diperoleh dari sistem di PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang ditemukan bahwa pada tahun 2012 jumlah nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang sebanyak 1.255 nasabah, sedangkan pada tahun 2013 jumlah nasabah mengalami penurunan menjadi sebanyak 1.189 nasabah. Pada tahun 2014 jumlah nasabah kembali meningkat sebanyak 1.578 nasabah.

Penurunan dan peningkatan jumlah nasabah pada setiap tahun disebabkan oleh berbagai faktor. Asumsi yang peneliti ajukan adalah dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, akan meningkatkan nasabah perusahaan. Dengan kualitas pelayanan, kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan nasabah dan persepsi terhadap layanan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemikiran ini dan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang diambil adalah:

- 1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan asuransi sinarmas yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan Empati atau kepedulian terhadap kepuasan nasabah?
- 2) Variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan asuransi sinarmas yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan Empati atau kepedulian terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai wahana untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama studi di Perguruan Tinggi dengan kasus-kasus nyata di dunia pelayanan jasa.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategis.

3. Bagi Program Studi Manajemen

Dapat dijadikan pembandingan untuk penelitian dalam tema yang sama dan sebagai bahan informasi untuk penelitian selanjutnya serta memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

4. Bagi praktisi dan pihak lain yang terkait

Hasil penelitian dapat menunjukkan gambaran mengenai pertimbangan sejauh mana layanan yang telah diterapkan sesuai dengan apa yang dipersepsikan, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk dilaksanakannya penelitian selanjutnya.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan nasabah (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (Tjiptono dan Chandra, 2011:180).

Supranto (2012:2) menjelaskan bahwa suatu produk dikatakan berkualitas bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Pelayanan yang berkualitas menurut Valerie A. Zeithaml (dalam Lovenia, 2012) adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikan kepada nasabah.

Untuk memahami kualitas layanan, Valeria Zeithaml, A. Parasuraman dan Leonard Berry (dikutip dari Lovelock, Wirtz & Mussry, 2010:154) mengidentifikasikan kesenjangan potensial dalam perusahaan jasa yang dapat terjadi pada titik-titik yang berbeda selama mendesain dan menyajikan kinerja pelayanan, yaitu:

- 1) *Gap 1 – The Knowledge Gap* (Kesenjangan Pengetahuan)
- 2) *Gap 2 – The Policy Gap* (Kesenjangan Kebijakan)
- 3) *Gap 3 – The Delivery Gap* (Kesenjangan Penyajian)
- 4) *Gap 4 – The Communication Gap* (Kesenjangan Komunikasi)
- 5) *Gap 5 – The Perceptions Gap* (Kesenjangan Persepsi)
- 6) *Gap 6 – The Service Quality Gap* (Kesenjangan Kualitas Pelayanan)

Untuk mengukur kualitas layanan tersebut, A. Parasuraman Volume 64 Number 1 Sprinaman, Valerie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry, dipublikasikan pada Journal Of Retailing Volume 64 Number 1 Spring 1988, menawarkan SERVQUAL sebagai instrumen pengukuran yang terdiri dari dimensi:

- 1) *Tangibles* (Penampilan unsur Fisik)
- 2) *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
- 3) *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan)
- 4) *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan)
- 5) *Empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman nasabah)

2.2 Kepuasan Nasabah

Kolter (2010:180) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan kesenangan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Hal ini dapat membawa

dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah nasabah dan menyebabkan nasabah tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan nasabah yang merasa puas. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2011:184). Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Layanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

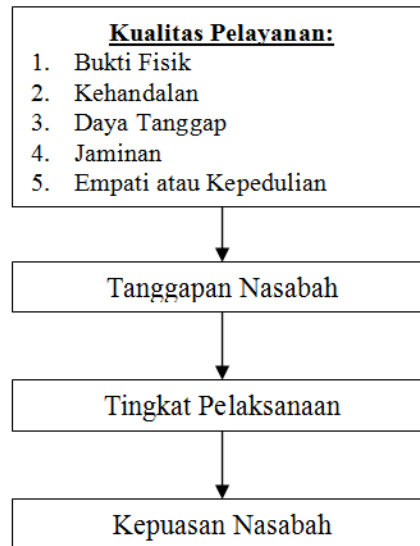
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan katakana sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Pelayanan yang berkualitas menurut adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikan kepada nasabah. Salah satu strategi sehubungan dengan sukses dalam bisnis jasa adalah *delivery of high service quality* (pemberian kualitas yang baik).

Dalam penelitian ini, pengukuran kualitas pelayanan peneliti adopsi dari Didalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2011) yang meliputi tangibles (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap).

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat seperti dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir
(Sumber: Pengolahan Tjiptono, 2011)

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kuantitatif dimana proses penggalan informasi diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui. Penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif asosiatif, sebab dalam penelitian ini penulis ingin menggali lebih jauh tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Maka untuk mendeskripsikannya digunakan beberapa rumus statistik, sehingga penelitian ini dikenal dengan penelitian kuantitatif.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Arikunto (2010:118) menyatakan variabel penelitian merupakan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel Bebas (X atau *independent*) adalah kualitas pelayanan yang meliputi: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati atau kepedulian.
2. Variabel Terikat (Y atau *Dependent*) adalah kepuasan nasabah.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data akan dikumpulkan pada saat penelitian berada dilapangan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Data primer yang diperlukan mencakup data yang berkaitan dengan dimensi dan indikator masing-masing variabel. Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui pengisian angket.
- b. Data sekunder yang diperlukan antara lain gambaran umum dan data lainya yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai acuan guna menganalisa dan mendeskripsikan keadaan yang berlangsung.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Arikunto (2010:115), mendefinisikan populasi adalah keseluruhan subjek dari penelitian. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan dan nasabah Asuransi Sinarmas Cabang Palembang yang mengansuransikan kendaraan bermotor di kota Palembang pada tahun 2015.

3.4.2 Sampel

Penarikan sampel dari suatu populasi memiliki aturan atau teknik tersendiri. Dengan menggunakan teknik yang tepat memungkinkan peneliti dapat menarik data realbiel. Karena itu ketentuan-ketentuan dalam menarik sampel menjadi penting dalam setiap kegiatan penelitian ilmiah. Sugiyono (2012:91) menyatakan bahwa: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi". Menurut Margono (2010:121) "sampel adalah sebagai bagian dari populasi". Menurut Arikunto (2010:134) "sampel adalah sebagian dari objek dan wakil yang diteliti".

Sampel dalam penelitian diambil secara berpasangan (*Dyadic Sampling*) yaitu sampel berpasangan karyawan dan nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang dengan karakteristik sampel atau responden untuk karyawan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Terdaftar sebagai pegawai PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang
2. Lama berkerja minimal 5 tahun
3. Sudah mengikuti pendidikan dan pelatihan, serta memiliki sertifikat tentang layanan prima
4. Bertugas dan berada di semua bagian pelayanan
5. Baru saja selesai memberikan layanan

Selain itu, karakteristik sampel atau responden untuk nasabah juga harus memenuhi kriteria sebagai berikut.

1. Terdaftar sebagai nasabah PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang
2. Lama menjadi nasabah minimal 1 tahun
3. Sudah pernah mendapatkan layanan minimal 2 kali
4. Bertugas dan berada di bagian pelayanan
5. Baru saja selesai menerima layanan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana pada angket tersebut terdapat sejumlah pertanyaan-pertanyaan beserta alternatif jawabannya dan responden memilih salah satu dari lima pilihan yang ada dengan cara memberikan tanda silang pada masing-masing jawaban yang dianggap paling benar. Peneliti memberikan pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan skala *likert*. Angket yang peneliti gunakan adalah angket tertutup dengan alternatif jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (RG), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

3.6 Teknik Analisa Data

Pengujian akan dilakukan dengan analisis kualitatif. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk data penelitian adalah sebagai berikut.

1. Menyebarkan angket kualitas pelayanan
2. Memeriksa jawaban angket
3. Merekapitulasi angket audit lingkungan
4. Membuat analisis rata-rata dan persentase dengan rumus berikut.

$$\text{Skor} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor maksimal}} \times 100\% \quad (\text{Sudjana, 2006:66})$$

Selanjutnya untuk mengetahui kategorisasi yang diperoleh dari jawaban responden dapat dikelompokkan dalam perhitungan interval sebagai berikut :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k} \quad (\text{Sumber: Supranto, 2010:264})$$

Keterangan:

c = Perkiraan besarnya

k = banyak kelas

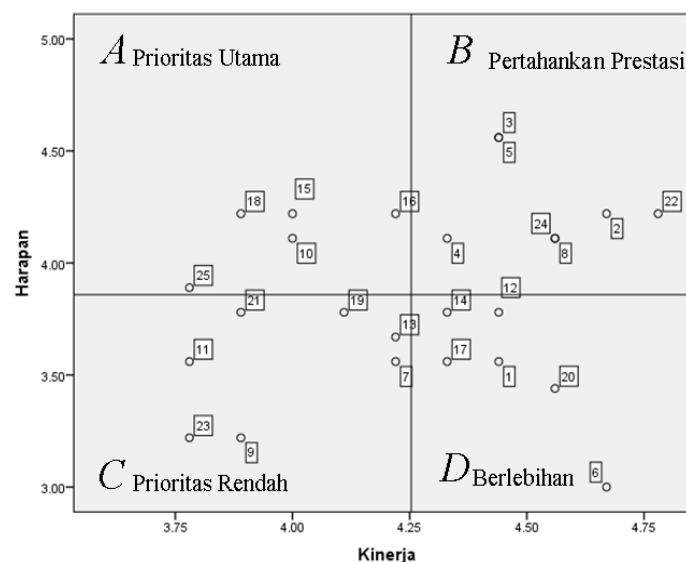
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa rata-rata dimensi bukti fisik yang meliputi kerapian, kebersihan, kelengkapan, penampilan, dan ruang kerja merupakan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.20% dengan kategori memuaskan. Pada dimensi kehandalan diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.60% yang termasuk ke dalam kategori kurang memuaskan dan merupakan dimensi dengan rata-rata terendah. Pada dimensi Daya Tanggap diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.80 yang termasuk ke dalam kategori cukup memuaskan, sedangkan pada dimensi Jaminan diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.84 yang termasuk ke dalam kategori cukup memuaskan. Pada dimensi Empati atau Kepedulian diperoleh rata-rata keseluruhan sebesar 3.84 yang termasuk ke dalam kategori cukup memuaskan.

Berdasarkan perhitungan rata-rata dan kategori penilaian kinerja dengan harapan pada kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut diperoleh rata-rata sebesar 3.86 yang termasuk dalam kategori cukup memuaskan. Oleh sebab itu, kinerja pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang masih dikategorikan cukup memuaskan dengan harapan nasabah.

Selanjutnya untuk mempermudah perusahaan dalam melakukan evaluasi terhadap dimensi yang diteliti, maka perlu melihat sebaran masing-masing atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu berikut ini.

Gambar 4.1
Atribut Kepuasan



(Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016)

Keterangan:

- A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan nasabah sehingga mengecewakan/tidak puas.
- B : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi nasabah. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi nasabah kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan (Supranto, 2010).

Berdasarkan gambar Diagram Kartesius di atas disimpulkan bahwa pernyataan ketanggapan dalam menangani keluhan, kecakapan dalam melayani, dan kepercayaan nasabah kepada pegawai perlu mendapat prioritas utama dalam penanganan oleh pihak perusahaan (Kuadran A). Pihak perusahaan perlu memperhatikan aspek ketanggapan, kecakapan, dan kepercayaan, karena aspek ini menurut nasabah dianggap penting, namun dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan harapan nasabah.

Selain itu, pada kuadran B, dimensi bukti fisik lebih dominan dari dimensi lain dan diikuti dengan dimensi Empati atau Kepedulian. Oleh sebab itu, kedua dimensi ini perlu dipertahankan karena menurut nasabah kinerja perusahaan sudah sesuai dengan harapan nasabah. Selanjutnya, dimensi Empati atau Kepedulian dan juga dimensi kehandalan yang berada pada kuadran C berarti kedua dimensi ini dianggap kurang penting atau kurang diharapkan oleh nasabah sehingga prioritas penanganannya rendah. Keseluruhan atribut dalam dimensi kehandalan dianggap kurang penting oleh nasabah (kuadran C). Pada dimensi tersebut khususnya pada pernyataan sikap selalu memberikan layanan dan selalu menanyakan kabar dan keadaan nasabah hendaknya dikurangi walaupun itu memang dianggap penting. Pada dimensi jaminan yaitu pelayanan yang sopan dan ramah, kerapian, serta kejujuran dinilai nasabah sangat berlebihan karena atribut ini dianggap kurang penting (kuadran D).

5. SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Rata-rata tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang sebesar 3.86 yang termasuk dalam kategori cukup memuaskan.
2. Pada dimensi Bukti Fisik merupakan dimensi dengan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.20 yang termasuk dalam kategori memuaskan. Dimensi kehandalan merupakan dimensi dengan terendah yaitu sebesar 3.60 yang termasuk dalam kategori kurang memuaskan. Dimensi daya tanggap dengan rata-rata 3.80 termasuk dalam kategori cukup memuaskan, sedangkan dimensi jaminan dan dimensi Empati atau Kepedulian dengan rata-rata masing-masing sebesar 3.84 yang termasuk dalam kategori cukup memuaskan.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang di kemukakan pada bab sebelumnya, maka perusahaan harus dapat meningkatkan kinerja agar lebih baik. Berdasarkan penilaian tingkat kesesuaian terhadap lima dimensi penentu kualitas pelayanan, saran yang dapat diberikan untuk PT. Asuransi Sinarmas Cabang Palembang pada atribut yang memiliki nilai dibawah rata-rata dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Pada dimensi kehandalan, faktor yang harus ditingkatkan adalah pemberian pelayanan kepada nasabah karena faktor tersebut termasuk dalam kategori tidak memuaskan.
2. Pada dimensi kehandalan, faktor yang harus ditingkatkan adalah pemberian pelayanan kepada nasabah karena faktor tersebut termasuk dalam kategori tidak memuaskan. Selain itu, faktor kecepatan pemberian pelayanan juga harus ditingkatkan karena termasuk dalam kategori kurang memuaskan.
3. Pada dimensi Empati atau Kepedulian, faktor yang harus dikurangi adalah selalu menanyakan kabar dan keadaan nasabah karena faktor tersebut dianggap terlalu berlebihan.

6. REFERENSI

- [1] Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [2] Christiana, Okky Augusta Lovenia. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- [3] Lovelock, Christopher H; Wirtz, Jochen; dan Mussry, Jacky. 2010. *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia*, Jilid 2, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga. ISBN 978-602-241-124-6.
- [4] Lovenia, Christiana Okky Augusta. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- [5] Margono, S. 2010. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [6] Farisanu, Ibnu Khayath. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mega, Tbk Cabang Tana Paser*. Magister Manajemen Universitas Mulawarman Samarinda.
- [7] Purwanto. 2009. *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- [8] Riduwan. 2012. *Belajar Mudah penelitian untuk Guru-Karyawan dan Penelitian Pemula*. Bandung : CV. Alfabeta.
- [9] Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alpha Bheta.
- [10] Sugiyono. 2010. *Metode Peneltian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Supranto, Johanes . 2010. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [12] Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Ofset.

ANALISIS FAKTOR GAYA KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PTPN VII BATURAJA

¹Mayang Safitri, ²Wiwin Agustian, ³Asmanita

^{1,2,3}Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang

¹mayangsafitriss@gmail.com

²wiwinagustian@binadarma.ac.id

³Asmanita.azza@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to look at the analysis of leadership style and work discipline on the performance of employees of PT . PTPN VII Unit Rubber Balfour . Method of determining the sample by using the formula slovin . Respondents in this study amounted to 55 employees of PT . PTPN VII Unit Rubber Balfour . Types of data using primary data collection , and data analysis techniques using quantitative analysis . The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis . The results showed a significant effect of leadership style and work discipline on employee performance . The correlation coefficient of 0.654 , and the coefficient of determination of 42.8 % .

Keywords : leadership style, work disciplin , performance

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi yang semakin maju, mengakibatkan semakin kompleksnya permasalahan didalam suatu perusahaan, sehingga membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten dan ahli dalam bidangnya untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Banyak konsep yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh sumber daya manusia yang memiliki keahlian dan profesionalisme tinggi dalam bekerja. Sebuah perusahaan menginginkan sumber daya manusia yang mempunyai prestasi tinggi dalam pekerjaannya untuk membantu kemajuan perusahaan tersebut.

Pengembang SDM dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melalui pendidikan dan latihan. Dengan adanya target pengembangan pegawai akan merasa dihargai, diperhatikan, dibutuhkan, dan diakui kemampuan kerjanya oleh atasan sehingga mereka akan menghasilkan keluaran (*output*) yang tinggi.

Kinerja yang baik merupakan cerminan dari perilaku yang sangat baik sehingga dengan kinerja yang dapat membuahkan produktifitas yang baik. Salah satu yang dapat mempengaruhi kinerja sumber daya manusia adalah gaya kepemimpinan dan juga disiplin kerja karyawan.

Aspek yang menjadi perhatian atasan bukanlah sekedar kinerja bawahan pada saat ini melainkan lebih kepada bagaimana memperbaiki kinerja bawahan secara terus menerus (*continuous improvement*).

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah, Bagaimana faktor gaya kepemimpinan dan disiplin kerja mempengaruhi kinerja karyawan pada PTPN VII.

Berdasarkan permasalahan diatas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PTPN VII.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian Gaya Kepemimpinan

Septi Istiani (2014:8) Gaya kepemimpinan menjadi ujung tombak suksesnya suatu perusahaan atau instansi. Gaya kepemimpinan bisa dilihat maju tidaknya suatu perusahaan atau instansi yang dipimpin. Pengaruh gaya seorang pemimpin sangat besar bagi para pegawai yang selalu membutuhkan dorongan semangat dan motivasi dari atasannya.

Gaya adalah sikap, gerak, tingkah laku, gerak gerik, kekuatan untuk berbuat baik. Kepemimpinan adalah suatu sikap seorang pimpinan dalam mempengaruhi pengikutnya atau bawahannya. Oleh karena itu, Gaya Kepemimpinan adalah sekumpulan sikap yang bertujuan berbuat baik yang digunakan oleh seorang pimpinan dalam mempengaruhi bawahannya untuk mencapai tujuan organisasi.

2.2 Pengertian Kepemimpinan

Menurut Anoraga yang dikutip oleh Sutrisno (2009:214) kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi pihak lain. Melalui komunikasi baik langsung maupun tidak langsung dengan maksud untuk menggerakkan orang-orang agar dengan penuh pengertian, kesadaran, dan senang hati bersedia mengikuti kehendak pimpinan itu.

2.3 Disiplin Kerja

Menurut Hasibuan (2014:193) Kedisiplinan adalah fungsi operatif keenam dari MSDM. Kedisiplinan merupakan fungsi operatif MSDM yang terpenting karena semakin baik disiplin karyawan, semakin tinggi prestasi kerja yang dapat dicapainya. Tanpa disiplin karyawan yang baik, sulit bagi organisasi perusahaan mencapai hasil yang optimal. Sikap disiplin kerja karyawan sangat penting bagi suatu perusahaan dalam rangka mewujudkan suatu tujuan perusahaan, hal ini sesuai dengan penjelasan Hasibuan (2014:194) bahwa “Disiplin harus ditegakkan dalam suatu organisasi perusahaan, karena tanpa dukungan disiplin karyawan yang baik sulit bagi perusahaan untuk mewujudkan tujuannya”. Dengan adanya disiplin kerja pada setiap karyawan yang ada di dalam perusahaan tersebut, akan menjadikan perusahaan itu menjadi maju. karena setiap karyawan yang berdisiplin dalam melakukan pekerjaan dapat menyelesaikan tugas-tugas yang ada di dalam perusahaan tersebut walaupun tidak secara keseluruhan menghasilkan pekerjaan yang sempurna. Tetapi dalam jangka waktu tertentu karyawan akan melaksanakan pekerjaannya menjadi lebih baik.

2.4 Pengetian Kinerja

Kinerja adalah tentang bagaimana kinerja dikelola untuk memperoleh sukses. Kinerja berasal dari pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja, namun sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung (Wibowo, 2012:7). Sedangkan menurut Veithzal Rivai (2006:309) kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan kinerja merupakan pelaksanaan kerja, pencapaian kerja, dan hasil kerja yang sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan perusahaan secara legal, dan tidak melanggar hukum, moral, dan etika, yang dapat diukur dalam periode tertentu.

2.5 Hipotesis

Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hipotesis komparatif (H_0) dan hipotesis (H_a)

Ho : tidak ada pengaruh yang signifikan antara gaya kepemimpinan kerja terhadap kinerja karyawan.

Ho : tidak ada pengaruh yang signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

Ha : ada pengaruh yang signifikan antara gaya kepemimpinan kerja terhadap kinerja karyawan.

Ha : ada pengaruh yang signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT.Perkebunan Nusantara VII (PTPN VII), Unit pabrik karet baturaja blok j batumarta III OKU. SUM-SEL.

3.2 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan bisa terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada maka penulisan terfokus hanya pada Analisis faktor gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PTPN VII.

3.3 Jenis Dan Pengumpulan Data

1. Data primer : yaitu yang diambil langsung dalam penelitian proposal, dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah PTPN VII.
2. Data sekunder : yaitu data karyawan yang telah diolah dari PTPN VII seperti sejarah singkat, struktur organisasi, aktivitas perusahaan, literatur, bahan bacaan lainnya.

Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013:115), adalah wilayah generalisasi terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah kumpulan karyawan tetap yang berada di PTPN VII bagian kantor yang terdiri dari 120 karyawan. Peneliti akan mengajukan kuisioner kepada setiap karyawan, dimana hasil dari kuisioner tersebut dapat dilakukan analisis dan penelitian.

3.4.2 Sampel

Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Sugiyono (2013:12) mengemukakan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan angka yang diperoleh hasil perhitungan dan penelitian terhadap gaya kepemimpinan, disiplin kerja karyawan pada PTPN VII yang dihubungkan dengan kinerja karyawan.

3.4.3 Teknik Analisis Data

Analisis kuantitatif menurut Sugiyono (2013:8) Analisis yang menggunakan angka yang diperoleh hasil perhitungan dan penelitian terhadap gaya kepemimpinan, disiplin kerja dan kinerja karyawan pada PTPN VII yang dihubungkan dengan kinerja karyawan.

4. HASIL PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Tolerance	VIF
Gaya kepemimpinan	.749	1.335
Disiplin kerja	.749	1.335

Pada tabel tersebut terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai *VIF* lebih besar dari 10,00 dan nilai *tolerance* yang lebih kecil dari 1,00 yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas yang lebih besar dari 95%.

4.2 Uji Autokorelasi

Tabel 4.16
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Sum of Squares	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	654 ^a	.406	4.879	2.564

a. Predictors: (Constant), x2, x1

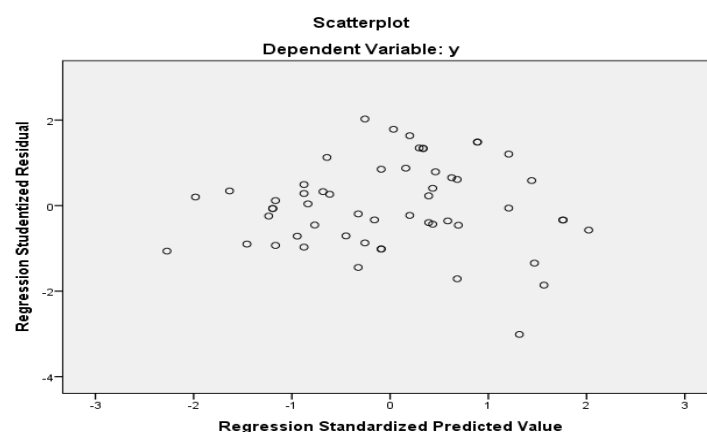
b. Dependent Variable: y

Hasil pengujian autokorelasi menunjukkan nilai durbin Watson sebesar 2.564. Dilihat dari aturan gejala autokorelasi Sunyoto (2008), maka tidak terdapat masalah autokorelasi.

Dengan demikian, asumsi-asumsi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi dalam model regresi dapat dipenuhi dari model ini.

4.3 Uji heteroskedastisitas

Gambar 4.1
Uji heteroskedastisitas



Hasil pengujian *heteroskedastisitas* menunjukkan bahwa titik titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*

4.4 Hasil Koefisien Korelasi

Analisis korelasi adalah untuk menentukan seberapa erat hubungan antara satu variable dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini yaitu keeratan hubungan antara gaya kepemimpinan dan disiplin kerja dengan kinerja karyawan.

Tabel 2
Hasil Analisis Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	4,879

a. Predictors: (Constant), disiplin_kerja_x2, gaya_kepemimpinan_x1

Dari hasil tabel 4.18 maka diperoleh hasil koefisien korelasi yakni 0,654. Hal ini menunjukkan hubungan gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PTPN VII Unit Karet Baturaja kuat. Dikatakan kuat karena tabel 3.3 interpretasi koefisien korelasi menunjukkan bahwa 0.60-0,799 memiliki tingkat hubungan yang kuat.

4.2 Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.14
Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,785	4,517		,052	,004
gaya_kepemimpinan_x1	1,086	,293	,448	,702	,001
disiplin_kerja_x2	,401	,161	,302	,496	,016

a. Dependent Variable: kinerja_Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 13,785 + 1,086X_1 + 0,401X_2$$

Dari persamaan diatas dapat diartikan bahwa hubungan antara kinerja (Y) dengan gaya kepemimpinan (X_1) dan disiplin kerja (X_2) berhubungan positif. Dengan demikian apabila terjadi kenaikan gaya kepemimpinan 1% akan meningkatkan 1,086 kinerja karyawan. Apabila terjadi kenaikan disiplin kerja 1% akan meningkatkan 0,401 kinerja karyawan. Sebaliknya, apabila terjadi penurunan gaya kepemimpinan 1% maka akan menurunkan 1,086 kinerja karyawan. Apabila terjadi penurunan disiplin kerja 1% maka akan menurunkan 0,401 kinerja karyawan.

Dari kedua variable yang ada, terlihat bahwavariabel gaya kepemimpinan yang telah dominan mempengaruhi kinerja karyawan.

4.3 Uji T

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan Program SPSS 20.0 pada tabel 4.10 dapat dijelaskan sebagai berikut :Variabel Gaya Kepemimpinan (X_1) di peroleh nilai Sig. 0,001 maka dapat dijelaskan bahwa nilai Sig. **0,000 < 0.05 (5%)** hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara gaya kepemimpinan dengan kinerja, dan variable disiplin kerja (X_2) di peroleh nilai Sig. 0,016 maka dapat dijelaskan bahwa nilai Sig. **0,000 < 0.05 (5%)** hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara di disiplin kerja dan kinerja.

4.4 Uji F

Tabel 4.17
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	f	Mean Square		Sig.
Regression	927,167	2	463,583	19,476	0,000 ^b
Residual	123,742	2	61,871		
Total	1,050,909	4			

a. Dependent Variable: kinerja_Y

b. Predictors: (Constant), disiplin_kerja_x2, gaya_kepemimpinan_x1

Dari hasil pengujian statistik di dapat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu didapat bahwa 19,476 > 2,40371 dengan tingkat signifikan 0,016 < 0,05 sehingga didapatkesimpulan bahwa H_0 ditolak dengan pengertian bahwa “Terdapat pengaruh yangsignifikan antara Gaya Kepemimpinan (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2) secara simultanterhadap Kinerja (Y) karyawan pada PTPN VII Unit Karet Baturaja ”.

4.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengolahan data maka diperoleh koefisien determinasi (R^2) = 0,428. Hal ini menunjukan bahwa sebesar 42,8% gaya kepemimpinan dan disiplin kerjadapat dijelaskan oleh variabel penelitian kinerja karyawan, sedangkan sisanya 57,2% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti.

4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuisisioner, pembahasan yang dilakukan bahwa gaya kepemimpinan dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Adapun hasil yang diperoleh dari

persamaan regresi berganda $Y = 13,785 + 1,086X_1 + 0,401X_2$, yang artinya bahwa nilai $a = 13,785$ artinya jika gaya kepemimpinan 0,001 maka kinerja karyawan nilainya 1,086, dan jika disiplin kerja 0,016 maka kinerja karyawan nilainya 0,401. Jadi dimana kenaikan atau penurunan variabel indenpenden (X) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan Variabel depeden (Y).

Dari hasil penelitian tersebut bahwa gaya kepemimpinan dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyo Adi Nugroho (2015) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai dinas pariwisata DIY". Hasil hipotesis penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis oleh Cahyo Adi Nugroho (2015) membuktikan adanya Pengaruh gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai dinas pariwisata DIY. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari hasil Gaya kepemimpinan dan disiplin kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan (tingkat signifikan 95%) terhadap kinerja pegawai dinas pariwisata daerah istimewa Jogjakarta. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi linier β gaya kepemimpinan sebesar 0,264, nilai β disiplin kerja sebesar 0,220 β dan ΔR^2 sebesar 0,141 yang artinya kepemimpinan dan disiplin kerja memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pegawai sebesar 14,1% dan dapat disimpulkan pula bahwa hipotesis yang diterapkan oleh pimpinan dan tingkat kedisiplinan kerja pegawai semakin baik maka kinerja dari pegawai pun juga akan lebih baik lagi (meningkat).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PTPN VII unit karet baturaja, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dapat disimpulkan hubungan antara kinerja (Y) dengan gaya kepemimpinan (X_1) dan disiplin kerja (X_2) berpengaruh erat dengan nilai (X_1) gaya kepemimpinan dan (X_2) disiplin kerja berhubungan positif.
2. Dari nilai R^2 sebesar 0,428 atau 4,28 % yang berarti gaya kepemimpinan dan disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja.
3. Bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh dominan terhadap kinerja karyawan di PTPN VII sebesar 0,186 dibandingkan dengan disiplin.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. PTPN VII Unit Karet Baturaja diharapkan dapat memperhatikan gaya kepemimpinan agar perusahaan dapat berkembang dan maju lebih pesat lagi. Dan dapat juga mengendalikan disiplin kerja karyawan agar perusahaan berjalan sebagai mana mestinya.
2. Karyawan PTPN VII Unit Karet Baturaja hendaknya dapat menaati peraturan disiplin kerja yang dibuat oleh perusahaan dan juga oleh pimpinan untuk hasil optimal bagi perusahaan.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi semangat kerja selain faktor-faktor yang telah diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan data sampel yang lebih banyak agar hasil yang didapat lebih akurat.

6. REFERENSI

- [1] Hasibuan, M. S. (2009). Manajemen Sumber daya Manusia. Jakarta: PT.Bumi Askara.
- [2] Kurnia, Ivan. (2011). Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan, Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.

- [3] Nugroho, C. A. (2015). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pariwisata DIY .
- [4] Nuraini, M. A. (2010). Pengaruh Gaya Kepemimpinan,Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan STIKES Surya Global Yogyakarta.
- [5] Putra, G. P. (2013). Pengaruh Disiplin Kerja,Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PadaHotel Matahari Terbit Bali Tanjung Dena Nusadua.
- [6] Reza, R. A. (2010). Pengaruh Gaya Kepemimpinan,Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Sinar Santoso Perkasa Banjarnegara.
- [7] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- [8] Sutrisno. (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.
- [9] Togo-Togo, Y. (2014). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Anggota Deta Semen A Pelopo satuan Brigade Mobil Kepolisian Daerah Sulawesi Utara.
- [10] Wibowo. (2012). Manajemen Kinerja. Jakarta: Rajawali Pers.

PENGARUH PENEMPATAN KERJA TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN

Pebri Yusani¹⁾, Dedi Rianto Rahadi²⁾, Mukran Roni³⁾

^{1,2,3}Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang

¹Pebriyusani1991@gmail.com

²Dedi1968@yahoo.com

³Mukranroni@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to look at the effect of employment on employee morale PT . Perkebunan Nusantara VII Unit Rubber Balfour . The sampling method by using the formula slovin . Respondents in this study amounted to 55 employees of PT . Perkebunan Nusantara VII Unit Rubber Balfour . Type of data using primary data collection , and data analysis techniques using quantitative analysis . The analytical method used in this study is a simple linear regression analysis . The results showed a significant effect of employment on employee morale . The correlation coefficient of 0.708 . It shows the relationship of the work placement employee morale has a medium level of relationship . and the coefficient of determination of 50.1 % .

Keywords : *employment, morale*

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia hampir setiap perusahaan merupakan salah satu faktor penting didalam sebuah organisasi atau perusahaan, Maka dari pada itu sumber daya manusia adalah salah satu faktor penentu berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Suatu perusahaan dapat maju atau mengalami kemunduran karena kualitas sumber daya yang ada di dalam perusahaan. untuk tercapainya tujuan dari perusahaan sangat tergantung pada bagaimana karyawan dapat mengembangkan kemampuannya baik dalam mengembangkan pengetahuan, keahliannya, maupun sikapnya.

Potensi manusia bukan hanya karena jumlahnya tetapi terletak pada kekuatan sebenarnya antara lain pengetahuan, keterampilan, ketekunan, inisiatif dan kesanggupannya. Agar manusia berperan secara maksimal didalam perusahaan harus didukung oleh penempatan pegawai yang tepat.

Penempatan adalah penunjukan kepada karyawan untuk menduduki atau melakukan pekerjaan baru. Hal tersebut terjadi pada karyawan baru atau karyawan lama yang terkena promosi, transfer atau penurunan jabatan. Seperti juga karyawan baru, karyawan lama juga dilakukan rekrut internal, seleksi dan orientasi sebelum ditempatkan diposisi baru. Yani dalam Nurhasanah, siti (2015 : 8).

Penempatan kerja pegawai apabila ditempatkan dibidangnya atau keahliannya akan berpengaruh terhadap semangat dan kepuasan kerja dan kinerja pegawai yang bersangkutan. Perusahaan apabila salah menempatkan pegawainya dengan posisi dibidang keahliannya maka akan menimbulkan beberapa akibat seperti kebosanan dalam bekerja dan menurunnya semangat kerja, prestasi kerja yang berakibat akan menurunkan produktivitas perusahaan itu sendiri. Dengan penempatan yang kurang tepat, kinerja seseorang akan mengalami kesulitan dan tidak akan sesuai dengan harapan manajemen dan tuntunan organisasi, maka dari pada itu mereka menampilkan produktivitas kerja yang rendah sehingga menimbulkan suatu kebosanan dan kejenuhan.

Semangat kerja adalah keinginan dan kesungguhan seseorang mengerjakan pekerjaannya dengan baik serta berdisiplin untuk mencapai prestasi kerja yang maksimal. Semangat kerja ini akan merangsang seseorang untuk berkarya dan berkeaktivitas dalam pekerjaannya. Hasibuan (2011 : 94).

PT Perkebunan Nusantara VII (PTPN VII) menghasilkan dan meningkatkan produksi yang bermutu tinggi dan berdaya saing yang kuat serta mendapatkan keuntungan dalam rangka

meningkatkan nilai Perseroan melalui prinsip-prinsip Perseroan Terbatas. Dengan adanya tuntunan tersebut maka PTPN VII mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, salah satu cara untuk mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul adalah dengan melakukan penempatan karyawan yang tepat dan sesuai standar PTPN VII agar dapat meningkatkan atau mempertahankan produksi. Seperti dengan cara menempatkan karyawan sesuai dengan pendidikan atau keahlian serta kemampuannya.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Penempatan Kerja

Penempatan ialah mengalokasikan para karyawan pada posisi kerja tertentu hal ini khusus terjadi pada karyawan baru. Pendapat tersebut menegaskan bahwa penempatan pegawai tidak sekedar menempatkan saja, melainkan mencocokkan dan membandingkan kualifikasi yang dimiliki pegawai dengan kebutuhan dan persyaratan dari suatu jabatan tertentu. Sehingga *the right man on the right place* tercapai, Rivai dikutip Suwatno (2011:97).

Penempatan (placement) Marwansyah (2014:144), adalah penugasan atau penugasan kembali seorang pekerja pada sebuah pekerjaan atau jabatan baru.

Sastrohadiwiryo dalam Nurhasanah, siti (2015:11), berpendapat bahwa tujuan dilakukan penempatan kerja yaitu untuk menempatkan karyawan sebagai unsure pelaksana pekerjaan pada posisi yang sesuai dengan criteria sebagai berikut:

1. Kemampuan
2. Kecakapan
3. Keahlian

Wahyudi mengemukakan dalam Benni Yulizar (2014:04) Dalam melakukan penempatan karyawan hendaknya mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut :

1) Pendidikan

Pendidikan yang harus dimiliki oleh seorang karyawan, pendidikan minimum yang diisyaratkan meliputi :

- a. Pendidikan yang diisyaratkan
- b. Pendidikan alternative

2) Pengetahuan Kerja

Pengetahuan kerja yang harus dimiliki oleh seseorang karyawan dengan wajar yaitu pengetahuan kerja ini sebelum ditempatkan dan yang baru diperoleh pada waktu karyawan tersebut bekerja dalam pekerjaan tersebut.

3) Keterampilan Kerja

Kecakapan atau keahlian untuk melakukan suatu pekerjaan yang harus diperoleh dalam praktek, keterampilan kerja ini dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kategori yaitu :

- a. Keterampilan mental, seperti menganalisa data, membuat keputusan dan lain_lain
- b. Keterampilan Fisik, seperti membetulkan listrik, mekanik dan lain-lain
- c. Keterampilan social, seperti mempengaruhi orang lain, menawarkan barang atau jasa dan lain-lain.

4) Pengalaman Kerja.

Pengalaman seorang karyawan untuk melakukan pekerjaan tertentu. Pengalaman kerja dapat menjadi bahan pertimbangan untuk :

- a. Pekerjaan yang harus ditempatkan
- b. Lamanya melakukan pekerjaan.

2.2 Semangat Kerja

Berikut pengertian semangat kerja yang di kemukakan oleh para ahli di antaranya adalah :Alex S. Nitisemito didalam Husni fauzi (2013:35) mengemukakan bahwa: Melakukan pekerjaan dengan lebih giat sehingga dengan demikian pekerjaan dapat selesai lebih cepat dan lebih baik, Lebih lanjut dapat di artikan semangat kerja sebagai sesuatu yang positif dan sesuatu yang baik, agar mampu memberikan sumbangan terhadap pekerjaan dalam arti lebih cepat dan lebih baik.

Semangat kerja adalah keinginan dan kesungguhan seseorang mengerjakan pekerjaannya dengan baik serta berdisiplin untuk mencapai prestasi kerja yang maksimal. Semangat kerja ini akan merangsang seseorang untuk berkarya dan berkreaitivitas dalam pekerjaannya. Hasibuan (2011 : 94). Faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya atau melemahnya semangat kerja Alex S. Nitisemito yang dikutip dari Malvinas (2012:34) yaitu:

1. Upah yang rendah

Upah yang terlalu rendah akan mengakibatkan karyawan lesu didalam bekerja, karena kebutuhan atau hidupnya tidak dapat terpenuhi dari pekerjaan yang dia kerjakan sehingga semangat kerja akan menurun.

2. Lingkungan kerja yang buruk

Lingkungan kerja yang buruk akan mengganggu konsentrasi karyawan dalam bekerja, sehingga apa yang mereka kerjakan tidak sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

3. Gaya kepemimpinan yang buruk

Gaya kepemimpinan yang buruk akan mempengaruhi semangat kerja karyawan didalam bekerja, karena apabila pemimpin terlalu otoriter dan hanya mementingkan kepentingan perusahaan tanpa mempedulikan karyawan maka semangat kerja karyawan akan menurun.

4. Kurang informasi

Kurangnya informasi yang diberikan kepada karyawan akan mengakibatkan lambatnya penyelesaian pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan, karena informasi yang dibutuhkan karyawan sangat kurang.

Adapun Indikator-indikator semangat kerja yang dikemukakan Saifudin anwar (2002:180) yaitu :

- a. Sedikitnya prilaku yang agresif yang menimbulkan frustasi:

1. Konsentasi kerja
2. Ketelitian
3. Hasrat untuk maju

- b. Individu bekerja dengan suatu perasaan bagaimana dari perasaan lain yang menyenangkan:

1. Kebanggaan karyawan
2. Kepuasan Karyawan
3. Labour Turn Over
4. Tingkat Absensi

- c. Menyesuaikan diri dengan teman-teman sekerja :

1. Perlakuan yang baik dari atasan dan rekan kerja

- d. Keterlibatan ego dalam bekerja

1. Tanggung jawab
2. Lancarnya aktivitas

2.3 Hipotesis

Dari latar belakang masalah dan kajian teoritis yang ada serta penelitian terdahulu maka untuk mempermudah penganalisisan maka penulis merumuskan hipotesis yaitu : “Diduga ada pengaruh positif antara penempatan kerja dengan semangat kerja karyawan”.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT Perkebunan Nusantara VII (PTPN VII). Unit pabrik karet baturaja blok j batumarta III OKU. SUM-SEL. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa adanya kesediaan perusahaan untuk memberikan informasi yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan.

Penelitian sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampel acak penarikan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin maka diperoleh hasil 54,5454 yang dibulatkan menjadi 55. Jadi sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 55 responden. Alat analisis data yang digunakan regresi sederhana, analisis koefisien korelasi, uji t, uji determinasi (R^2), uji validitas, dan uji realibilitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Distribusi frekuensi variabel X dan Y

No	Pertanyaan penempatan kerja (x)	Rata-Rata	No	Semangat kerja karyawan (Y)	Rata-Rata
1.	Saya merasa bahwa pendidikan dapat membantu saya melakukan pekerjaan dengan baik	4,16	1	Saya merasa cocok dengan pekerjaan ini	3,85
2.	Prestasi akademik membantu diterima diperusahaan	3,73	2	Saya merasa puas jika pekerjaan saya selesai tepat waktu	3,91
3.	Posisi saya sesuai dengan latar belakang pendidikan yang saya miliki	3,49	3	Saya menyenangi pekerjaan ini	3,62
4.	Saya merasa tidak kesulitan bekerja karena pengalaman kerja yang baik	3,53	4	Saya merasa pekerjaan disini merupakan bagian dari hidup saya.	3,58
5.	Pengalaman kerja saya sebelum diperusahaan ini sudah sesuai dengan pekerjaan	3,44	5	saya bekerja sesuai prosedur	3,82
6.	Pengalaman kerja yang baik membuat saya diterima dengan mudah	3,85	6	Saya bangga dengan pekerjaan saya saat ini	3,69
7.	Saya merasa sudah terampil dalam menggunakan teknologi	3,8	7	Saya selalu datang tepat waktu	3,69
8.	Saya cepat diterima karena kemampuan pekerjaan saya.	3,4	8	Saya senang bisa membantu rekan kerja saya	3,53
9.	Prilaku saya diperusahaan sangat baik	3,6	9	Saya selalu menjaga hubungan baik dengan sesama pegawai	3,55
10.	Saya suka membantu teman teman dikantor.	3,89	10	Saya selalu mematuhi peraturan ditempat kerja saya	3,8
11.	Saya merasa tidak ada masalah dalam melakukan tugas	3,51	11	Karyawan selalu bekerja sama dengan pimpinan	3,75
12.	Saya selalu menjaga hubungan baik dengan sesama pegawai	3,8	12	Saya memikirkan cara agar hasil kerja saya lebih baik	3,73

Hasil Kuesioner dari variabel Penempatan kerja (X) didapat nilai rata-rata yang paling besar yaitu pada item pernyataan pertama yang berisi pernyataan “Saya merasa bahwa pendidikan dapat membantu saya melakukan pekerjaan dengan baik”. Dari 55 responden diperoleh 14 responden menjawab dengan kata sangat setuju, 36 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab kurang setuju, dan 0 responden menjawab tidak setuju, 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan beberapa responden menganggap bahwa pendidikan dapat melakukan pekerjaan dengan baik.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,4 yaitu pada item pernyataan kedelapan mengenai “Saya cepat diterima karena kemampuan pekerjaan saya” dari pernyataan ini 4 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju, 26 responden menjawab kurang setuju, 4 responden menjawab Tidak Setuju, 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini memperlihatkan beberapa responden menganggap bahwa bukan hanya kemampuan saja bisa cepat diterima ditempat pekerjaan melainkan pendidikan dan tingkah laku kejujuran juga berpengaruh diterima dan tidak nya dalam suatu pekerjaan .

Hasil Kuesioner dari variabel Semangat Kerja (Y) didapat nilai rata-rata yang paling besar ialah 3,91 yaitu pada item pernyataan kedua yang berisi pernyataan “Saya merasa puas jika pekerjaan saya selesai tepat waktu” dari 55 responden diperoleh 17 responden menjawab dengan kata sangat setuju, 21 responden menjawab setuju, 14 responden menjawab kurang setuju, 1 responden menjawab tidak setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan beberapa responden disiplin dan bertanggung jawab atas tanggung jawab pekerjaan yang diberikan kepadanya.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,53 yaitu pada pernyataan kedelapan mengenai “Saya senang bisa membantu rekan kerja saya.” dari pernyataan ini 9 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju, 19 responden menjawab kurang setuju, 5 responden menjawab Tidak Setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini memperlihatkan beberapa responden kurang bersosialisasi atau kurang peduli terhadap rekan kerja.

4.2. Hasil Alat Analisis

Berdasarkan dari analisis dan perhitungan statistik menjelaskan bahwa:

a. Persamaan Regresi Sederhana

Tabel 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.741	.418		1.772	.082
1 PENEMPATANKER JA	.737	.123	.637	6.009	.000

Sumber data: hasil uji SPSS 20.0 (2016)

$$Y = 10,831 + 0,762X$$

Jika penempatan konstan maka semangat kerja bertambah sebesar 0,493.

b. Uji t

Dilihat dari tabel 2, maka dapat dijelaskan dari nilai Sig. **0,000 < 0.05 (5%)**, hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara penempatan kerja dengan semangat kerja.

c. Koefisien korelasi

Tabel 3
Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.492	5.256

a. Predictors: (Constant), PENEMPATANKERJA

Dari hasil tabel 3 maka diperoleh koefisien korelasi yakni = 0,708. Hal ini menunjukkan hubungan penempatan kerja terhadap semangat kerja karyawan pada PTPN VII Unit Karet Baturaja sedang. Dikatakan sedang karena table 3.3 interpretasi koefisien korelasi menunjukkan bahwa 0,40-0,599 memiliki tingkat hubungan yang sedang.

d. Koefisien Determinasi

Dari table 4.11 hasil pengolahan data maka diperoleh koefisien determinasi (R^2) = 0,501. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 50,1% penempatan kerja dapat dijelaskan oleh variable penelitian semangat kerja, sedangkan sisanya 49,9% dijelaskan atau dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak diteliti.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa penempatan kerja berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja. Adapun hasil yang diperoleh dari persamaan regresi sederhana $Y = 10,831 + 0,762X$, yang artinya bahwa nilai $a = 10,831$ konstan artinya jika penempatan kerja 0,000 maka Semangat Kerja pegawai nilainya akan bertambah 0,762 dan koefisien regresi variabel penempatan kerja sebesar 10,831. Jadi dimana kenaikan atau penurunan variable independen atau penempatan kerja (X) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan Variabel dependen atau Semangat kerja (Y). Maksudnya jika variable penempatan kerja mengalami kenaikan 1% maka Semangat kerja akan naik sebesar 0,762.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Maristiana Ayu (2013) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Motivasi Dan Penempatan Pegawai Terhadap Semangat Kerja Pada Dinas Tata Kota Bandar Lampung”. Hasil hipotesis penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penempatan kerja terhadap semangat kerja.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis Maristiana Ayu (2013) membuktikan adanya Hubungan penempatan pegawai dengan semangat kerja adalah 0,867. Karena statistik hitung > statistik tabel ($3,165 > 2,000$), maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh antara variable motivasi kerja dan penempatan pegawai terhadap semangat kerja pada Dinas Tata Kota, Kota Bandar Lampung.

Maka jika dibandingkan dari pembahasan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terdapat perbedaan yaitu 0,867 dan 0,762 yang berpengaruh hubungan penempatan kerja dengan semangat kerja, jadi lebih besar pengaruhnya dari hasil yang dilakukan oleh Maristiana Ayu (2013).

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan korelasi yang sedang dan korelasi yang terjadi adalah korelasi yang positif sebesar 0,708 Berarti derajat atau kekuatan hubungan variable X (Penempatan kerja) terhadap Y (Semangat kerja) mempunyai korelasi yang sedang.

Dilihat dari hasil koefisien determinasi sebesar 50,1% menunjukkan adanya penempatan kerja terhadap semangat kerja karyawan sebesar 50,1% artinya pengaruh tinggi dan kuat, sisanya 49,9% merupakan kontribusi dari factor lainnya yang diabaikan atau tidak diteliti.

Dari hasil pengisian kuisioner, dilihat dari penempatan kerja karyawan PTPN VII Unit Karet Baturaja tidak hanya kemampuan dan latar belakang nya saja bisa ditempatkan ditempat dia bekerja, melainkan dari segi pendidikan juga bisa membantu dan meringankan melakukan pekerjaan dengan baik, Adapun semangat kerja karyawan sudah cukup baik dalam melakukan tugas karena karyawan PTPN VII Unit Karet Baturaja disiplin dalam mengerjakan tugas tepat pada waktu nya, Hal ini dikarenakan karyawan memiliki pandangan positif dalam mengerjakan tugasnya, Pemberian tugas oleh atasan kepada bawahan dapat diterima dengan baik.

Hasil Kuesioner dari variabel Penempatan kerja (X) didapat nilai rata-rata yang paling besar yaitu pada item pernyataan pertama yang berisi pernyataan “Saya merasa bahwa pendidikan dapat membantu saya melakukan pekerjaan dengan baik”. Dari 55 responden diperoleh 14 responden menjawab dengan kata sangat setuju, 36 responden menjawab setuju, 5 responden menjawab kurang setuju, dan 0 responden menjawab tidak setuju, 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan beberapa responden menganggap bahwa pendidikan dapat melakukan pekerjaan dengan baik.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,4 yaitu pada item pernyataan kedelapan mengenai “Saya cepat diterima karena kemampuan pekerjaan saya” dari pernyataan ini 4 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju, 26 responden menjawab kurang setuju, 4 responden menjawab Tidak Setuju, 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini memperlihatkan beberapa responden menganggap bahwa bukan hanya kemampuan saja bisa cepat diterima ditempat pekerjaan melainkan pendidikan dan tingkah laku kejujuran juga berpengaruh diterima dan tidak nya dalam suatu pekerjaan .

Hasil Kuesioner dari variabel Semangat Kerja (Y) didapat nilai rata-rata yang paling besar ialah 3,91 yaitu pada item pernyataan kedua yang berisi pernyataan “Saya merasa puas jika pekerjaan saya selesai tepat waktu” dari 55 responden diperoleh 17 responden menjawab dengan kata sangat setuju, 21 responden menjawab setuju, 14 responden menjawab kurang setuju, 1 responden menjawab tidak setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan beberapa responden disiplin dan bertanggung jawab atas tanggung jawab pekerjaan yang diberikan kepadanya.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,53 yaitu pada pernyataan kedelapan mengenai “Saya senang bisa membantu rekan kerja saya.” dari pernyataan ini 9 responden menjawab sangat setuju, 20 responden menjawab setuju, 19 responden menjawab kurang setuju, 5 responden menjawab Tidak Setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini memperlihatkan beberapa responden kurang bersosialisasi atau kurang peduli terhadap rekan kerja.

5. SIMPULAN

1. Penempatan kerja pada PTPN VII Unit karet Baturaja sudah cukup baik Hal ini dilihat dari hasil jawaban responden yang menjawab pendidikan sangat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan untuk pertanyaan mengenai penempatan kerja, namun beberapa responden diterima bukan karena kemampuannya saja melainkan dengan faktor-faktor lainnya.
2. Semangat kerja Karyawan pada PTPN VII Unit karet baturaja sudah cukup baik dilihat dari tanggapan karyawan yang menyatakan merasa puas jika pekerjaannya selesai tepat waktu namun beberapa responden kurang peduli terhadap rekan kerjanya.
3. PTPN VII Unit Karet Baturaja diharapkan dapat menerima dan menempatkan karyawan disesuaikan dengan kemampuannya bukan melainkan latar pendidikan dikarena kan suatu pekerjaan akan berhasil apabila karyawan yang ditempatkan sesuai dengan kemampuan dan keahliannya.

4. Karyawan PTPN VII Unit Karet Baturaja yang telah dipromosikan atau ditempatkan posisi yang lebih tinggi sebaiknya diharapkan meningkatkan kemampuan dan tingkat pendidikan yang lebih tinggi.
5. Disarankan kepada pembaca yang kebetulan berminat meneliti kasus serupa, sebaiknya mengembangkan permasalahan dan mengembangkan variabel dengan disertai dukungan indikator-indikator yang lebih baik dan handal. Dengan demikian hasil yang diharapkan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan dan memberikan temuan-temuan penelitian yang lebih berarti dan bermanfaat bagi banyak pihak.

6. REFERENSI

- [1] Fauji, H. 2013. *“pengaruh stres kerja dan konflik kerja terhadap semangat kerja karyawan”*. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- [2] Hasibuan. 2011. *“Manajemen Sumber Daya Manusia”*. Edisi Revisi. PT Bumi Aksara.
- [3] Malvinas, H. (2013). *“Pengaruh Kepemimpinan dan lingkungan Terhadap Semangat kerja karyawan pt. prima rasa lestari”*. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- [4] Marwansyah. 2014. *“Manajemen Sumber daya manusia”*. Edisi kedua. Alfabeta.
- [5] Nurhasanah, Siti. 2015. *“Pengaruh Penempatan Kerja Terhadap Semangat kerja karyawan pt. pertamina (persero) refinery unit iii palembang”*. Skripsi Pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Binadarma Palembang.
- [6] Yulizar, Benni. (2014). *“Hubungan Penempatan Dengan Kepuasan Kerja Pegawai Pada Kantor Dinas Sosial Provinsi Sumatera Barat”*: jurnal administrasi pendidikan, UNP. Vol 2 No 1 juni 2014. Hal: 92-831

PENGARUH KONFLIK ANTAR KARYAWAN TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN

¹RA. Gusti Pratiwi, ²Emi Suwarni, ³Mukran Roni

^{1,2,3}Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang

¹ragustipi@gmail.com

²emisuwarni@binadarma.ac.id

³mukranroni@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to look at the effect of conflict between the employee to employee morale at PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Karet Baturaja. Sampling methods using the formula slovin. Respondents in this study amounted to 55 employees of PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Karet Baturaja. The type of data using primary data collection, and data analysis techniques using quantitative analysis of data. Methods of analysis used in this study is a simple kinier regression analysis. The result of this study indicate significant influence of conflict between the employee to employee morale. The correlation coefficient of 0,320, it means that the conflict between employees on morale is weak. Determination coefficient of 10,2%, which means that 89,8% is influenced by other variables in addition to, the conflict between employees.

Keywords : *conflict between employee, morale.*

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia yang dikelola dengan baik, akan menentukan kesuksesan perusahaan di masa mendatang. Pada prinsipnya, sumber daya manusia adalah satu-satunya sumber daya yang menentukan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tujuan yang bagus dilengkapi dengan fasilitas, sarana dan prasarana yang canggih, tetapi tanpa sumber daya manusia yang baik, kemungkinan besar perusahaan akan sulit untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia dipahami sebagai kekuatan yang bersumber pada potensi manusia yang ada dalam perusahaan dan merupakan modal dasar perusahaan untuk melakukan aktifitas dalam mencapai tujuan. Namun, mengelola karyawan bukan hal yang mudah, karena mereka mempunyai keinginan, pikiran, perasaan, status, dan latar belakang yang dibawa ke dalam organisasi. Adanya perbedaan manusia yang kadang dapat menimbulkan masalah. Hal itu juga terjadi pada perusahaan, perbedaan karakter dan juga cara pandang antar karyawan dapat menimbulkan masalah antar karyawan. Perbedaan kepribadian pada diri manusia memungkinkan terjadinya konflik dalam suatu organisasi dan hal ini merupakan sesuatu yang yang tidak dapat dihindari.

Konflik dalam perusahaan terjadi dalam berbagai bentuk dan corak, yang merintangi hubungan individu dengan kelompok atau kelompok yang lebih besar..Situasi dimana seorang individu dihadapkan dengan ekspektasi peran yang berlainan, yang akan menimbulkan konflik peran (Robbin;2014, 364), atau bisa menimbulkan konflik antar karyawan yang ada diperusahaan . Konflik yang terjadi dapat menyebabkan situasi kerja tidak menjadi kondusif. Situasi- situasi yang tidak kondusif membuat perkerja yang sedang berkonflik menjadi tidak profesional dalam melakukan tugasnya.

Semangat kerja dapat diartikan sebagai suatu iklim atau suasana kerja yang terdapat di dalam suatu organisasi yang menunjukkan rasa kegairahan di dalam melaksanakan pekerjaan dan mendorong mereka untuk bekerja secara lebih baik dan lebih produktif. Semangat kerja merupakan hal penting

yang harus dijalani oleh setiap karyawan di perusahaan manapun karena semangat kerja menggambarkan perasaan senang individu atau kelompok yang mendalam dan puas terhadap kebijakan, karir, kondisi kerja, kerja sama, dan lingkungan kerja serta mendorong mereka untuk bekerja secara lebih baik dan produktif.

PT. Perkebunan Nusantara VII (PTPN VII) merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang perkebunan karet yang sudah berdiri dari tahun 1996 yang sudah memiliki karyawan tetap lebih dari 100 karyawan. Salah satu cara PTPN VII Unit Karet Baturaja meningkatkan semangat pekerjanya yaitu memberikan penghargaan serta bonus kepada karyawan yang berprestasi. PTPN VII juga memberikan pelatihan, pendidikan, seminar, dan juga workshop kepada karyawan yang dipilih. Karyawan yang dipilih merupakan karyawan yang kinerja lebih tinggi dari karyawan lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konflik antar karyawan terhadap semangat kerja karyawan yang terjadi pada PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Karet Baturaja.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Konflik Antar Karyawan

Konflik, sebagai suatu hal yang nyata dalam kehidupan seseorang merupakan proses sosial orang-orang yang berusaha mencapai tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan yang disertai kekerasan. Adanya perbedaan pertentangan antara setiap pihak dapat menyebabkan gesekan, sakit hati, dan lain-lain.

Berikut pengertian tentang konflik yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya :

Putman & Pool yang dikemukakan oleh Wijono (2012:218) menjelaskan bahwa:

“Konflik didefinisikan sebagai interaksi individu, kelompok dan organisasi yang membuat tujuan atau arti yang berlawanan, dan merasa bahwa orang lain sebagai pengganggu yang potensial terhadap pencapaian tujuan mereka”.

Mullin yang dikemukakan oleh Wijono (2012:203) bahwa :

“ Konflik merupakan kondisi terjadinya ketidaksesuaian tujuan dan munculnya berbagai pertentangan perilaku, baik yang ada dalam diri individu, kelompok maupun organisasi

Yang dikemukakan oleh Winardi (2009:98) bahwa:

“Konflik, sebagai suatu hal nyata dalam kehidupan seseorang merupakan proses sosial orang-orang yang berusaha mencapai tujuannya dengan jalan menentang pihak lawan yang disertai kekerasan”.

Wijono (2012: 227-228) menyatakan bahwa paling tidak ada empat yang menyebabkan munculnya konflik dalam suatu organisasi, yaitu:

- Situasi- situasi yang tidak sesuai
- Rencana kegiatan dan alokasi waktu yang tidak sesuai
- Masalah status pekerjaan yang tidak pasti
- Perbedaan persepsi

Wijono(2012: 228-230) mengemukakan bahwa, ada dua pandangan yang berbeda dalam menanggapi konflik organisasi, yaitu:

a. Pandangan Tradisional

Menurut pandangan tradisional terjadinya konflik organisasi dipandang sebagai suatu proses yang sangat sederhana dan optimistic, karena pandangan tersebut didasarkan pada asumsi- asumsi bahwa:

- Konflik secara teoritis dapat dihindari, karena konflik tersebut pada dasarnya adalah buruk dan tidak perlu terjadi, bahkan harus dihindari dan paling tidak perlu dibatasi.
- Konflik muncul karena adanya orang yang menjadi “pengacau” (*trouble maker*), atau pengganggu situasi (*boat rocker*), karena konflik terjadi sebagai akibat dari adanya anggapan bahwa orang lain suka mengacau atau mengganggu situasi.
- Bentuk- bentuk resmi merupakan otoritas penanganan konflik melalui jalur peraturan. Oleh karena itu, bila lingkungan kurang mempunyai peran besar terhadap perubahan perilaku dan menunjukkan hal- hal yang tidak sesuai dengan norma- norma atau aturan main seperti menentang atau membuat persaingan dalam organisasi tersebut.
- Konflik digunakan untuk mengkambinghitamkan pihak- pihak tertentu.

Manusia juga dipandang sebagai individu yang mempunyai sifat- sifat yang baik, dapat dipercaya, dan dapat bekerja sama. Oleh karena itu, pandangan tradisional tersebut juga disebut sebagai relasi hubungan antar manusia (*human relation*).

b. Pandangan Modern

Pandangan modern berbeda dengan pandangan tradisional dalam menilai konflik. Menurut pandangan ini konflik dianggap baik, artinya dalam kehidupan organisasi perlu ada. Karena konflik ini dapat membuat individu mempertahankan argumentasi yang dibuatnya, berpikir lebih kritis, inovatif, dan kreatif.

Robbins yang dikutip oleh Fauzi (2008:430) membagi konflik menjadi dua macam, yaitu: konflik fungsional (*Functional Conflict*), yaitu konflik yang mendukung pencapaian tujuan kelompok dan konflik disfungsional (*Dysfunctional Conflict*), yaitu konflik yang merintangi pencapaian tujuan kelompok, berikut indikator konflik fungsional dan disfungsional sebagai berikut :

1. Konflik fungsional :
 - a. Bersaing untuk meraih prestasi.
 - b. Pergerakan positif menuju tujuan.
 - c. Merangsang kreatifitas dan Inovasi.
 - d. Dorongan melakukan perubahan..
2. Konflik Disfungsional :
 - a. Mendominasi diskusi.
 - b. Tidak senang bekerja dalam kelompok.
 - c. Benturan kepribadian.
 - d. Perselisihan antar individu.
 - e. Ketegangan.

2.2. Semangat Kerja

Semangat kerja atau dalam istilah asingnya disebut *morale* merupakan hal yang harus di miliki oleh setiap karyawan agar produktivitas kerjanya meningkat, oleh karena itu selayanknya setiap perusahaan selalu berusaha agar semangat kerja karyawan nya meningkat. Dengan semangat kerja yang tinggi, maka dapat di harapkan aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Berikut pengertian semangat kerja yang di kemukakan oleh para ahli di antaranya adalah :

Westra yang dikutip oleh Kusumawarni (2007: 8), menyatakan bahwa:

“Semangat kerja adalah sikap dari individu ataupun sekelompok orang terhadap kesukarelaannya untuk bekerjasama agar dapat mencurahkan kemampuannya secara menyeluruh”.

Hasibuan (2008:95) mengemukakan bahwa :

“Sebagai keinginan dan kesungguhan seseorang mengerjakan pekerjaan dengan baik serta berdisiplin untuk mencapai hasil yang maksimal”.

Siswanto yang dikutip oleh Fauzi (2013:35) menyatakan bahwa:

“Sebagai Suatu kondisi rohaniah atau perilaku individu tenaga kerja dan kelompok-kelompok yang menimbulkan kesenangan dalam diri pekerja untuk bekerja dengan giat dan konsekuensi dalam mencapai tujuan dan aturan niat yang telah ditetapkan oleh perusahaan”.

Carlaw & Freidman yang dikutip oleh Nurhasanah (2015: 17) menyatakan bahwa yang menjadi cirri- ciri semangat kerja yang tinggi ialah :

1. Ceria
2. Memiliki inisiatif
3. Berfikir kreatif dan luas
4. Menyenangi apa yang sedang dilakukan
5. Tertarik dengan pekerjaannya
6. Memiliki kemampuan bekerja sama
7. Berinteraksi dengan atasan

Indikator-indikator semangat kerja yang dikemukakan Moekijat (2003:136) terdiri dari:

1. Kegembiraan

Orang yang optimis adalah orang yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal (Moekijat). Karyawan yang selalu gembira biasanya mempunyai peluang yang besar untuk mengerjakan dengan baik, sedangkan karyawan yang tidak mempunyai rasa gembira, biasanya pekerjaan yang dihasilkan tidak akan maksimal.

2. Kerjasama

Kerjasama di antara rekan kerja merupakan kondisi yang diinginkan oleh manajemen perusahaan, agar setiap pekerjaan dapat diselesaikan dengan baik.

3. Kebanggaan dalam dinas

Perasaan senang terhadap pekerjaan merupakan perasaan senang pada diri karyawan terhadap pekerjaan yang diberikan perusahaan. Apabila seseorang mengerjakan suatu pekerjaan dengan senang atau menarik bagi dirinya, maka hasil pekerjaannya akan lebih memuaskan daripada mengerjakan pekerjaan yang tidak disenangi. Demikian pula apabila akan memberikan tugas pada seseorang, maka langkah baiknya bila sebelumnya mengetahui apakah orang tersebut senang atau tidak dengan pekerjaan yang akan diberikan. Hal ini dilakukan agar mendapatkan suatu hasil yang lebih memuaskan. Jadi rasa senang dengan suatu pekerjaan juga merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan mutu dari hasil produksi (Anoraga).

4. Ketaatan kepada kewajiban

Ketaatan kepada kewajiban merupakan tindakan karyawan terhadap peraturan yang telah ditetapkan perusahaan apakah bisa mentaatinya (Moekijat). Karyawan yang mempunyai konsekuensi tinggi harus mau menaati semua kewajibannya sesuai dengan kesepakatan saat pertama kali bekerja.

5. Kesetiaan

Kesetiaan timbul dari dalam diri sendiri, karyawan merasakan kesadaran yang tinggi bahwa antara dirinya dengan perusahaan merupakan dua pihak yang saling membutuhkan. Karyawan tersebut membutuhkan perusahaan tempat mencari sumber penghidupan dan pemenuhan kebutuhan sosial lainnya. Disisi lain perusahaan dianggap mempunyai kepentingan kepada karyawan, karena dengan karyawan itulah perusahaan akan dapat melakukan produksi dalam rangka pencapaian tujuannya.

2.3. Hipotesis

Agar diperoleh suatu pandangan untuk menganalisis data selanjutnya, maka dikemukakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah “terdapat pengaruh konflik antar karyawan terhadap semangat kerja karyawan pada PT. Perkebunan Nusantara VII Unit Karet Baturaja”.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT.Perkebunan Nusantara VII (PTPN VII). Unit pabrik karet Baturaja blok J Batumarta III OKU. SUM-SEL. Pada penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Sugiyono (2013:12) mengemukakan bahwa analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan angka yang diperoleh hasil perhitungan dan penelitian terhadap pengaruh konflik antar karyawan pada PTPN VII yang dihubungkan dengan semangat kerja karyawan. Populasi penelitian ini yaitu seluruh karyawan tetap PTPN VII Unit karet Baturaja yang jumlahnya sebanyak 120 orang. Dalam metode ini sampel diambil dengan pertimbangan khusus/ kriteria atau ciri- ciri populasi.

Penelitian sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampel acak penarikan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin maka diperoleh hasil 54,5454 yang dibulatkan menjadi 55. Jadi sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 55 responden. Alat analisis data yang digunakan regresi sederhana, analisis koefisien korelasi, uji t, uji determinasi (R^2), uji validitas, dan uji realibilitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Variabel X dan Y

No	Pertanyaan konflik antar karyawan (X)	Rata – Rata
1.	Saya bersaing dengan rekan kerja saya dalam pencapaian prestasi	3,6
2.	Memberikan kemampuan yang terbaik bagi perusahaan daripada karyawan lain	3,8
3.	Dalam pencapaian tujuan perusahaan saya melakukan hal- hal positif	3,9
4.	Bekerja lebih rajin dan keras lebih dari karyawan lain	4
5.	Memberikan kreatifitas untuk kemajuan perusahaan	3,8
6.	Melakukan inovasi yang digunakan demi kemajuan dan eksistensi perusahaan	3,5
7.	Saya selalu ingin menyumbangkan kemajuan bagi perusahaan	3,5
8.	Memberikan saran agar perusahaan maju ke arah yang lebih baik	3,7
No	Pertanyaan semangat kerja (Y)	Rata – Rata
1.	Saya selalu berpandangan positif dan senang dalam mengerjakan pekerjaan yang diberikan kepada saya	3,7
2.	Dapat bekerja sama dengan baik dalam menyelesaikan tugas yang diberikan kepada kelompok kerja	3,6
3.	Saya merasa bangga dan senang dalam menyelesaikan tugas	3,5
4.	Saya taat pada peraturan perusahaan yang telah ditetapkan	3,5
5.	Saya memiliki kesetiaan yang tinggi bahwa antara dirinya dengan perusahaan merupakan dua pihak yang saling membutuhkan	3,6

Hasil Kuesioner dari variabel Konflik Antar Karyawan (X) didapat nilai rata-rata yang paling besar ialah yaitu pada item pernyataan keempat yang berisi pernyataan “Bekerja lebih rajin dan keras lebih dari karyawan lain”. Dari 55 responden diperoleh 13 responden menjawab dengan kata sangat setuju, 29 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, dan 3 responden menjawab tidak setuju, 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan beberapa responden menganggap bahwa konflik antar karyawan membuat karyawan yang berkonflik lebih rajin dalam bekerja. Konflik yang seperti ini akan menguntungkan perusahaan karena membuat karyawan yang sedang berkonflik lebih bersemangat lagi untuk bekerja. Dengan begitu, produktivitas dari perusahaan akan lebih meningkat.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,5 yaitu pada item pernyataan kedua mengenai “Melakukan inovasi yang digunakan demi kemajuan dan eksistensi perusahaan” dari pernyataan ini 8 responden menjawab sangat setuju, 24 responden menjawab setuju, 13 responden menjawab netral, 6 responden menjawab Tidak Setuju, 4 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini memperlihatkan beberapa responden menganggap bahwa bukan hanya konflik antar karyawan saja yang dapat menimbulkan karyawan melakukan inovasi. Konflik bukan merupakan faktor utama yang dapat membuat karyawan berinovasi. Karyawan memerlukan faktor lain diluar konflik untuk berinovasi.

Hasil Kuesioner dari variabel Semangat Kerja (Y) didapat nilai rata-rata yang paling besar ialah 3,7 yaitu pada item pernyataan pertama yang berisi pernyataan “Saya selalu berpandangan positif dan senang dalam mengerjakan pekerjaan yang diberikan kepada saya.” dari 55 responden diperoleh 12 responden menjawab dengan kata sangat setuju, 23 responden menjawab setuju, 13 responden menjawab netral, 1 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju.

Hal ini menggambarkan beberapa responden memiliki pandangan positif dalam mengerjakan tugasnya. Pemberian tugas oleh atasan kepada bawahan dapat diterima dengan baik.

Sedangkan nilai rata-rata terkecil sebesar 3,5 yaitu pada pernyataan pertama mengenai “Saya taat pada peraturan perusahaan yang telah ditetapkan” dari pernyataan ini 9 responden menjawab sangat setuju, 21 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab netral, 3 responden menjawab Tidak Setuju dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini memperlihatkan beberapa responden kurang taat terhadap peraturan perusahaan. Perusahaan perlu memperhatikan lagi karyawan yang kurang taat peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

4.2. Hasil Alat Analisis

Berdasarkan dari analisis dan perhitungan statistik menjelaskan bahwa:

a. Persamaan Regresi Sederhana

Tabel 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.214	2.530		4.828	.000
X	.208	.085	.320	2.459	.017

a. Dependent Variable: Y

Sumber data: hasil uji SPSS 20.0 (2016)

$$Y = 12,214 + 0,208X$$

Jika konflik antar karyawan konstan maka semangat kerja bertambah sebesar 0,208.

b. Uji t

Dilihat dari tabel 2, maka dapat dijelaskan dari nilai Sig. **0,017 < 0.05 (5%)**, hal ini berarti ada pengaruh signifikan antara Konflik Antar Karyawan dengan Semangat Kerja.

c. Koefisien Korelasi

Tabel 3
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.320 ^a	.102	.085	2.459

a. Predictors: (Constant), X

Sumber data: hasil uji SPSS 20.0 (2016)

Dari hasil tabel 3 maka diperoleh hasil koefisien korelasi yakni 0,320. Hal ini menunjukkan hubungan Konflik Antar Karyawan terhadap semangat kerja karyawan pada PTPN VII Unit Karet Baturaja lemah. Dikatakan lemah karena tabel 3.3 interpretasi koefisien korelasi menunjukkan bahwa 0.20-0,399 memiliki tingkat hubungan yang lemah.

d. Koefisien Determinasi

Dari tabel 3 hasil pengolahan data maka diperoleh koefisien determinasi (R^2) = 0,102. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 10,2% konflik antar karyawan dapat menjelaskan oleh variabel penelitian semangat kerja, sedangkan sisanya 89,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diteliti.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil metode perhitungan dari kuisioner yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diketahui bahwa Konflik Antar Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Semangat Kerja. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi sederhana $Y = 12,214 + 0,208X$, memiliki arti bahwa nilai $a = 12,214$ konstan artinya jika Konflik Antar Karyawan 0 maka Semangat Kerja nilainya akan bernilai 0,208 dan koefisien regresi variabel Konflik Antar Karyawan sebesar 12,214. Jadi dimana kenaikan atau penurunan variabel indenpenden atau Konflik Antar Karyawan (X) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan Variabel depeden atau Semangat Kerja (Y). Maksudnya jika Variabel Konflik Antar Karyawan mengalami kenaikan 1% maka variabel Semangat kerja akan naik sebesar 0,208. Sebaliknya, jika variabel Konflik Antar Karyawan mengalami penurunan sebesar 1%, maka variabel Semangat kerja akan menurun 0,208. Winardi (2004:169) yang menyatakan bahwa konflik kerja yang positif akan memacu semangat kerja yang tinggi untuk mencapai tujuan bersama. Dari teori yang dinyatakan tersebut menjelaskan ada pengaruh signifikan antara konflik antar karyawan terhadap semangat kerja.

Dari hasil persamaan tersebut dapat diketahui konflik antar karyawan berpengaruh positif terhadap semangat kerja karyawan pada PTPN VII Unit Karet Baturaja. Jadi, konflik antar karyawan tersebut termasuk fungsional terhadap semangat kerja karyawan. Dikatakan fungsional bernilai positif terhadap semangat kerja.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husni Fauji(2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan Di Pt. Karya Mandiri Environment”. Hasil hipotesis penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konflik antar karyawan terhadap semangat kerja karyawan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis oleh Husni Fauji (2013) membuktikan adanya pengaruh stres kerja dan konflik kerja terhadap semangat kerja karyawan. Pernyataan tersebut dapat dilihat dari hasil korelasi berganda sebesar 0,75 artinya hubungan variabel (Stres Kerja) dan (Konflik Kerja) terhadap Y (Semangat Kerja) mempunyai korelasi yang kuat. Kemudian hasil dari koefisien determinasi pengaruhnya sebesar 56,2 % artinya pengaruh berkontribusi tinggi dan sisanya 43,75 % merupakan factor dari variabel lainya yang diabaikan atau tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan korelasi yang lemah dan korelasi yang terjadi adalah korelasi yang positif. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,320, berarti derajat atau kekuatan hubungan variabel X (Konflik Antar Karyawan) terhadap Y (Semangat Kerja) mempunyai korelasi yang lemah.

Dilihat dari hasil koefisien determinasi sebesar 10,2 % menunjukkan adanya konflik antar karyawan terhadap semangat kerja karyawan sebesar 10,2 % artinya pengaruh tinggi dan kuat, sisanya 89,8 % merupakan kontribusi dari faktor lainya yang diabaikan atau tidak diteliti oleh peneliti.

Dari hasil pengisian kuisioner, dilihat konflik antar karyawan membuat karyawan PTPN VII Unit Karet Baturaja menjadi lebih rajin dan keras melakukan pekerjaannya. Adapun semangat kerja karyawan sudah cukup baik, hal ini dikarenakan karyawan menyatakan memiliki pandangan positif dalam mengerjakan tugasnya. Pemberian tugas oleh atasan kepada bawahan dapat diterima dengan baik.

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Setelah dilakukan pembahasan mengenai masalah pengaruh antara konflik antar karyawan terhadap semangat kerja karyawan pada PTPN VII Unit Karet Baturaja, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Konflik Antar Karyawan pada PTPN VII Unit karet Baturaja termasuk dalam indikator fungsional. Hal ini dapat dijelaskan dari banyaknya responden yang menjawab setuju untuk pertanyaan pada nilai skor konflik antar karyawan. Namun beberapa responden belum bisa melakukan inovasi untuk kemajuan perusahaan.
2. Semangat Kerja Karyawan pada PTPN VII Unit karet Baturaja sudah cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan karyawan yang menyatakan senang dan berpandangan positif terhadap pekerjaan yang diberikan oleh atasan. Peraturan perusahaan yang rendah dilihat total yaitu tentang ketaatan terhadap peraturan perusahaan yang menandakan bahwa beberapa karyawan kurang memperhatikan peraturan yang telah dibuat.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. PTPN VII Unit Karet Baturaja diharapkan dapat mengendalikan dan mengelolah konflik yang terjadi antar karyawan, agar konflik yang terjadi dapat memberi dampak yang baik bagi perusahaan. Dampak yang positif dapat membuat semangat kerja karyawan dapat dipertahankan atau bahkan ditingkatkan.
2. Karyawan PTPN VII Unit Karet Baturaja hendaknya menyampaikan apabila terjadi konflik antar karyawan. Hal tersebut perlu dilakukan, agar karyawan yang berkonflik dapat dikendalikan, dan tidak menyebabkan dampak yang negatif bagi perusahaan dan karyawan yang berkonflik.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi semangat kerja selain faktor-faktor yang telah diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan data sampel yang lebih banyak agar hasil yang didapat lebih akurat.

6. REFERENSI

- [1] Anogara, P. (2009). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineke Cipta.
- [2] Fauji, H. (2013). *Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan*. Bandung: Universitas Pasundan.
- [3] Hasibuan, M. S. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [4] Malvinas, H. (2013). *Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pt. Prima Rasa Lestari*. Bandung: Universitas Pasundan.
- [5] Moekijat. (2003). *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja*. Pionir Jaya:Bandung.
- [6] Nurhasanah, S. (2015). *Pengaruh Penempatan Kerja Terhadap Semangat Kerja Karyan Pertamina* . Palembang: Universitas Bina Darma.
- [7] P.Robbins- Timothy A.Judge. (2014). *Perilaku Organisasi (organization Behavior*. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R& D*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Wijono, S. (2012). *Psikologi Industri & Organisasi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- [10] Winardi, J. (2006). *Organisasi & Keorganisasian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- [11] Winardi. (2004). *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta: Pustaka Binaman Presindo.

PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN TERHADAP PROMOSI JABATAN STRUKTURAL DI RSUD KABUPATEN PALI

Septa Wahyu Pratama¹⁾, Emi Surwarni²⁾, Trisninawati³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma

Email¹⁾ : septa.wahyu40@gmail.com

Email²⁾ : emi.suwarni@binadarma.ac.id

Email³⁾ : trisninawati@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to determine whether there is job motivation and discipline affect the promotion of structural positions in a public hospital district pali in this research were 35 respondents. The analytical tool used in this research is Multiple Linear Regression equation $Y = 39.073 + 0.909X_1 + 0.506X_2$. The equation can be concluded constants of 39.073 that motivation and discipline affect the promotion of 0.909 and 0.506, namely if the motivation and discipline of work increased by 1%, there will be an increase in the promotion of 0.909 and 0.506 with the proviso assumption that other variables value is fixed , while according to the results of the correlation coefficient showed a value of 0.555 means that between work motivation and discipline to have a strong enough relationship to promotion. Based on the results of the t test (partial) there is a positive and significant influence between work motivation (X_1) of the Promotion of Position (Y) partially value $T_{count} 5.515 > T_{table}$ with significant $0.003 < 0.05$. While the Work Discipline (X_2) of the Promotion of Position (Y) with $T_{count} 3.661 > T_{table}$ with significant $0.001 < 0.05$, which means that H_0 is rejected while the results of the F test (simultaneous) $F_{count} > F_{table}$ is $7.118 > 3.290$ with significant $0.003 < 0.05$ then the hypothesis is formulated that H_0 is rejected. This shows that there is significant influence between work motivation (X_1) and Work discipline (X_2) of the Promotion of Position (Y) simultaneously at the District General Hospital District PALI. As well as the R-square value of 0.308 means that these two variables have contributed by 30.8% against the Occupation Promotion of Regional Public Hospital District PALI.

Keywords: work motivation, work discipline. Promotions

1. PENDAHULUAN

Pembangunan bidang kesehatan setiap tahun semakin menjadi prioritas utama bagi kebijakan pemerintah baik pusat maupun daerah. Hal ini terlihat dari kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah yang mengedepankan pembangunan dibidang kesehatan. Bidang kesehatan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi masyarakat dan pemerintah. Semua komponen yang berhubungan dengan peningkatan kesehatan masyarakat akan terus ditingkatkan, demi memberikan pelayanan yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mengelola sumber daya manusia di setiap instansi baik perusahaan maupun pemerintah, karena manusia merupakan faktor penggerak dari seluruh kegiatan. Seperti salah satunya peningkatan tenaga kerja medis dan non-modis dalam sebuah Rumah Sakit berdampak pada meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia pada Rumah sakit tersebut

Ada beberapa peraturan yang harus di taati bagi seluruh pegawai RSUD Kab.PALI Seperti pegawai diwajibkan menggunakan seragam sesuai dengan posisinya. pada setiap hari senin setiap karyawan yang bertugas pada hari itu diwajibkan mengikuti apel pagi dan juga RSUD kab.Pali telah menerapkan disiplin kerja seperti absensi menggunakan sidik jari bila pegawai tidak mengabsen setelah jam 09:00 maka di anggap tidak masuk kerja hal ini dilakukan agar para karyawan dapat melaksanakan kedisiplinan dengan baik. Untuk jam kerja terbagi mejadi dua, jam kerja karyawan non medis jam 08:00 sampai 15:30 WIB sedangkan untuk pekerja medis dan keamanan menggunakan

shift untuk shiftnya terbagi menjadi 3 yaitu shift pagi, sore dan malam. Pegawai medis seperti perawat dan dokter wajib menggunakan standar keamanan seperti sarung tangan dan masker untuk pasien yang memiliki penyakit tertentu. Setiap pegawai memiliki raport, raport ini akan di isi oleh kepala ruangan sebagai catatan pegawai. Isi penilaian raport tersebut seperti kedisiplinan waktu, absensi selama 1 bulan, kecakapan dalam bekerja, kelengkapan atribut kerja, kebersihan dan kerapian atribut kerja, dan raport ini akan menjadi bahan penilaian kinerja pegawai baik atau buruknya kinerja karyawan selama bekerja.

Dalam hal untuk memotivasi semua pegawai RSUD Kab.Pali memberikan insentif remunerasi bagi semua pegawai. Insentif ini akan di potong bila pegawai melakukan pelanggaran kedisiplinan seperti 3 kali tidak masuk kerja dan tidak mengikuti apel pemotongan insentif mulai dari 20% tergantung dengan besar kecilnya kesalahan yang dilakukan.

Untuk promosi jabatan para pegawai akan dilihat dari raport kerja yang telah di isi oleh kepala ruangan sebagai bahan perhitungan kenaikan jabatan. RSUD Kab.Pali termasuk RSUD baru masih banyak faktor yang belum bisa di maksimalkan oleh RSUD ini seperti pelayanan terhadap pasien, ketersediaan alat medis dan juga promosi jabatan yang belum bisa di maksimalkan untuk meningkatkan produktifitas pekerja. Ada beberapa fenomena yang terjadi di RSUD Kab.Pali yang berhubungan dengan promosi jabatan salah satunya terjadinya kekosongan pada dokter spesialis anak, faktor terjadinya kekosongan jabatan ini salah satunya yaitu seperti tidak berjalanya atau terdapat masalah ketika proses promosi jabatan ini dijalankan sehingga terjadi kekosongan pada jabatan ini fenomena selanjutnya yaitu setelah di promosikan kinerja mereka tidak meningkat padahal yang telah di jelaskan penulis diatas mereka memiliki faktor motivasi yang cukup. Karena seharusnya ketika promosi jabatan didapat mereka mendapatkan dorongan motivasi yang lebih besar mulai dari fasilitas, wewenang, gaji, dan insentif.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin “movere” yang berarti “dorongan atau daya penggerak”. Motivasi mempersoalkan bagaimana dapat memberikan dorongan kepada pengikutnya atau bawahan, agar dapat bekerja semaksimal mungkin atau bekerja bersungguh-sungguh.

1. Motivasi menurut Douglas Mc. Gregar

Hasil pemikiran Mc. Gregar dari Siagian (2002 : 106) dituangkannya dalam karya tulis dengan judul *The Human Side of Enterprise*. Kesimpulan yang menonjol dalam karya Mc. Gregar ialah pendapatnya yang menyatakan bahwa para manajer menggolongkan para bawahan pada dua kategori berdasarkan asumsi tertentu. Asumsi pertama ialah bahwa para bawahan tidak menyenangi pekerjaan, pemalas, tidak senang memikul tanggungjawab dan harus dipaksa untuk menghasilkan sesuatu. Para bawahan yang berciri seperti itu dikategorikan sebagai “manusia X” sebaliknya dalam organisasi terdapat pola para karyawan yang senang bekerja, kreatif, menyenangi tanggungjawab dan mampu mengendalikan diri, mereka dikategorikan sebagai “Manusia Y”.

2. Motivasi menurut Frederik Herzberg

Teori Herzberg dari Siagian (2002:107) disebutnya sebagai “teori motivasi dan hygiene”. Penelitian yang dilakukan dalam pengembangan teori ini dikaitkan dengan pandangan para karyawan tentang pekerjaannya. Faktor-faktor yang mendorong aspek motivasi menurut Frederik Herzberg ialah keberhasilan, pengakuan, sifat pekerjaan yang menjadi tanggungjawab seseorang, kesempatan meraih kemajuan dan pertumbuhan. Sedangkan faktor-faktor hygiene yang menonjol ialah kebijaksanaan perusahaan. Kondisi pekerjaan, upah dan

gaji, hubungan dengan rekan sekerja, kehidupan pribadi, hubungan dengan para bawahan, status dan keamanan

2.1.1. Indikator Motivasi Kerja

Dalam setiap penelitian memerlukan indikator untuk memudahkan dalam mengukur dan menganalisisnya. Di bawah ini kami rincikan indikator motivasi kerja menurut Maslow yang dikenal dengan teori hierarki kebutuhan. Sebagaimana teori kebutuhan Abraham Maslow yang kami kutip dalam Sofyandi dan Garniwa (2007 : 102). Indikator motivasi kerja berdasarkan teori tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kebutuhan fisiologis (Physiological need)
2. Kebutuhan rasa aman (Safety need)
3. Kebutuhan sosial (Social need)
4. Kebutuhan penghargaan (Esteem need)
5. Kebutuhan aktualisasi diri (Self actualization need)

2.2. Disiplin Kerja

2.2.1. Pengertian Disiplin Kerja

Disiplin kerja karyawan sangat penting bagi suatu perusahaan dalam rangka mewujudkan perusahaan. Sikap disiplin kerja yang dimiliki oleh karyawan sangat penting bagi suatu perusahaan dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Tanpa disiplin kerja karyawan yang baik sulit bagi suatu perusahaan mencapai hasil yang optimal. Disiplin yang baik mencerminkan besarnya tanggung jawab seseorang terhadap tugas-tugas yang diberikan kepadanya. Hal ini mendorong gairah kerja, semangat kerja dan terwujudnya tujuan perusahaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Disiplin adalah tata tertib (di sekolah, kemiliteran, dsb); ketaatan dan kepatuhan kepada peraturan tata tertib; bidang studi yang memiliki objek sistem dan metode tertentu” Menurut Hasibuan, “Kedisiplinan adalah kesadaran dan kesediaan menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku” (2006: 193). Menurut Handoko disiplin adalah “kegiatan manajemen untuk menjalankan standar-standar organisasional” (2001: 20).

Disiplin kerja menurut (2005: 143) adalah sebagai sikap mental tercermin dalam perbuatan atau tingkah laku perorangan, kelompok atau masyarakat berupa ketaatan (obedience) terhadap peraturan-peraturan atau ketentuan yang ditetapkan pemerintah atau etik norma dan kaidah yang berlaku dalam masyarakat untuk tujuan tertentu.

2.2.2. Indikator Disiplin Kerja

Disiplin kerja merupakan sikap yang tercermin dari perbuatan atau tingkah laku karyawan, berupa kepatuhan atau ketaatan terhadap peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Menurut Soejono (1997: 67) aspek-aspek disiplin kerja karyawan dapat dikatakan baik, apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Para karyawan datang tepat waktu, tertib, teratur Dengan datang ke kantor secara tertib, tepat waktu dan teratur maka disiplin kerja dapat dikatakan baik.
2. Berpakaian rapi Berpakaian rapi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi disiplin kerja karyawan, karena dengan berpakaian rapi suasana kerja akan terasa nyaman dan rasa percaya diri dalam bekerja akan tinggi.
3. Mampu memanfaatkan dan menggunakan perlengkapan secara baik Sikap hati-hati dapat menunjukkan bahwa seseorang memiliki disiplin kerja yang baik karena apabila dalam seseorang memiliki disiplin kerja yang baik karena apabila dalam menggunakan perlengkapan kantor tidak secara hati-hati, maka akan terjadi kerusakan yang mengakibatkan kerugian.

4. Menghasilkan pekerjaan yang memuaskan
5. Mengikuti cara kerja yang ditentukan oleh perusahaan Dengan mengikuti cara kerja yang ditentukan oleh organisasi maka dapat menunjukkan bahwa karyawan memiliki disiplin kerja yang baik, juga menunjukkan kepatuhan karyawan terhadap organisasi.
6. Memiliki tanggung jawab yang tinggi Tanggung jawab sangat berpengaruh terhadap disiplin kerja, dengan adanya tanggung jawab terhadap tugasnya maka menunjukkan disiplin kerja karyawan tinggi.

2.3. Promosi Jabatan

2.3.1. Pengertian Promosi jabatan

Di dalam mempertahankan dan meningkatkan produktivitas suatu perusahaan, maka peran manajemen sumber daya manusia sangatlah penting artinya dalam hal mengupayakan agar tenaga kerja mau dan mampu memberikan prestasi kerjanya sebaik mungkin. Dalam hal tersebut perusahaan berkewajiban memperhatikan kebutuhan karyawannya baik yang bersifat materil maupun yang bersifat non materil.

Menurut Manullang (2004 : 153) Promosi jabatan berarti kenaikan jabatan, yakni menerima kekuasaan dan tanggung jawab lebih besar dari kekuasaan dan tanggung jawab sebelumnya.

Menurut Nasution (2000:140) Promosi adalah proses bergerak maju dan meningkat dalam suatu jabatan yang didudukinya.

Menurut Siagian (1999:169) Promosi adalah perpindahan pegawai dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain yang tanggung jawabnya lebih besar, tingkatan hirarki jabatannya lebih tinggi dan penghasilannya pun lebih besar pula.

2.3.2. Indikator Promosi

Fathoni (2006:168) mengemukakan bahwa indikator karyawan yang dapat dipromosikan antara lain:

1. Kejujuran
Karyawan harus jujur pada diri sendiri, perjanjian-perjanjian dalam menjalankan atau mengelola jabatan sesuai perkataan dan perbuatannya dan tidak menyelewengkan jabatannya untuk kepentingan pribadinya.
2. Disiplin
Disiplin karyawan sangat penting, karena hanya dengan disiplin tersebut memungkinkan perusahaan dapat mencapai hasil yang optimal.
3. Prestasi Kerja.
Karyawan yang akan dipromosikan harus mampu mencapai hasil kerja yang dapat dipertanggungjawabkan, kualitas maupun kuantitas dan bekerja secara efektif dan efisien, hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan dapat memanfaatkan waktu dan mempergunakan alat-alat dengan baik.
4. Kerja sama
Karyawan dapat bekerjasama dengan harmonis dengan sesama karyawan baik horizontal maupun vertikal dalam mencapai sasaran perusahaan.
5. Kecakapan.
Karyawan yang dipromosikan harus cakap, mandiri, kreatif dan inovatif dalam menyelesaikan tugas-tugas pada jabatan tersebut dengan baik.
6. Loyalitas.
Karyawan yang loyal dalam membela perusahaan atau korps dari tindakan merugikan perusahaan atau korpsnya.

7. Kepemimpinan
Dia harus membina dan memotivasi bawahannya untuk bekerja sama dan bekerja efektif dalam mencapai sasaran perusahaannya.
8. Komunikatif.
Dapat berkomunikasi secara efektif dan mampu menerima atau mempresepsi informasi dari atasan maupun dari bawahannya dengan baik, sehingga tidak terjadi miskomunikasi.
9. Pendidikan.
Karyawan harus memiliki ijazah dari pendidikan formal sesuai dengan spesifikasi jabatan tersebut.

2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan deskripsi teoritis, kerangka berfikir, dan hasil-hasil penelitian yang relevan diatas, dapat ditarik hipotesis penelitian yang merupakan jawaban sementara dari masalah penelitian yang telah dirumuskan, yaitu sebagai berikut:

1. Diduga ada pengaruh motivasi kerja terhadap Promosi Jabatan.
2. Diduga ada pengaruh disiplin kerja terhadap promosi jabatan.
3. Diduga ada pengaruh secara bersama-sama antara motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap Promosi Kerja.

3. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian penelitian ini dilakukan pada Rumah Sakit Umum Daerah kab. Pali. Lokasi Penelitian Jl. Taman Siswa kel. Pasar bhayangkara Kec. Talang Ubi Kab. Pali. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Rumah Sakit Umum Daerah Kab.Pali, Yang berjumlah orang 449.

- Sampel
Sampel merupakan bagian dari populasi yang diteliti. Apabila populasi lebih dari 100, maka jumlah sampel dapat diambil dengan menggunakan rumus Slovin (Umar 2008:78). Dilihat dari absensi terahir yaitu bulan November karyawan RSUD Kab.Pali sebanyak 449 orang.
- Teknik pengambilan sampling
Teknik Sampling yaitu merupakan teknik pengambilan sampel. Terdapat berbagai macam teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan dipakai dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik Non probability sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.
- Purposive sampling atau judgmental sampling
Penarikan sampel secara purposif merupakan cara penarikan sample yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Dalam hal ini penulis telah menetapkan beberapa kriteria sampel yaitu:
 - Memiliki status pegawai CPNS dan PNS
 - Jenjang pendidikan minimal D3
 - Masih terdaftar sebagai tenaga kerja RSUD kab. PALI
 - Naman masih tertera di struktur organisasi RSUD Kab. PALI

Setelah ditetapkan kriteria diatas maka jumlah polulasi yang dapat di jadikan sampel adalah sebanyak 35 orang.

Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan program SPSS seperti uji asumsi klasik, uji validitas, reliabilitas, regresi liner berganda, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan untuk penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2006).

- Uji Normalitas

Tabel 4.1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			motivasi	disiplin	promosi
N			35	35	35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		44,97	50,69	69,63
	Std. Deviation		3,869	5,855	5,510
	Most Extreme Differences	Absolute	,160	,215	,140
Positive		,097	,182	,076	
Negative		-,160	-,215	-,140	
Kolmogorov-Smirnov Z			,947	1,274	,830
Asymp. Sig. (2-tailed)			,331	,078	,496

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

untuk menganalisisnya, kita lihat pada baris "Asymp. Sig. (2-tailed)" baris paling bawah. bila nilai tiap variabel lebih dari ($>0,05$) maka uji normalitas bisa terpenuhi.

- Uji Multikolinieritas

Tabel 4.2

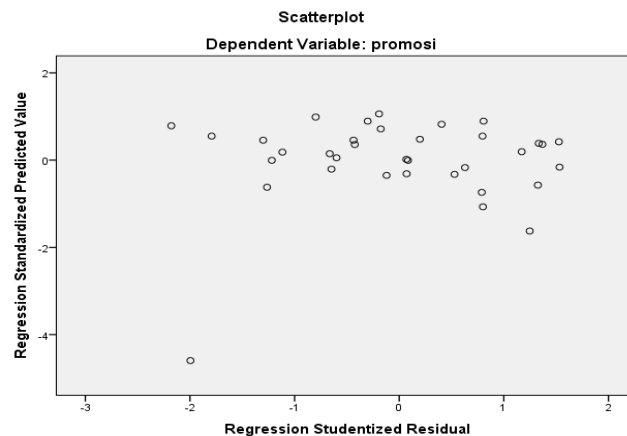
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	39,073	10,991		3,555	,001		
motivasi	,909	,212	,077	5,329	,002	,975	1,025
disiplin	,506	,140	,538	3,611	,001	,975	1,025

a. Dependent Variable: promosi

Dari hasil output data didapatkan bahwa nilai semua nilai VIF <10 ini berarti tidak terjadi multikolinieritas. Dan menyimpulkan bahwa uji multikolinieritas terpenuhi

- **Uji Heteroskedastisitas**

Gambar 4.1

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

- **Uji Autokorelasi**

Tabel 4.3
Model Summary^b

Mo- del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	,555 ^a	,308	,265	4,725	1,915

a. Predictors: (Constant), disiplin, motivasi

b. Dependent Variable: promosi

Dari tabel diatas didapatkan nilai Durbin-Watson (DW hitung) sebesar 1,915 Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan DW hitung berada diantara -2 dan 2, yakni $-2 \leq 2 \leq 2$ maka ini berarti tidak terjadi autokorelasi. Sehingga kesimpulannya adalah Uji Autokorelasi terpenuhi.

4.2. Analisis Regresi Linear Berganda

- **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk memastikan instrument penelitian merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten. Alpha dibandingkan dengan R tabel, dimana R tabel 0.60

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	R Tabel	Keterangan
Variabel Motivasi Kerja	0,73	0,60	Reliabel
Variabel Disiplin kerja	0,74	0,60	Reliabel
Variabel Promosi jabatan	0,71	0,60	Reliabel

4.3. Uji Analisis Data

- **Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinan (R^2) dilakukan sebagai upaya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi jabatan dan disiplin kerja terhadap promosi jabatan struktural di rumah sakit umum kabupaten PALI. Untuk melihat besarnya pengaruh tersebut maka akan dilihat dari hasil perhitungan SPSS dalam *Model Summary*, Data ini dicari dengan menggunakan SPSS 20 For Windows 7

Tabel 4.5 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,555 ^a	,308	,265	4,725

a. Predictors: (Constant), disiplin, motivasi

b. Dependent Variable: promosi

Penjelasan:

1. Angka R sebesar 0,555 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel bebas (Motivasi Dan Disiplin) terhadap variabel terikat (Promosi Jabatan) adalah cukup kuat dan positif.
2. Angka *R Square* adalah 0,308. Angka tersebut dapat digunakan untuk melihat variabel motivasi kerja dan disiplin kerja dalam menjelaskan variabel promosi jabatan. Dari angka tersebut dengan koefisien determinasi sebesar 30,8% bahwa variabel motivasi kerja dan promosi jabatan menjelaskan variabel promosi jabatan sebesar 30,8% sedangkan sisanya 69,2% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

- **Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS 20 For Window 7s, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.6 Coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39,073	10,991		3,555	,001
motivasi	,909	,212	,077	5,329	,003
Disiplin	,506	,140	,538	3,611	,001

a. Dependent Variable: promosi

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Promosi jabatan

a = 39,073

X1 = 0,909

X2 = 0,506

$$Y = 39,073 + 0,909X_1 + 0,506X_2$$

1. Nilai Konstanta (alpha) adalah sebesar 39,073. Artinya jika motivasi kerja dan disiplin kerja tidak terjadi penambahan atau peningkatan 1 (satu), maka variabel promosi jabatan akan naik sebesar 30,401

2. Nilai koefisien regresi variabel motivasi kerja sebesar 0,909 artinya jika variabel motivasi kerja penambahan atau pengurangan sebesar 1 (satu), maka promosi jabatan meningkat atau menurun sebesar 0,909
3. Nilai koefisien regresi variabel disiplin kerja sebesar 0,506 artinya jika variabel disiplin kerja mengalami penambahan atau pengurangan sebesar 1 (satu), maka promosi jabatan meningkat atau menurun sebesar 0,506.

- **Uji T**

Uji koefisien ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap variabel terikat promosi jabatan. Pengaruh individual tersebut dapat ditunjukkan dari nilai signifikan uji t. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan. Hasil analisis uji t variabel motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap promosi jabatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Coefficients
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39,073	10,991		3,555	,001
motivasi	,709	,212	,077	5,515	,003
disiplin	,506	,140	,538	3,611	,001

a. Dependent Variable: promosi

1. Variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan. Dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$, dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $5,515 > 1,689$ maka berpengaruh secara signifikan.
2. Variabel disiplin berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan. Dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $3,611 > 1,689$ maka berpengaruh secara signifikan.

- **Uji F**

Tabel 4.8 Anova
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	317,794	2	158,897	7,118	,003 ^b
Residual	714,378	32	22,324		
Total	1032,171	34			

a. Dependent Variable: promosi

b. Predictors: (Constant), disiplin, motivasi

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, untuk mengetahui uji F adalah dengan membandingkan besarnya angka F_{hitung} dengan F_{tabel} . Selain itu dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan dengan alpha (0,05) yaitu signifikan $< 0,05$.

Berdasarkan perhitungan uji F, maka diperoleh F_{hitung} sebesar $7,118 > F_{tabel}$ sebesar 3,29. Artinya ada pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap promosi jabatan secara bersama-sama. Berdasarkan hasil perhitungan uji F juga diperoleh angka signifikansi dalam penelitian sebesar $0,003 < 0,05$. Artinya ada pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan secara bersama-sama.

5. SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan. Dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$, dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $5,515 > 1,689$ maka berpengaruh secara signifikan.
2. Variabel disiplin berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan. Dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $3,611 > 1,689$ maka berpengaruh secara signifikan.
3. Angka R sebesar 0,555 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel bebas (Motivasi Dan Disiplin) terhadap variabel terikat (Promosi Jabatan) adalah cukup kuat dan positif.
4. Angka R Square adalah 0,308. Angka tersebut dapat digunakan untuk melihat variabel motivasi kerja dan disiplin kerja dalam menjelaskan variabel promosi jabatan. Dari angka tersebut dengan koefisien determinasi sebesar 30,8% bahwa variabel motivasi kerja dan promosi jabatan menjelaskan variabel promosi jabatan sebesar 30,8% sedangkan sisanya 69,2% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.
5. Berdasarkan perhitungan uji F, maka diperoleh F_{hitung} sebesar $7,118 > F_{tabel}$ sebesar 3,29. Artinya ada pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap promosi jabatan secara bersama-sama. Berdasarkan hasil perhitungan uji F juga diperoleh angka signifikansi dalam penelitian sebesar $0,003 < 0,05$. Artinya ada pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap promosi jabatan secara bersama-sama.

5.2. Saran

1. Sebaiknya RSUD Kab. PALI lebih menfokuskan motivasi-motivasi apa saja yang dapat membuat kinerja karyawan meningkat seperti promosi jabatan yang jelas, suasana pekerjaan yang nyaman, insentif yang sesuai dengan kinerja mereka ini akan sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak.
2. Kedisiplinanpun sangat penting dalam sebuah institusi agar semua target Rumah Sakit dapat tercapai dengan baik.
3. Karyawan yang baik adalah karyawan yang memiliki kedisiplinan yang tinggi, maka sewajarnya Rumah Sakit memberikan motivasi yang jelas agar kinerja karyawan meningkat.
4. Promosi Jabatan seharusnya dapat memotivasi karyawan untuk bekerja lebih giat meningkatkan produktifitas yang maksimal dan tingkat kedisiplinan yang bisa ditingkatkan melalui promosi jabatan.

6. REFERENSI

- [1] A.M, Sardiman(2007) *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Gravindo Persada.
- [2] Abdurrahmat Fathoni. 2006. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Rineka Cipta, Jakarta.
- [3] Ahmad Tohardi, (2002), *Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia*, Universitas Tanjung Pura, Mandar Maju, Bandung.
- [4] Arif Nasution, 2000, *Demokrasi dan Problema Otonomi Daerah*, Mandar Maju, Bandung.
- [5] Azar dan Shafighi. 2013. *The Effect of Work Motivation on Employees Job Performance*. Volume 3.
- [6] B. Siswanto Sastrohadiwiry, DR. 2003, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*, edisi 2, PT. Bumi Aksara, Jakarta
- [7] Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta

- [8] Ghozali, Imam. (2002). *Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- [9] Handoko, Hani. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Edisi 2. BPFE Yogyakarta.
- [10] Hasibuan, M.S.P., 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, PT Bumi Aksara, Jakarta
- [11] Hasibuan, Malayu S. P. 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi : Jakarta. Bumi Aksara.
- [12] Hasibuan, Malayu S.P 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan kesembilan, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- [13] Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- [14] Hasibuan, Malayu. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- [15] <http://chandrabayuu.blogspot.co.id/2012/12/promosi-jabatan-pengertian-dan-tujuan.html> (diunduh pada 15 November 2015)
- [16] <http://digilib.unpas.ac.id/files/disk1/89/jbptunpaspp-gdl-yerikanovi-4433-2> babii.pdf (diunduh pada 21 November 2015)
- [17] <http://harisahmad.blogspot.co.id/2010/05/pengertian-motivasi.html> (diunduh 4 November 2015)
- [18] <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/16978/4/Chapter%20II.pdf> (diunduh pada 15 November 2015)
- [19] <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/22504/3/Chapter%20III-V.pdf> (diunduh pada 25 November)
- [20] Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- [21] Kuncoro, M.(2003), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*, Erlangga, Jakarta.
- [22] Manullang. (2004). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- [23] Moekijat. 2002. *Dasar-Dasar Motivasi*. Bandung: Pioner Jaya. Muchdarsyah Sinungan. (2005). *Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara
- [24] Nasution, M.N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- [25] Sanusi, Anwar. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta, Indonesia
- [26] Soejono. 1997. *Sistem dan Prosedur Kerja*. Jakarta : Bumi Aksara.
- [27] Sofyandi, Herman dan Iwa Garniwa, (2007), *Perilaku Organisasional*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- [28] Sondang P. Siagian, 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara. Jakarta
- [29] Sugiyono. (2005) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABET
- [30] Sulaiman. 2011. *Analisis Deferensiasi Kepuasan Kerja melalui Hierarki Kebutuhan Maslow studi kasus pegawai negeri sipil dan non pegawai negeri sipil RS. H.Marzoeki Mahdhi Bogor*. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- [31] Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- [32] Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi ke-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

PENGARUH KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KINERJA KARYAWAN UKM KULINER KOTA PALEMBANG

Tiri Jarmawati ¹⁾, Heriyanto ²⁾, Dina Mellita ³⁾

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma Palembang

¹Email : thirijarmawati@yahoo.co.id

²Email : heriyanto@binadarma.ac.id

³Email : dinamellita@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of human resource competencies to employees performance small and medium enterprises (Rumah Makan Selera Baru). Data were collected through questionnaires and observation. Data are presented in tabular form with the data analysis using validity and reliability test, and continued to test classical assumption of normality test and heteroscedasticity test and then it is analyzed using simple regression analysis. Result of the validity and reliability test showed that the data is valid and reliable. The result of the normality test and heteroscedasticity test showed that the data were normally distributed and there are no symptoms of deviation which means the data is free from symptoms heteroscedasticity. While the simple linear regression result shows that the obtained value of 4,744 T count is greater than value of T table 1,708 which means accepting H_a and rejecting H_o . From the result of regression is also the value of X to Y of 4,744 which means that the influence of independent variable (competence) to the dependent variable (performance of employees) amounted to 95,25% while the remaining 4,75% is influenced by other variables. From regression result it can be concluded that the partial and simultaneous, competence positively affect employees performance small and medium enterprises (Rumah Makan Selera Baru)

Keywords : Competence, Human Resource, Performance, Small and medium Enterprises, and Culinary

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah adalah sebuah istilah mengacu ke jenis usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri.

Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah menjadi sangat strategis, karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat, dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraannya. Eksistensi dan peran UKM pada tahun 2007 mencapai 49,84 juta unit usaha, dan merupakan 99,99% dari pelaku usaha nasional, dalam tata perekonomian nasional sudah tidak diragukan lagi, dengan melihat kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, nilai ekspor nasional dan investasi nasional.

Hingga tahun 2011 Jumlah UKM di Indonesia mencapai 52 juta. UKM di Indonesia sangat penting bagi ekonomi karena menyumbang 60% dari PDB dan menampung 97% tenaga kerja. Dari hal tersebut bisa dilihat bahwa UKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Tetapi akses lembaga keuangan sangat terbatas baru 25% atau 13 juta pelaku UKM yang mendapat akses lembaga keuangan. Pemerintah Indonesia membina UKM melalui Dinas Koperasi dan UKM di masing-masing Provinsi atau Kabupaten/Kota. Sedangkan tahun 2014 tercatat 57,9 juta pelaku UKM dengan memberi kontribusi terhadap PDB 58,92% dan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 97,30%.

Pengembangan UKM harus disertai dengan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) dalam berbagai aspek. Peningkatan kualitas kompetensi SDM sangat diperlukan. Pengembangan SDM harus dilakukan tidak hanya kepada UKM sebagai pemilik usaha tetapi juga pada karyawannya. Karena sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat berharga, maka perusahaan bertanggung jawab untuk memelihara kualitas kehidupan kerja agar dan membina tenaga kerja agar bersedia memberikan sumbangan secara optimal untuk mencapai tujuan perusahaan.

Kompetensi yang dimiliki sumber daya manusia sangat mempengaruhi kinerja. Dimana kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan organisasi. Apabila kinerja individu baik, maka kemungkinan besar kinerja perusahaan atau organisasi baik. Indikator dari kinerja adalah melakukan tugas sesuai dengan yang diberikan, output yang dihasilkan sesuai target, mengetahui bidang pekerjaan, menghasilkan output, bekerja solid, menyesuaikan dengan keadaan, rajin masuk, dapat ditempatkan dibagian lain, menjaga tempat kerja tetap bersih dan menciptakan suasana kerja dengan aman.

Untuk melihat apakah kompetensi mempengaruhi kinerja karyawan maka dilakukan penelitian pada salah satu usaha kecil menengah yang bergerak dibidang kuliner yaitu Rumah Makan Selera Baru yang beralamat di Jl. Jend. A. Yani No. 30. 10 Ulu darat samping Ir. Gotong Royang Universitas PGRI Palembang. Alasan meneliti tentang kompetensi adalah karena kompetensi merupakan sesuatu yang wajib dimiliki oleh seorang karyawan agar bisa menjalankan tugasnya dengan baik, maka variabel ini sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kinerja yang baik.

Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Karyawan Usaha Kecil Menengah (Rumah Makan Selera Baru)

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah kompetensi mempengaruhi kinerja karyawan usaha kecil menengah (Rumah Makan Selera Baru).

Manfaat Penelitian

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep pemikiran terutama tentang pengaruh kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja karyawan usaha kecil menengah.

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan kompetensi yang harus dimiliki oleh setiap karyawan disebuah perusahaan dan dapat diharapkan menjadi acuan bagi penyusunan program perekrutan sumber daya manusia berdasarkan kompetensi yang harus dimilikinya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kompetensi

Kompetensi adalah sebuah model alir sebab akibat yang menunjukkan bahwa kemampuan, keterampilan, konsep diri, dan kompetensi pengetahuan yang dibangkitkan oleh suatu keadaan, dapat memperkirakan pelaku pelaku cakap. Indikator dari kompetensi adalah mempelajari hal baru, memproses dan mengatur informasi, terampil dalam mengambil keputusan, terampil komunikasi, berpikir kreatif, kemauan belajar, memiliki pemikiran strategis, mengembangkan diri, dan menyesuaikan diri dengan cepat.

Analisa Kompetensi

Kompetensi SDM yang diperlukan untuk menghadapi tantangan baru dan jenis-jenis organisasi ditempat kerja, dapat diperoleh dengan pemahaman ciri-ciri yang kita cari dari orang-orang yang bekerja dalam organisasi-organisasi tersebut. Konsep dasar standart kompetensi ditinjau dari estimologi, standar kompetensi terbuka atas dua kosa kata yaitu standar dan kompetensi. Standar diartikan sebagai ukuran atau patokan yang disepakati, sedangkan kompetensi diartikan sebagai kemampuan melaksanakan tugas-tugas ditempat kerja yang mencakup menerapkan keterampilan (*Skills*) yang didukung dengan pengetahuan (*cognitive*) dan kemampuan (*ability*) sesuai dengan kondisi yang dipersyaratkan. Dengan demikian standar kompetensi dapat diasumsikan sebagai rumusan tentang kemampuan dan keahlian yang harus dimiliki oleh tenaga kerja (SDM) dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan/disepakati

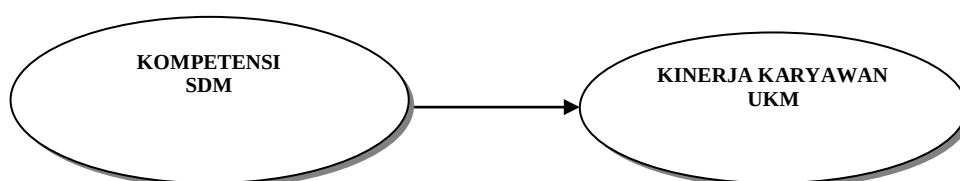
Pengertian Kinerja

Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan organisasi. Apabila kinerja individu baik, maka kemungkinan besar kinerja perusahaan atau organisasi baik. Indikator dari kinerja adalah melakukan tugas sesuai dengan yang diberikan, output yang dihasilkan sesuai target, mengetahui bidang pekerjaan, menghasilkan output, bekerja solid, menyesuaikan dengan keadaan, rajin masuk, dapat ditempatkan dibagian lain, menjaga tempat kerja tetap bersih dan menciptakan suasana kerja dengan aman).

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan bagian terpenting dalam suatu laporan hasil penelitian. Selain menggambarkan model konseptual penelitian, juga sebagai gambaran secara umum proses penelitian tersebut dilakukan. Menurut Umar Sakaran, kerangka penelitian merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai masalah yang penting. Suatu konseptual memberikan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (obyek) penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kerangka penelitian seperti diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kompetensi terhadap kinerja karyawan Rumah Makan Selera Baru

Ha : Adanya pengaruh yang signifikan antara kompetensi terhadap Kinerja karyawan Rumah Makan Selera Baru.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian diskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan kompetensi populasi atau fakta empiris. Keadaan populasi atau fakta empiris yang akan dideskripsikan dalam penelitian adalah tentang pengaruh kompetensi SDM (Sumber Daya Manusia) UKM (Usaha Kecil Menengah) terhadap kinerja karyawan UKM Rumah Makan Selera Baru.

Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain yaitu : Variabel kompetensi SDM yang merupakan variabel bebas (X) (independent Variable). Sedangkan variabel tergantung (dependent variable) yang digunakan adalah variabel Kinerja UKM (Y).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 25 orang berdasarkan jumlah karyawan pada Rumah Makan Selera Baru yang terdiri dari beberapa bagian seperti dapur, cuci piring, dan bagian pelayanan didepan.

Sedangkan sampling yang digunakan dengan menggunakan model sampling jenuh. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2013 : 122).

Sumber Data

Data primer yaitu data yang yang diperoleh dari sumber-sumber asli. Sumber asli disini diartikan sebagai sumber pertama dari mana data tersebut diperoleh. Adapun cara yang dilakukan adalah wawancara dan dan observasi.

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti dalam dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku-buku, media internet dan lain-lain.

Teknik pengumpulan Data

Untuk menghimpun data yang akan digunakan dalam menganalisis penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner.

1. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung pada aktivitas UKM.
2. Kuesioner yaitu dengan mengedarkan daftar pertanyaan terstruktur kepada karyawan UKM yang menjadi sampel (responden) penelitian ini.

Metode Kuantitatif

Analisis yang menggunakan angka yang diperoleh dari hasil perhitungan dan penelitian terhadap pengaruh kompetensi SDM yang dihubungkan dengan kinerja karyawan UKM Rumah Makan Selera Baru. Dimana angka-angka tersebut berasal dari hasil kuesioner.

Data yang dientry akan di cek ulang kebenarannya dan kelengkapannya sebelum dianalisis, pengolahan data dilakukan dengan bantuan program excel dan SPSS serta software lain yang diperlukan. Hasil analisis akan ditampilkan secara deskriptif baik kualitatif maupun kuantitatif dan dilengkapi dengan menggunakan table agar lebih komunikatif. Sedangkan analisis data digunakan analisis statistik inferensial yaitu analisa regresi linear sederhana (simultan) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) baik secara simultan.

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Uji validitas adalah skala pengukuran yang disebut valid, bila peneliti membuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada obyek, maka data tersebut dapat dinyatakan tidak valid. (Sugiyono 2013 : 455)

Uji realibilitas instrument dapat dilakukan dengan eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (*stability*). (Sugiyono 2013 : 456).

Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas dan Uji Heteroskedastisitas)

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio.

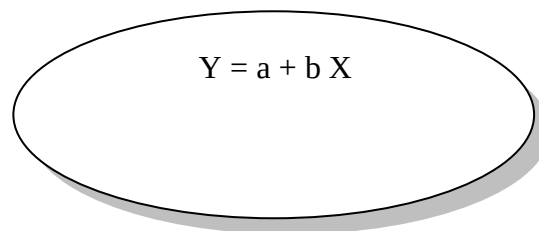
Sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi kelasik heteroskedastisitas.

Alat Analisis Data

Dalam fokus penelitian ini akan digunakan alat analisis data Regresi Linear Sederhana yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Rumus :

Gambar 3.1 Persamaan Regresi


$$Y = a + b X$$

Ket :

Y = Variabel Terikat (Kinerja)

X = Variabel Bebas (Kompetensi)

a = Nilai Konstanta

b = Nilai koefisien regresi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Berdasarkan kriteria responden yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Rumah Makan Selera Baru. Data demografi menyajikan informasi umum mengenai kondisi responden yang dapat di analisis secara kualitatif berdasarkan usia, jenis kelamin dan pendidikan terakhir dari para responden. Data demografi responden secara lebih jelas disajikan dalam tabel-tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Usia Responden

Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
10-20	2	8
21-30	17	68
31-40	6	24
41-50	0	0
>50	0	0
Total	25	100%

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	22	88
Perempuan	3	12
Total	25	100%

Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan Responden	Jumlah	Persentase (%)
SMP	1	4
SMA/SMK	21	84
D3	2	8
S1	1	4
Total	25	100%

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Kompetensi (X)

Item	Nilai Frekuensi	R. Tabel	Ket
XP.1	0,538	0,396	Valid
XP.2	0,529	0,396	Valid
XP.3	0,401	0,396	Valid
XP.4	0,694	0,396	Valid
XP.5	0,542	0,396	Valid
XP.6	0,567	0,396	Valid
XP.7	0,696	0,396	Valid
XP.8	0,403	0,396	Valid
XP.9	0,487	0,396	Valid
XP.10	0,598	0,396	Valid

Tabel diatas menunjukkan item-item pertanyaan yang telah di uji ke validannya dengan melihat signifikasi, semua item pertanyaan memiliki signifikasi 0,396 kurang dari 5% (0,05) maka variabel tersebut dinyatakan valid

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kinerja (Y)

Item	Nilai Frekuensi	R Tabel	Ket
XP.1	0,605	0,396	Valid
XP.2	0,418	0,396	Valid
XP.3	0,638	0,396	Valid
XP.4	0,583	0,396	Valid
XP.5	0,464	0,396	Valid
XP.6	0,488	0,396	Valid
XP.7	0,415	0,396	Valid
XP.8	0,543	0,396	Valid
XP.9	0,445	0,396	Valid
XP.10	0,486	0,396	Valid

Tabel diatas menunjukan item-item pertanyaan yang telah di uji ke validannya dengan melihat signifikasi, semua item pertanyaan memiliki signifikasi 0,396 kurang dari 5% (0,05) maka variabel tersebut dinyatakan valid.

Uji Realibilitas Variabel Kompetensi (X)

Tabel 4.6 Reliability Statistics X

Cronbach's Alpha	N of Items
,635	10

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,635 dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (rialibel) bila memiliki koefesien keandalan atau Alpha sebesar 0.06 atau lebih sehingga item pertanyaan untuk mendapatkan nilai nilai variabel X dapat dikatakan riabel.

Uji Realibilty Variabel Kinerja (Y)

Tabel 4.7 Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,698	10

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,698 dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (realibel) bila memiliki koefesien andalan atau Alpha sebesar 0,06 atau lebih sehingga item pertanyaan untuk mendapatkan nilai variabel Y dapat dikatan realibel.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****Tabel 4.8 Uji Normalitas**

		Kompetensi	Kinerja
N		25	25
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33,68	31,64
	Std. Deviation	3,224	3,751
Most Extreme Differences	Absolute	,168	,282
	Positive	,153	,162
	Negative	-,168	-,282
Test Statistic		,168	,282
Asymp. Sig. (2-tailed)		,065 ^c	,063 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas, variabel kompetensi (X) diperoleh nilai sig. 0,065 maka dapat dijelaskan bahwa nilai sig. 0,065 > 0,05 (5%) ini berarti H_a diterima yang berarti data terdistribusi norma

Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas (Correlations)

			Kompetensi	Kinerja	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kompetensi	Correlation Coefficient	1,000	,646**	,771**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,073
		N	25	25	25
	Kinerja	Correlation Coefficient	,646**	1,000	,144
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,491
		N	25	25	25
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,771**	,144	1,000
		Sig. (2-tailed)	,073	,491	.
		N	25	25	25

Berdasarkan tabel diatas, variabel kompetensi (X) diperoleh nilai sig. 0,073 maka dapat dijelaskan bahwa nilai sig. 0,073 > 0,05 (5%) ini berarti maka terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.10 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,670	1	1,670	22,503	,000 ^b
	Residual	1,707	23	,074		
	Total	3,378	24			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Kompetensi

Tabel 4.11 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,408	,584		,699	,492
	Kompetensi	,818	,173	,703	4,744	,000

a. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,408 + 0,818 X$$

Berdasarkan tabel diatas hasil analisis regresi diketahui bahwa kompetensi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T hitung sebesar 3,588 dengan nilai (sig) 0,004. Nilai T hitung (4,744) > T tabel (1,708) , dan nilai sig. 0,002 < 0,05; yang artinya menerima H_0 dan menolak H_a seperti pada hipotesis yang berarti “*ada pengaruh yang signifikan antara kompetensi (X) terhadap kinerja karyawan (Y) secara parsial dan simultan pada Rumah Makan Selera Baru*”

Dari hasil diatas diperoleh nilai X terhadap Y sebesar 4,744 yang dapat di artikan bahwa pengaruh variabel bebas kompetensi terhadap variabel terikat kinerja karyawan adalah 95,25 % sedangkan sisanya 4,75 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Dari hasil penelitian ini juga diketahui bahwa kompetensi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kevin Laban, Hani Sirine (2014) yang menjelaskan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan baik secara parsial maupun simultan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa kompetensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan baik secara parsial maupun simultan.

Saran

1. Peneliti hanya meneliti pengaruh kompetensi terhadap kinerja dari sudut karyawan. Penelitian selanjutnya diharapkan peneliti melihat dari sudut pandang pengusahanya. Jika hanya menggunakan sudut pandang karyawannya maka jawaban hasil penelitian akan dinilai baik oleh karyawan itu sendiri. Kemudian variabel kompetensi dan kinerja karyawan dalam penelitian ini menggunakan indikator empirik yang masih abstrak. Peneliti melihat masih banyak indikator lain yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Peneliti melihat masih terdapat variabel-variabel lain selain kompetensi yang memengaruhi kinerja seperti : motivasi, kepuasan kerja, dan kepemimpinan menurut Siagian dalam penelitian Kevin Laban dan Hani Sirine (2014). Sehingga hal ini bisa dikaji kembali dan perlu ditelaah lebih lagi dan penelitian ini dapat dipakai untuk mengukur keunggulan kompetitif disuatu daerah.

6. REFERENSI

- [1] Fahmi, Irham.2011. *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta
- [2] Priansa, Donni Juni.2014. *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Bandung : Alfabeta
- [3] Sugiyono.2013.*Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- [4] Sirine, Hani dan Kevin Laban.2014. *Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja pada UKM Makanan Khas di Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana
- [5] Wikipedia Indonesia. *Usaha Kecil Menengah*.(Online) di akses 22 November, Pukul 20 : 00
- [6] BPS.go.id. *Jumlah Usaha Kecil Menengah di Indonesia*. (Online) 22 November, Pukul 22 : 45

PENGARUH PROMOSI JABATAN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. PGASCOM PALEMBANG

Trian alfian¹⁾, Wiwin Agustian²⁾, Irwan Septayuda³⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Darma

1Trianalfian85@gmail.com

2wiwinagustian@binadarma.ac.id

3irwan.septayuda@binadarma.ac.id

Abstract

This study aims to determine whether the promotion and selection influence the performance of employees PT. PGASCOM Palembang. Based on the results of the t test (partial) there is a significant and positive influence between promotion (X1) the Employee Performance (Y) partially namely $t_{count} 8.375 > t_{table} 1.688 < 0.05$. While the selection (X2) the Employee Performance (Y) with $t_{hitung} 7.145 > 1.688$ with significant $t_{table} 0.009 < 0.05$, which means that H_0 is rejected while the results of the F test (simultaneous) values of $F > F_{table}$ is $9.023 > 2.7942$ with significant $0.002 < 0.05$ then the hypothesis is formulated that H_0 is rejected. This shows that there is significant influence between promotion (X1) and selection (X2) on the Performance (Y) simultaneously at PT. PGASCOM Palembang. As well as the R-square value of 0.345 means that these two variables have contributed 34.5% to the Employee Performance PT. PGASCOM Palembang.

Keywords: Promotion Position, Selection and Performance.

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, dimana persaingan semakin kompetitif, maka pengolahan sumber daya manusia (SDM) merupakan hal yang penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Seperti yang dikemukakan oleh Mangkuprawira (2002:122), bahwa sumber daya manusia merupakan salah satu motor penggerak utama bagi setiap operasi perusahaan. Sehingga pengembangan sumber daya manusia merupakan cara utama untuk memenangkan kompetisi global. PT PGASCOM merupakan anak perusahaan dari PT Gas Negara (Persero) Tbk yang bergerak dibidang penyediaan layanan jaringan telekomunikasi. Sebagai perusahaan backbone provider, PT.PGASCOM mengoperasikan jaringan serat optic bagi industri telekomunikasi di Indonesia. PT.PGASCOM mengelola jaringan serat optic milik PGN yang membentang sepanjang 1.300km dari Singapura ke Batam, Jambi, Gresik, Prabumulih (jalur jaringan dari Bandar Lampung sampai ke Jakarta dan seterusnya merupakan pengembangan jaringan yang dibangun oleh PT.PGASCOM sendiri).

Masalah yang di hadapi pada PT. PGASCOM dalam proses promosi jabatan yakni masalah persahabatan. Ikatan informal yang kuat diciptakan antara karyawan PT. PGASCOM dengan minat, ide, nilai, kepercayaan dan sikap satu sama lainnya. Sebagai akibatnya, ikatan informal seperti itu antara pengambil keputusan dengan kandidat promosional dapat menjadi faktor signifikan dalam memutuskan siapa yang akan mendapatkan promosi jabatan dan siapa yang tidak. Terutama pada level organisasional puncak, eksekutif lebih menyukai bekerja dengan orang-orang yang perasaan dan persepsinya merupakan cermin dari mereka sendiri. Artinya ada ketidakadilan dari pimpinan dalam melakukan proses promosi jabatan. Pimpinan lebih menyukai pegawai yang dikenalnya untuk dipromosikan jabatannya.

PT. PGASCOM belum mempunyai standar dalam melakukan proses seleksi calon pegawai. Standar merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Tanpa standar, tidak dapat diketahui kapan suatu tujuan tercapai.

Dengan temuan masalah-masalah yang ada diatas oleh karena itu penulis ingin meneliti apakah terdapat pengaruh motivasi dan pengawasan terhadap kinerja karyawan PT. PGASCOM Palembang.

2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian Promosi Jabatan

Menurut Manullang (2004:153) promosi jabatan berarti kenaikan jabatan, yakni menerima kekuasaan dan tanggung jawab lebih besar dari kekuasaan dan tanggung jawab sebelumnya.

Menurut Nasution (2000:140) promosi jabatan adalah proses bergerak maju dan meningkat dalam suatu jabatan yang didudukinya.

Berdasarkan pengertian promosi menurut para ahli di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa promosi jabatan adalah perpindahan karyawan untuk menempati jabatan yang lebih tinggi di dalam struktur organisasi, disertai dengan bertambahnya hak maupun kewajiban. Promosi yang diberikan tidak selalu memuat penambahan hak dan kewajiban secara bersamaan, terkadang promosi memberi penambahan kewajiban tidak disertai penambahan hak.

Pengertian Seleksi

Menurut Kusdyah (2008:99) dalam sebuah proses seleksi, memilih karyawan secara tepat merupakan hal yang penting. Pertama, tercapainya tujuan organisasi bergantung pada bawahan. Karyawan yang profesional akan bekerja sebaik mungkin bagi organisasi. Seleksi adalah serangkaian kegiatan yang digunakan untuk memutuskan apakah pelamar diterima atau ditolak.

Proses seleksi pegawai sangat bervariasi pada organisasi satu dengan organisasi lain dan pekerjaan satu dengan pekerjaan lain. Proses ini dilakukan setelah pelamar yang memenuhi syarat terkumpul.

Pengertian Kinerja

Menurut Wibowo (2014:7) kinerja berasal dari pengertian *performance*. Ada pula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung.

Menurut Wibowo (2014:44) Kinerja merupakan tanggung jawab setiap individu terhadap pekerjaan, membantu mendefenisikan harapan kinerja, mengusahakan kerangka kerja bagi supervisor dan pekerja saling berkomunikasi.

Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga Promosi Jabatan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. PGASCOM Palembang.
2. Diduga Seleksi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. PGASCOM Palembang.
3. Diduga Promosi Jabatan dan Seleksi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. PGASCOM Palembang.

3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian yang penulis teliti adalah PT.PGASCOM Palembang, yang bergerak dibidang penyediaan layanan jaringan telekomunikasi. Yang beralamatkan Jln. Darmapala No. 20 Palembang.

Untuk mendapatkan informasi data yang lengkap penulis menggunakan beberapa teknik yang diperlukan diantaranya :

a. Wawancara

Merupakan pengambilan data yang dilakukan penulis dengan Tanya jawab langsung terhadap pihak PT. PGASCOM Palembang.

b. Observasi

Suatu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan di PT. PGASCOM Palembang.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan kuesioner langsung kepada Konsumen di PT. PGASCOM Palembang.

Dari hasil penelitian yang dikumpulkan maka selanjutnya akan dapat disajikan metode analisis sebagai berikut :

1. Pengujian Hipotesis

Sugiyono (2014:445) mengemukakan uji validitas yaitu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Priyatno (2014:64) menyatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Priyatno (2014:148) menyatakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi ganda dirumuskan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = (Kinerja)

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

X_1 = (Promosi Jabatan)

X_2 = (Seleksi)

3. Analisis Koefisien Korelasi

Sunyoto (2015:125) menyatakan bahwa analisis korelasi merupakan analisis untuk mengukur tingkat asosiasi atau hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat melalui koefisien korelasi yang disimbolkan dengan huruf (r). Besarnya koefisien korelasi antara -1 sampai dengan 1.

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Kuncuro 2011:108).

5. Uji T

Sunyoto (2014:152) menyatakan uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen (X_1 Promosi Jabatan dan X_2 Seleksi) secara individu terhadap variabel dependen (Y) Kinerja.

6. Uji F

Menurut Kuncoro (2011:106) uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

PGASCOM berdiri sejak tahun 2008. PGASCOM merupakan anak perusahaan dari PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk yang bergerak dibidang penyediaan layanan jaringan telekomunikasi. Sebagai perusahaan *backbone provider*, PGASCOM mengoperasikan jaringan serat optik bagi industri telekomunikasi di Indonesia. PGASCOM mengelola jaringan serat optik milik PGN yang membentang sepanjang 1.300 km dari Singapura ke Batam, Jambi, Gresik, Prabumulih (jalur jaringan dari Bandar Lampung sampai ke Jakarta dan seterusnya merupakan pengembangan jaringan yang dibangun oleh PGASCOM sendiri).

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Analisis Regresi

Variabel	Beta	T	Sig.	Keterangan
Konstanta	4,536	1,620	0,115	Signifikan
X_1	0,396	8,375	0,003	Signifikan
X_2	0,035	7,145	0,009	Signifikan

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,536 + 0,396 X_1 + 0,035 X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 4,536 artinya jika promosi jabatan (X_1) dan seleksi (X_2) adalah 0, kinerja (Y) nilainya adalah 4,536.
- Koefisien regresi variabel promosi jabatan (X_1) sebesar 0,396 artinya jika promosi jabatan mengalami kenaikan 1% maka kinerja (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,396.
- Koefisien regresi variabel seleksi (X_2) sebesar 0,035 maka artinya jika seleksi mengalami kenaikan sebesar 1% maka kinerja (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,035.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.2
Koefisien Korelasi

Model	R	R Square
1	0,793	0,345

Sumber : Hasil olahan data SPSS 16

Berdasarkan hasil tabel diatas terlihat bahwa nilai r (koefisien Korelasi) sebesar 0,793 yang berarti bahwa variabel dependen dan independen dapat dikategorikan memiliki hubungan linier yang kuat.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.3
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,793	0,345

Sumber : Hasil olahan data SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,345 dari nilai R^2 , yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 34,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 4.4
Hasil analisis Uji T

Model	T	Sig.	Keterangan
1	8,375	0,003	Signifikan
2	7,145	0,009	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data SPSS 16

Berdasarkan pengujian didapatkan bahwa Signifikansi < 0.05 . dari tabel diatas didapatkan variabel promosi jabatan $0,003 < 0,05$, maka pengaruh promosi jabatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $8,375 > 1,688$ maka berpengaruh secara signifikan. Dari tabel diatas didapatkan variabel seleksi $0,009 < 0,05$, maka pengaruh seleksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $7,145 > 1,688$ maka berpengaruh secara signifikan.

Uji F

Tabel 4.5
Hasil analisis Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
1	9,023	0,002	Signifikan

Sumber : Hasil olahan data SPSS 16

Berdasarkan Tabel di atas, untuk mengetahui uji F adalah dengan membandingkan besarnya angka F_{hitung} dengan F_{tabel} . Selain itu dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan dengan α (0,05) yaitu signifikan $<0,05$. Berdasarkan perhitungan uji F, maka diperoleh F_{hitung} sebesar $9,023 > F_{tabel}$ sebesar $2,7942$. Artinya ada pengaruh promosi jabatan dan seleksi terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan hasil perhitungan uji F juga diperoleh angka signifikansi dalam penelitian sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya ada pengaruh promosi jabatan dan seleksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil analisis regresi berganda diatas didapatkan nilai koefisien regresi variabel promosi jabatan (X_1) sebesar $0,396$ sedangkan konstantanya sebesar $4,536$. Maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda seperti berikut :

$$Y = 4,536 + 0,396X_1 + 0,035X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Konstanta sebesar $4,536$ artinya jika promosi jabatan (X_1) dan seleksi (X_2) adalah 0 , Kinerja Karyawan (Y) nilainya adalah $4,536$. Koefisien regresi variabel promosi jabatan (X_1) sebesar $0,396$ artinya jika promosi jabatan mengalami kenaikan 1% maka Kinerja Karyawan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar $0,396$. Koefisien regresi variabel seleksi (X_2) sebesar $0,035$ maka artinya jika seleksi mengalami kenaikan sebesar 1% maka Kinerja Karyawan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar $0,035$.

Korelasi setiap butir pertanyaan tentang promosi jabatan lebih besar dari r tabel yang telah ditentukan dan dinyatakan semua butir pertanyaan tersebut valid. Dari nilai sig. semua butir pertanyaan juga $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan variabel promosi jabatan pada penelitian ini valid.

Berdasarkan hasil uji SPSS.16 diketahui bahwa variabel promosi jabatan (X_1) mendapatkan t_{hitung} $8,375$ dengan nilai sig. $0,003$, maka dapat dijelaskan bahwa nilai sig. $0,003 < 0,05$. Sedangkan seleksi (X_2) nilai $t_{hitung} = 7,145$ dengan probabilitas sebesar $0,009 < 0,05$ artinya tolak H_0 dan terima H_a dimana $t_{tabel} = 1,688$ maka $t_{hitung} < t_{tabel}$.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang nyata (signifikan) dari variabel promosi jabatan (X_1) dan variabel seleksi (X_2) terhadap variabel kinerja karyawan (Y), karena dengan perbandingan nilai sig. $0,002 < 0,05$ nilai sig. tersebut lebih kecil dari standar eror yang telah ditentukan, maka dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian didapatkan bahwa signifikansi $>0,05$. Dari tabel diatas didapatkan variabel promosi jabatan $0,003 < 0,05$, maka pengaruh promosi jabatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $8,375 > 1,688$ maka berpengaruh secara signifikan. Dari kesimpulan di atas dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi jabatan terhadap kinerja karyawan pada PT. PGASCOM PALEMBANG.

2. Dari tabel diatas didapatkan variabel seleksi $0,009 < 0,05$, maka pengaruh seleksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan $T_{hitung} > T_{tabel}$ $7,145 > 1,688$ maka berpengaruh secara signifikan. Dari kesimpulan di atas dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara seleksi terhadap kinerja karyawan pada PT. PGASCOM PALEMBANG.
3. Berdasarkan perhitungan uji F, maka diperoleh F_{hitung} sebesar $9,023 > F_{tabel}$ sebesar 2,7942. Berdasarkan hasil perhitungan uji F juga diperoleh angka signifikansi dalam penelitian sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya ada pengaruh promosi jabatan dan seleksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Saran

Atas dasar temuan dari penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Karyawan beranggapan bahwa bekerja secara individu akan lebih maksimal dibandingkan bekerja secara tim. Untuk memperbaiki sikap karyawan yang demikian perusahaan harus meyakinkan dan mencoba mengubah cara pandang karyawannya bahwa kerja sama tim adalah cara yang baik dalam menyelesaikan suatu pekerjaan dengan efektif dan efisien. Kerja sama tim juga mampu memupuk rasa solidaritas yang tinggi bagi setiap karyawan.
2. Karyawan beranggapan bahwa tingkat pendidikan bukanlah hal yang paling utama seseorang diterima atau tidaknya di suatu perusahaan. Dalam hal ini perusahaan juga sebaiknya melihat dari faktor lainnya yaitu seperti dari pengalaman kerja calon karyawan dan kemampuan calon karyawan dalam menganalisa suatu pekerjaan.
3. Karyawan beranggapan bahwa tujuan perusahaan bukanlah tujuan utama dari karyawan. Sebaiknya perusahaan tidak terlalu menekankan karyawan untuk mencapai target perusahaan karena itu akan berdampak pada tekanan mental terhadap karyawan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Suntikan-suntikan motivasi dari perusahaanlah yang akan membuat karyawan bekerja lebih maksimal dan tujuan perusahaan pun akan tercapai.

6. REFERENSI

- [1] Nawawi. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-8. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- [2] Kusdyah. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. C.V Andi Offset. Yogyakarta.
- [3] Mangkuprawira. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- [4] Mudrajad. 2011. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi ke-4. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- [5] Nugroho. 2012. *Pengaruh Proses Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. angkasa Pura I (Persero) Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar*.
- [6] Raymond. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- [7] Riduwan. 2009. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Cetakan ke-2. Alfabeta. Bandung
- [8] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-18. Alfabeta. Bandung.
- [9] Handoko. 2012. *Manajemen*. Edisi ke-2. BPFE. Yogyakarta.
- [10] Wibowo. 2014. *Manajemen Kinerja*. Cetakan ke-4. Edisi ke-6 Buku 1 PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

THE EFFECT OF AUDITOR REPUTATION, PREVIOUS YEAR'S AUDIT OPINION, ROA, AND COMPANY SIZE ON THE GOING-CONCERN AUDIT OPINION

Waseso Segoro¹⁾

Dien Anggraeni²⁾

¹Email: waseso@staff.gunadarma.ac.id

²Email: diien.gie@gmail.com

Abstract

The crisis that happened in 1998 caused the increase of companies getting the going-concern audit opinion. The purpose of this research is to determine the effect of auditor reputation, previous year's audit opinion, return on assets, and company size on a company's probability in getting the going-concern audit opinion, both partially and simultaneously. The data analysed in this research is secondary data with manufacturer companies operating within the fields of textile and garment sub-sectors registered in the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2012-2014 period as the research population. The sample consists of 15 companies. The results of the tests show that partially, previous year's audit opinion and return on assets variables significantly affect the probability of a company getting the going-concern audit opinion. Previous year's audit opinion is the most influential variable because if a company got an audit opinion in the previous year, then it is very likely that the company will get another audit opinion in the current year. Meanwhile, simultaneously, all independent variables affect the probability of a company getting the going-concern audit opinion.

Keywords: *Going Concern Audit Opinion, Auditor Reputation, Previous Year's Audit Opinion, Return on Assets, Company Size*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian mengalami keterpurukan, sehingga banyak perusahaan yang gulung tikar karena tidak bisa melanjutkan usahanya. Akibatnya terjadi peningkatan jumlah perusahaan yang mendapatkan opini audit *qualified going concern* dan *disclaimer* pada tahun 1998 (Praptitorini dan Januarti, 2007).

Perusahaan sub sektor tekstil dan garmen merupakan Sektor ini juga cukup rentan terkena dampak dari gejolak kondisi ekonomi, sehingga sewaktu-waktu bisa mengancam kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“PENGARUH REPUTASI AUDITOR, OPINI AUDIT TAHUN SEBELUMNYA, RETURN ON ASSETS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENERIMAAN OPINI AUDIT GOING CONCERN PERUSAHAAN SUB SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN.”**

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi auditor terhadap penerimaan opini audit *going concern*.
2. Untuk mengetahui pengaruh opini audit tahun sebelumnya terhadap penerimaan opini audit *going concern*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *return on assets* terhadap penerimaan opini audit *going concern*.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini audit *going concern*.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan reputasi auditor, opini audit tahun sebelumnya, *return on assets*, dan ukuran perusahaan terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Reputasi Auditor

Pemberian status going concern bukanlah suatu tugas yang mudah karena berkaitan erat dengan reputasi auditor. DeAngelo (1981) dalam Ramadhany (2004) menyatakan bahwa auditor berskala besar memiliki insentif yang lebih untuk menghindari kritikan kerusakan reputasi dibandingkan auditor skala kecil. Semakin besar Kantor Akuntan Publik dan memiliki reputasi yang baik maka kualitas auditor tersebut juga baik, termasuk dalam pengungkapan masalah going concern.

H₁: Reputasi auditor berpengaruh terhadap penerimaan opini audit going concern.

2.2 Opini Audit Tahun Sebelumnya

Pemberian opini going concern tidak terlepas dari opini audit tahun sebelumnya, karena kegiatan usaha pada suatu perusahaan untuk tahun tertentu tidak terlepas dari keadaan yang terjadi pada tahun sebelumnya (Sari, 2011). Perusahaan yang bersangkutan harus menunjukkan peningkatan yang signifikan sehingga tidak lagi mendapat opini going concern pada tahun selanjutnya.

H₂: Opini audit going concern tahun sebelumnya berpengaruh terhadap penerimaan opini audit going concern.

2.1 Return On Assets ROA)

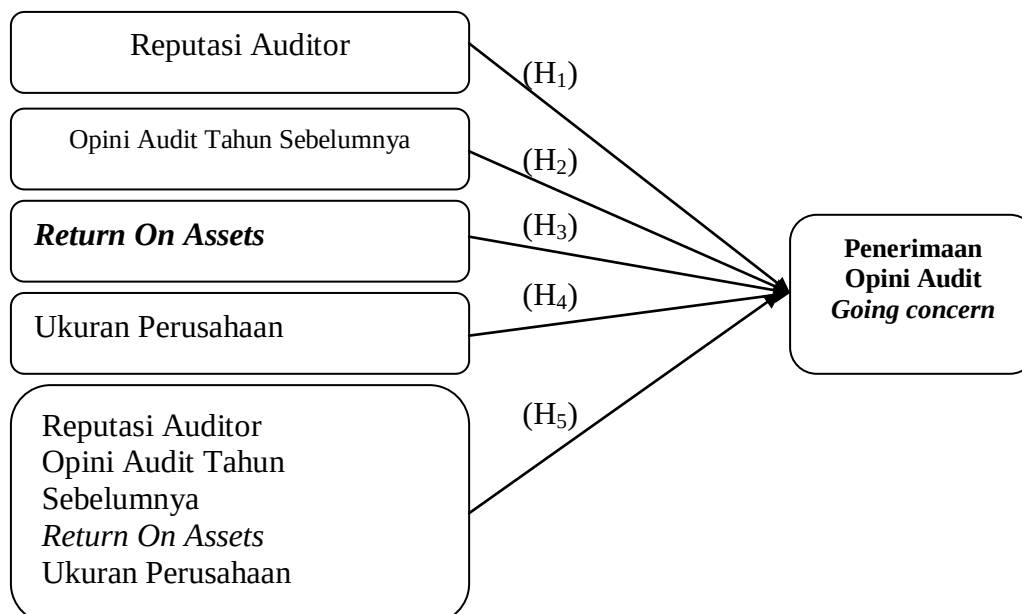
Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba. Dengan kata lain, dapat pula dikatakan bahwa semakin tinggi ROA suatu perusahaan, semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk mendapat opini audit going concern dari auditor karena mampu menjalankan usahanya dengan baik sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Kristiana (2012) menyatakan bahwa ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimanfaatkan.

H₃: Return on assets berpengaruh terhadap penerimaan opini audit going concern.

2.4 Ukuran Perusaaan

Perusahaan yang besar diduga lebih dapat menyelesaikan kesulitan-kesulitan keuangan yang dihadapinya daripada perusahaan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin kecil kemungkinan menerima opini audit going concern.

H₄: Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini audit going concern.



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian dan Jenis Data

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012–2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel dari penelitian ini adalah 15 perusahaan.

3.2 Cara Penentuan Kriteria Data

Sampel dipilih dengan kriteria data sebagai berikut:

Tabel 3.1
Proses Seleksi Sampel berdasarkan Kriteria

No.	Kriteria	Jumlah	Akumulasi
1.	Total Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI periode 2012-2014)		19
2.	Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) setelah 1 Januari 2012	(2)	17
3.	Delisting selama periode pengamatan 2012-2014	(1)	16
4	Tidak menerbitkan laporan keuangan per 31 Desember	(1)	15
Jumlah Sampel Penelitian			15
Jumlah Pengamatan (tahun)			3
Jumlah Total Sampel Selama Periode Penelitian			45

Sumber: Data olahan penulis, 2015

3.3 Teknik Analisis Data

3.3.1 Statistik Induktif (Statistik Inferensi)

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik dengan dibantu software SPSS versi 22.0. Model regresi logistik dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$GC = \alpha + \beta_1 REP + \beta_2 OATS + \beta_3 ROA + \beta_4 SIZE$$

Keterangan

GC : Opini audit *Going Concern*

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi

REP : Reputasi

OATS : Opini audit tahun

ROA : *Return On Assets*

SIZE : Ukuran Perusahaan

Pengujian menggunakan model regresi logistik ini memperhatikan pengujian-pengujian berikut ini:

a. Menilai Kelayakan Model Regresi

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Pengujian kelayakan model regresi dilakukan untuk menilai model yang dihipotesiskan apakah data empiris sesuai dengan model.

b. Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Apabila nilai $-2 LL$ pada saat *Block Number* = 0 lebih besar dari nilai $-2 LL$ pada saat *Block Number* = 1, maka model regresi dapat dikatakan baik. Nilai *Log Likelihood* pada regresi logistik mirip dengan pengertian “*sum of square error*” pada model regresi, sehingga penurunan nilai *Log Likelihood* menunjukkan model regresi yang lebih baik.

c. Menguji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dalam hal ini, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi. Sedangkan variabel yang mempengaruhinya disebut dengan variabel bebas.

d. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam regresi logistik menggunakan versi yang disarankan oleh Nagelkerke, sehingga disebut dengan *Nagelkerke R Square*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN**4.1 Menilai Kelayakan Model Regresi**

Pengujian kelayakan model regresi logistik dapat diukur dengan nilai Chi-Square pada bagian bawah uji Hosmer dan Lemeshow.

Tabel 4.1
Hasil Uji Kelayakan Model Regresi
Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-Square	df	Sig.
1	2,954	7	,889

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0

Nilai probabilitas signifikansi menunjukkan angka 0,889. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (α) sehingga H_0 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai untuk analisis selanjutnya karena tidak terdapat perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

4.2 Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Penurunan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ awal ke $-2 \text{ Log Likelihood}$ akhir menunjukkan model regresi semakin baik.

Tabel 4.2
Nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$ pada Awal (*Block Number* = 0)
Iteration History^{a,b,c}

Iteration	$-2 \text{ Log Likelihood}$
Step 0 1	55,814
2	55,799
3	55,799

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0

Tabel 4.3
Nilai -2 Log Likelihood pada Awal (Block Number = 1)
Iteration History^{a,b,c,d}

Iteration	-2 Log Likelihood
Step 1 1	25,653
2	20,538
3	19,001
4	18,706
5	18,688
6	18,688
7	18,688

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0

Nilai -2 LL pada awal (*Block Number* = 0) lebih besar dari nilai -2 LL pada saat (*Block Number* = 1) atau dengan kata lain terjadi penurunan nilai -2 Log Likelihood sebesar 37,111 sehingga menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan *fit* dengan data.

4.3 Menguji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh hasil dan persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 4.4
Persamaan Regresi dan Hasil Uji Hipotesis secara Parsial
Variables in the Equation

	B	Sig.
Step 1 ^a REP	2,622	,299
OATS	7,529	,007
ROA	-31,865	,043
SIZE	,361	,262
Constant	-13,322	,137

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0

$$GC = -13,322 + 2,622REP + 7,529OATS - 31,865ROA + 0,361SIZE$$

Konstanta sebesar -13,322, menyatakan bahwa jika tidak memperhitungkan variabel reputasi auditor, opini audit tahun sebelumnya, *return on assets*, dan ukuran perusahaan, maka peluang perusahaan untuk mendapat opini audit *going concern* lebih kecil.

Variabel reputasi auditor (REP) memiliki nilai koefisien regresi yang bertanda positif yaitu sebesar 2,622. Hal ini berarti bahwa kemungkinan untuk mendapat opini audit *going concern* bagi perusahaan yang diaudit oleh auditor yang berafiliasi dengan KAP *big four* lebih besar dibandingkan perusahaan yang diaudit oleh auditor yang berafiliasi dengan KAP *non big four*.

Variabel opini audit tahun sebelumnya (OATS) memiliki nilai koefisien regresi yang bertanda positif yaitu sebesar 7,529. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan untuk mendapat opini audit

going concern bagi perusahaan yang pada tahun sebelumnya mendapat opini audit *going concern* lebih tinggi.

Variabel *Return On Assets* (ROA) memiliki koefisien regresi yang bertanda negatif yaitu sebesar -31,865. Hal ini berarti bahwa jika setiap peningkatan satu ROA maka akan mempengaruhi penurunan *going concern* sebesar -31,865. Apabila perusahaan memiliki nilai ROA yang tinggi kemungkinan kecil auditor akan memberikan opini audit *going concern*.

Variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki koefisien regresi yang bertanda positif sebesar 0,361, artinya setiap peningkatan satu ukuran perusahaan akan mempengaruhi kenaikan *going concern* sebesar 0,361. Apabila perusahaan termasuk perusahaan kecil maka auditor akan mengeluarkan opini audit *going concern*.

Berikut ini merupakan hasil pengujian hipotesis secara simultan:

Tabel 4.5
Hasil Uji Hipotesis secara Simultan
Omnibus Tests of Model Coefficients

		<i>Chi-Square</i>	Df	<i>Sig.</i>
Step 1	Step	37,110	4	,000
	Block	37,110	4	,000
	Model	37,110	4	,000

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0

Nilai probabilitas (*sig*) yang terdapat dalam tabel sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05 sehingga keputusannya adalah H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel reputasi auditor, opini audit tahun sebelumnya, *return on assets* (ROA), dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

4.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini adalah tabel hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Step	-2 Log Likelihood	Nagelkerke R Square
1	18,688 ^a	,790

Sumber: Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22.0

Nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,790 atau 79%. Hal ini menunjukkan bahwa 79% variasi dari opini audit *going concern* bisa dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen (reputasi auditor, opini audit tahun sebelumnya, *return on assets*, dan ukuran perusahaan). Sedangkan sisanya sebesar 21% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini misalnya seperti *debt default*, *debt to equity ratio*, pertumbuhan perusahaan, dan lain sebagainya.

4.5 Pembahasan

Tabel 4.7
Rangkuman Hasil Penelitian

Perumusan Hipotesis	Hasil	Makna/Arti
H1 : Reputasi Auditor	$0,229 > 0,05$ (Tidak Berpengaruh)	Besar kecilnya KAP tidak mempengaruhi besar kecilnya kemungkinan penerimaan opini audit <i>going concern</i> .
H2 : Opini Audit Tahun Sebelumnya	$0,007 < 0,05$ (Berpengaruh)	Adanya pengaruh positif antara opini audit tahun sebelumnya terhadap penerimaan opini <i>going concern</i> . Hal ini berarti, jika perusahaan mendapat opini <i>going concern</i> pada tahun sebelumnya, perusahaan tersebut cenderung akan menerima opini yang sama dengan tahun sebelumnya untuk tahun berjalan.
H3 : <i>Return On Assets</i> (ROA)	$0,043 < 0,05$ (Berpengaruh)	Semakin tinggi <i>return on assets</i> (ROA) suatu perusahaan, maka semakin rendah kemungkinan perusahaan tersebut mendapat opini audit <i>going concern</i> dari auditor.
H4 : Ukuran Perusahaan	$0,262 > 0,05$ (Tidak Berpengaruh)	Perusahaan besar akan lebih mampu untuk menyelesaikan masalah keuangan yang dihadapi dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya sehingga opini audit <i>going concern</i> tidak perlu diberikan, sebaliknya dengan perusahaan kecil akan menjadi pertimbangan auditor apakah akan memberikan opini audit <i>going concern</i> atau tidak.
H5 : Reputasi Auditor, Opini Audit Tahun Sebelumnya, <i>Return On Assets</i> (ROA) dan Ukuran Perusahaan	$0,000 < 0,05$ (Berpengaruh)	Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut mampu untuk mempertimbangkan auditor dalam mengeluarkan opini audit <i>going concern</i> .

Sumber: Data olahan Penulis, 2015

5. SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sebagai berikut:

1. Variabel reputasi auditor tidak berpengaruh terhadap kemungkinan penerimaan opini audit *going concern*.
2. Variabel opini audit tahun sebelumnya berpengaruh terhadap kemungkinan penerimaan opini audit *going concern*.
3. Variabel *return on assets* (ROA) berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.
4. Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penerimaan opini *going concern*.

5. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel reputasi auditor, opini audit tahun sebelumnya, *return on assets* (ROA), dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap penerimaan opini audit *going concern*.

5.2 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel, memperpanjang rentang waktu penelitian, dan melakukan penelitian pada Sub Sektor lain dalam perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. *Nagelkerke R square* adalah 79% yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 21% persen dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, diharapkan penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan variabel dependen lain.
3. Kepada manajemen perusahaan hendaknya dapat mengenali lebih dini tanda-tanda kebangkrutan usaha.
4. Memberikan informasi kepada para investor dan calon investor agar berhati-hati dalam memilih perusahaan untuk melakukan investasi.
5. Bagi auditor hendaknya berhati-hati dalam memberikan opini *going concern*.

6. REFERENSI

- [1] Belkaoui, Ahmed. R. 2006. *Teori Akuntansi*. Edisi 5/V. Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- [2] DeAngelo, L. E. 1981. Auditor Size and Auditor Quality. *Journal of Accounting and Economics*. Vol. 3. No. 3. 183-199.
- [3] Kristiana, Ira. 2012. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan terhadap Opini Audit *Going Concern* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Berkala Ilmiah Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 1, No. 1, Januari: 1 – 5.
- [4] Praptitorini, Mirna Dyah dan Indira Januarti. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Audit, *Debt Default*, dan *Opinion Shopping* terhadap Penerimaan Opini *Going Concern*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 8, No. 1, Juni: 78 – 93.
- [5] Ramadhany, Alexander. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Opini Audit *Going Concern*. *Tesis Program Magister Akuntansi Universitas Diponegoro*.
- [6] Sari, Mardhiyyah Ria. 2011. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Auditor dalam memberikan Opini *Going Concern*. *Skripsi Universitas Diponegoro*.