

## SIKAP KEUANGAN PADA PERUSAHAAN KELUARGA: PERAN MODERASI KOMITMEN KELUARGA

Perminas Pangeran

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana*

*Email: perminas\_pangeran@yahoo.com*

**Abstract:** This study aims to examine the moderating role of family commitment to the influence of the financial knowledge, positive experience with debt suppliers, and economic goal orientation to owner-managers' attitudes toward debt financing in family firms. This study was conducted through a questionnaire survey of 66 owners of family firms, operated in Special Region of Yogyakarta. This study used moderated regression analysis. The results of this study found several important things as follows. First, the high family commitment toward business strengthened the positive effect of the positive experience with debt suppliers to owner-managers' attitudes toward debt financing in family firms. Second, the result of the interaction coefficient of economic goal orientation and family Commitment was negative and not significant. Third, the result of the interaction coefficient of financial knowledge and family commitment toward business was positive and not significant. This result was opposite to the direction of prediction of the hypothesis.

**Keywords:** Family Commitment, Financial Knowledge, Positive Experience With Debt Suppliers, And Economic Orientation, Financial Attitudes

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran moderasi komitmen keluarga terhadap bisnis pada pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan penyedia utang, orientasi tujuan ekonomi terhadap sikap keuangan pada utang. Penelitian dilakukan melalui survey kuesioner terhadap 66 pemilik perusahaan keluarga yang beroperasi di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian empiris menyimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut. Pertama, komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan memperkuat pengaruh positif dari pengalaman positif manajer/pemilik dengan penyedia utang terhadap sikap keuangan pemilik/manajer pada utang. Kedua, hasil koefisien interaksi Orientasi Tujuan Ekonomi dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif dan tidak signifikan. Ketiga, hasil koefisien interaksi Pengetahuan Keuangan dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif dan tidak signifikan. Hasil ini berlawanan dengan arah prediksi hipotesis.

**Kata kunci:** Komitmen Keluarga, Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Pengalaman Positif Dengan Penyedia Utang, Orientasi Ekonomi, Sikap Keuangan

### PENDAHULUAN

Keputusan keuangan merupakan keputusan penting yang dilakukan oleh para pengusaha. Pengambilan keputusan keuangan merupakan tantangan bagi pemilik dan manajemen baik bagi perusahaan keluarga maupun non keluarga, karena modal keuangan merupakan sumber bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan (Mahéroult

2004; Van Auken, et al 2009; Koropp, et al, 2013). Dibandingkan dengan perusahaan publik non keluarga, pengambilan keputusan keuangan di perusahaan keluarga sangat berbeda, karena adanya pertimbangan non keuangan, misalnya, kebutuhan untuk kontrol keluarga (Blanco-Mazagatos, et al, 2007; Koropp, et al., 2013).

Meskipun penelitian sebelumnya telah melakukan studi tentang pembiayaan perusahaan keluarga, namun hasil penelitian sebelumnya tidak mempertimbangkan karakteristik unik dari perusahaan keluarga (Koropp et al., 2013). Oleh karena itu penelitian tentang sikap manajer-pemilik menjadi sangat penting untuk diperdalam. Hal ini akan memberi pemahaman dalam dan memberikan wawasan tentang pengaruh karakteristik unik perusahaan.

Tugas pengambilan keputusan keuangan, seperti keputusan pembiayaan, sangat dipengaruhi oleh sikap perilaku pribadi manajer-pemilik (Heck, 2004; Van Auken, 2005). Sikap orang itu terhadap perilaku yang dimaksud merupakan salah satu faktor kunci untuk menjelaskan perilaku membuat keputusan masa depan (Ajzen, 1991). Hasil Penelitian Gallo, et al, (2004) menunjukkan bahwa perusahaan keluarga dalam pengambilan keputusannya didorong oleh pertimbangan ekonomi dan non ekonomi. Dengan demikian, sikap keuangan individu dapat mempengaruhi perilaku keuangan tertentu dan hal ini mungkin penting untuk menjelaskan variasi antara pembiayaan perusahaan keluarga.

Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Koropp, et al, (2013), penelitian ini menggunakan perspektif manajemen strategis atas pilihan struktur modal untuk mengeksplorasi bagaimana karakteristik pribadi (pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan pemasok utang, dan orientasi tujuan ekonomi perusahaan) mempengaruhi sikap pemilik-manajer perusahaan keluarga. Secara khusus, studi ini meneliti sikap finansial pemilik-manajer terhadap pembiayaan utang karena utang biasanya merupakan sumber keuangan eksternal utama yang dipertimbangkan dalam perusahaan keluarga (Romano, et al, 2001).

Sesuai penelitian Koropp, et al., (2013), penelitian ini juga menguji peran komitmen keluarga sebagai pengaruh keluarga yang unik, yang mencerminkan komitmen keluarga, loyalitas, dan kebanggaan dalam bisnis (Klein, et al, 2005; Rutherford, et al, 2008). Komitmen keluarga mempengaruhi proses manajemen strategis dalam perusahaan keluarga, khususnya keputusan pembiayaan (Rutherford, et al, 2008). Oleh karena itu, penelitian ini juga mempertimbangkan komitmen keluarga dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan melalui pembentukan sikap pemilik-manajer.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur perusahaan keluarga dalam beberapa aspek. Pertama, karena kebanyakan studi yang ada tentang pembiayaan perusahaan keluarga fokus pada bisnis sebagai objek penelitian, maka penelitian ini memperluas pemahaman kita tentang pengambilan keputusan keuangan dengan menganalisis dan menggabungkan karakteristik unik dari pemilik atau manajer dan pengaruh mereka pada sikap keuangan terhadap utang. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada sejumlah besar literatur struktur modal ketika hasil mendukung pandangan yang lebih terfokus individual pada keputusan pembiayaan, yang dapat menjelaskan variasi dalam perilaku keuangan diantara perusahaan keluarga. Ketiga, penelitian ini berkontribusi pada teori perusahaan keluarga, seperti yang diteorikan bahwa faktor non ekonomi mempengaruhi proses pengambilan keputusan keuangan dan pembentukan sikap keuangan.

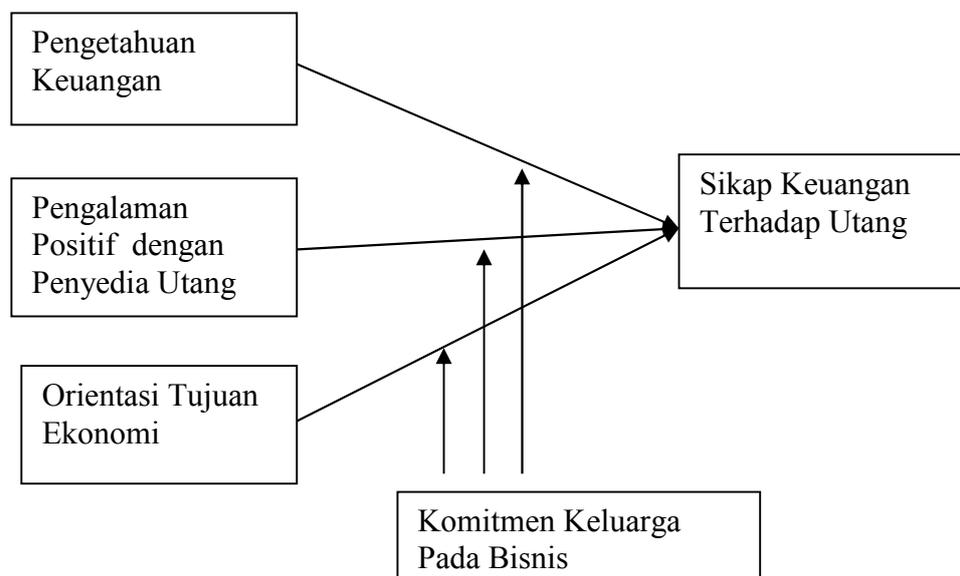
Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran moderasi komitmen keluarga terhadap bisnis pada pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan penyedia utang,

orientasi tujuan ekonomi terhadap sikap keuangan pada utang. Secara khusus untuk menguji pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan penyedia utang, orientasi tujuan ekonomi terhadap sikap keuangan pada utang.

## **KAJIAN TEORI**

Penelitian ini fokus pada peran moderasi komitmen keluarga pada pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan penyedia utang, dan orientasi tujuan ekonomi terhadap sikap keuangan pada utang. Beberapa penelitian telah membahas isu ini seperti Koropp, *et al.*, (2013).

Model konseptual secara keseluruhan disajikan pada Gambar 1. Secara khusus, penelitian mendasar pada penelitian sebelumnya (Michaelas, Chittenden, dan Poutziouris 1998; Koropp, *et al.*, 2013) yang mengusulkan sebuah model konseptual menunjukkan bahwa pengetahuan, tujuan orientasi ekonomi, pengalaman, kecenderungan risiko, dan kebutuhan untuk kontrol mempengaruhi sikap keuangan pemilik-manajer terhadap utang.



Gambar 1. Model Penelitian

Penelitian ini fokus membahas antecedent pembentukan sikap keuangan di perusahaan keluarga dan fokus pada sikap keuangan terhadap pembiayaan utang. Selanjutnya, pengaruh hubungan keluarga pada bisnis adalah karakteristik mendasar yang membedakan perusahaan keluarga dari perusahaan non keluarga (Hoffman, Hoelscher, dan Sorenson 2006). Dengan demikian, model ini menjelaskan pengaruh keluarga yang unik dengan memasukkan komitmen keluarga pada bisnis sebagai moderator dalam model penelitian. Mengikuti penelitian Koropp, *et al.*, (2013), kerangka konseptual tentang sikap keuangan terhadap utang diringkaskan dalam model teoritis seperti tercantum pada Gambar 1.

**Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis sebagai Pengaruh Sosial pada Pembentukan Sikap Intra-individu.** Sikap terdiri dari keyakinan yang dimiliki pembuat keputusan tentang hasil pengambilan keputusan tertentu, yang dipahami sebagai bagian penting dari proses sosialisasi (Ajzen, 1991). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan sikap (pembentukan atau perubahan) dapat dipengaruhi oleh peran sosial (Dasgupta dan Greenwald 2001; Wittenbrink, Judd, dan Park 2001). Dengan demikian, sikap juga terbentuk melalui pengalaman langsung yang diperoleh dari kelompok referensi individu (Fazio, et al, 2004), misalnya, keluarganya.

Model konseptual penelitian ini juga menjelaskan konteks sosial tertentu, yaitu, komitmen keluarga, yang mungkin memiliki pengaruh moderasi pada pembentukan sikap keuangan individual ini. Alasannya, karena komitmen keluarga, yaitu dengan cara komitmen keluarga, loyalitas, dan kebanggaan dalam bisnis, merupakan bagian dari budaya keluarga, adalah memiliki pengaruh penting pada bisnis (Klein, et al) dan pada kinerja keuangan (Van Auken dan Werbel, 2006). Elemen afektif komitmen terkait erat dengan identifikasi pribadi dengan perusahaan (Zahra et al. 2008), yang merupakan bentuk keterlibatan psikologis. Dengan demikian, komitmen keluarga yang tinggi dapat menghasilkan sikap positif anggota keluarga terhadap perusahaan. Oleh karena itu, komitmen keluarga cenderung meningkatkan minat dan partisipasi aktif dalam bisnis. Komitmen keluarga yang lebih tinggi karena dapat menyebabkan peningkatan interaksi sosial antara keluarga dan pemilik-manajer perusahaan keluarga mempengaruhi pengambilan keputusan terkait dengan perusahaan.

Penelitian Koropp, *et al.*, (2013) menunjukkan bahwa komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan memperkuat pengaruh positif dari pengalaman positif manajer/pemilik dengan penyedia utang terhadap sikap keuangan pemilik/manajer pada utang. Sementara itu, komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan memperlemah pengaruh positif dari tujuan orientasi ekonomi terhadap sikap keuangan pemilik/manajer pada utang. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya, mengungkapkan bahwa tingkat komitmen keluarga yang berbeda mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai pembiayaan (Rutherford, et al, 2008), fleksibilitas strategis (Zahra et al. 2008), budaya bisnis (Heck, 2004), modal organisasional, dan nilai-nilai organisasi (Arregle et al., 2007; Eddleston dan Kellermans 2007). Dengan demikian, pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan pemasok utang, dan orientasi tujuan ekonomi terhadap pembentukan sikap keuangan pemilik-manajer, tergantung pada tingkat komitmen keluarga untuk bisnis.

**Pengetahuan Keuangan.** Pengetahuan pemilik-manajer adalah sumberdaya utama untuk perusahaan keluarga dan komponen penting dari pengambilan keputusan yang efektif (Arthurs dan Busenitz, 2003; Jensen dan Meckling, 1992). Pengetahuan keuangan adalah konstruk multifaset yang mencakup pengetahuan tentang sumber-sumber keuangan yang tersedia, fungsi pasar modal, kontrak keuangan, praktek manajemen arus kas, sistem manajemen kas, dan sebagainya (Koropp, *et al.*, 2013). Meskipun utang umumnya merupakan sumber keuangan yang menguntungkan, manajer/pemilik perusahaan keluarga seringkali memiliki ketakutan dan prasangka buruk tentang penggunaan sumber keuangan eksternal, (McConaughy, et al, 2001). Persepsi yang demikian ini cenderung menimbulkan keyakinan negatif tentang penggunaan utang, yang pada akhirnya, mengakibatkan sikap yang lebih negatif terhadap pembiayaan utang.

Namun, pengetahuan yang lebih besar tentang fungsi sumber keuangan eksternal dan kontrak keuangan yang dapat mengurangi masalah agensi yang terkait dengan risiko dan pengendalian (Jensen dan Meckling, 1976), sehingga hal ini seharusnya dapat menurunkan prasangka negatif pemilik-manajer terhadap pembiayaan utang. Selanjutnya, pemilik-manajer tidak dapat memilih sumber keuangan yang mereka tidak sadari: kesadaran terbatas atas alternatif modal sering mengakibatkan pencarian modal tidak efisien, tidak terorganisir, dan tidak berhasil dan dengan demikian dapat menyebabkan struktur modal kurang optimal atau undercapitalization (Van Auken, 2001).

Pengetahuan keuangan yang lebih besar mungkin bersama dengan keahlian yang lebih besar tentang berbagai produk hutang yang ada yang memiliki dasar persyaratan kredit yang menguntungkan atau sesuai untuk perusahaan keluarga, yang harus mengurangi ketergantungan perusahaan pada sumber-sumber keuangan tradisional yang disukai, seperti pendanaan internal (Gallo, et al, 2004; Romano, et al, 2001). Hasil penelitian Michaelas, Chittenden, dan Poutziouris (1998) mengungkapkan bahwa keputusan manajer/pemilik, untuk menggunakan utang sangat dipengaruhi oleh pengetahuan tentang sumber-sumber keuangan yang tersedia. Singkatnya, pemilik-manajer dengan berpengetahuan lebih tentang keuangan seharusnya lebih cenderung ke arah pembiayaan utang eksternal, yang mencerminkan sikap yang lebih positif terhadap utang.

Ketika komitmen keluarga lebih tinggi untuk bisnis dapat menyebabkan orientasi yang lebih kolektif dari pemilik-manajer dari perusahaan keluarga (Koropp, et al., 2013). Hal ini mendorong mereka untuk mempertimbangkan efek dari tindakan mereka pada anggota keluarga yang lainnya. Mereka berusaha mengurangi eksposur risiko perusahaan dalam rangka mempertahankan kekayaan keluarga. Sementara itu, ketika komitmen keluarga rendah, pemilik/manajer dapat menyebabkan mereka berorientasi lebih individualistis (Koropp, et al., 2013). Mereka mencoba untuk memaksimalkan fungsi utilitas mereka dengan memilih tindakan dengan nilai ekspektasian pribadi yang tertinggi (Jensen dan Meckling, 1994). Oleh karena itu, komitmen keluarga untuk bisnis akan memiliki efek yang besar pada kemampuan manajer/pemilik untuk menerapkan pengetahuan keuangan. Pengambilan keputusan keuangan yang sehat akan terpengaruh oleh penekanan pada tujuan yang berorientasi keluarga non ekonomi. Dengan demikian, komitmen keluarga untuk bisnis dapat melemahkan efek positif pengetahuan keuangan pemilik-manajer terhadap sikap keuangan dia pada utang, ketika memasukkan bias kognitif pada keputusan bisnis karena kekhawatiran hal yang membahayakan kekayaan keluarga, kontrol keluarga, dan informasi akan mengurangi perilaku berinformasi rasional (Gómez-Mejía et al., 2007). Meskipun pengetahuan keuangan yang akan menyarankan sebaliknya, utang keluarga dan ekuitas keluarga lebih cenderung disukai ketika komitmen keluarga tinggi. Berdasarkan penjelasan ini mengarah kepada hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>:** Komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan melemahkan efek positif dari pengetahuan keuangan manajer atau pemilik pada sikap keuangan pemilik atau manajer terhadap utang.

**Pengalaman Positif dengan Penyedia Utang.** Pengaruh penting pada pembentukan sikap adalah pengalaman langsung dengan objek sikap (Fazio, et al, 2004). Pengalaman pribadi sebelumnya dengan pilihan pembiayaan dan perilaku penyedia dana/pinjaman (berdasarkan kondisi kredit, ketersediaan kredit, atau perilaku lembaga keuangan yang umum) cenderung menentukan keyakinan tentang perilaku masa depan penyedia

keuangan dan dengan demikian membentuk sikap pemilik atau manajer keuangan (Koropp, *et al.*, 2013). Jika aplikasi kredit secara konsisten ditolak atau kontrak kredit yang ditawarkan hanya terjadi pada tingkat bunga yang sangat tinggi dan dengan agunan yang tinggi, maka pemilik atau manajer perusahaan keluarga akan kemungkinan mengasosiasikan pengalaman negatif dengan penyedia utang. Hal ini akan membentuk sikap yang lebih negatif terhadap pembiayaan utang. Menurut Michaelas, *et al.*, (1998), pemilik-manajer yang memiliki pengalaman masa lalu yang tidak menyenangkan lebih mungkin untuk menunda pemanfaatan peluang pertumbuhan yang memerlukan penerbitan utang baru.

Pemilik atau manajer perusahaan keluarga dengan pengalaman yang menguntungkan sebelumnya atas pembiayaan utang adalah kurang hati-hati dalam memperoleh utang tambahan (Michaelas, *et al.*, 1998). Selain itu, Gudmundson, *et al.*, (2001) menjelaskan bahwa pengalaman pribadi langsung lebih mungkin akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan seorang. Oleh karena itu, ada kemungkinan bahwa pengalaman positif dengan penyedia utang mempengaruhi secara positif sikap pemilik-manajer perusahaan keluarga terhadap utang.

Disatu sisi, jika keluarga sangat berkomitmen pada bisnis, kesediaan untuk melindungi perusahaan keluarga sebagai sumber kekayaan sosio emosional kemungkinan akan meniadakan upaya peningkatan kinerja perusahaan keluarga (Gómez-Mejía *et al.*, 2007). Dalam skenario ini, pemilik atau manajer akan berusaha untuk melindungi keberlanjutan bisnis dan membatasi keterlibatan pihak luar dengan tujuan untuk mempertahankan kontrol sepenuhnya mereka untuk generasi mendatang, bahkan mereka menunda pertumbuhan dan kesempatan lain (Mishra dan McConaughy, 1999). Ketika komitmen berinteraksi dengan pengalaman sebelumnya dengan pemberi pinjaman, umpan balik yang diterima dari keluarga, sebagai kelompok referensi sosial pembuat keputusan, akan memainkan peranan penting dalam menjelaskan proses pembentukan sikap (Baumeister *et al.*, 2001). Dengan demikian, jika tingkat komitmen keluarga untuk bisnis tinggi bertepatan dengan pengalaman negatif sebelumnya dengan penyedia utang, sikap negatif terhadap utang kemungkinan akan menjadi lebih nyata. Pada sisi lainnya, jika komitmen keluarga rendah, seperti pertimbangan keuangan cenderung menguasai dan pengalaman negatif dengan pemasok utang tidak akan sangat mempengaruhi sikap terhadap utang. Sumber pendanaan alternatif (seperti dana keluarga) cenderung akan tersedia atau dianggap sebagai pendanaan alternatif yang diinginkan, dan pemberi pinjaman mungkin tidak dianggap sebagai hambatan bagi kontrol keluarga dan kekayaan. Dengan demikian, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>:** Komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan memperkuat pengaruh positif dari pengalaman positif manajer atau pemilik dengan penyedia utang terhadap sikap keuangan pemilik atau manajer pada utang.

**Orientasi Tujuan Ekonomi.** Persepsi dan evaluasi selanjutnya tentang karakteristik lingkungan dan dengan demikian pembentukan sikap dipengaruhi oleh orientasi tujuan individu (Haynie dan Shepherd, 2009). Oleh karena itu, orientasi tujuan manajer atau pemilik perusahaan keluarga dapat berfungsi sebagai kerangka kerja untuk pengambilan keputusan keuangan yang menciptakan sikap keuangan tertentu. Menurut teori normatif struktur modal, manajer memilih sumber keuangan perusahaan berdasarkan biaya modal (Myers dan Majluf, 1984), dan/atau pertimbangan pajak dan risiko kebangkrutan (Modigliani dan Miller, 1963). Dengan demikian, perilaku keuangan mereka ditentukan

oleh motivasi ekonomi murni, semua didedikasikan untuk tujuan tunggal: peningkatan nilai pemegang saham.

Meskipun beberapa penelitian secara implisit mengasumsikan kinerja ekonomi sebagai tujuan tunggal perusahaan keluarga, akan tetapi, umumnya mengakui bahwa perusahaan keluarga mengejar baik tujuan ekonomi maupun non ekonomi ketika membuat keputusan (Chrisman, et al, 2004). Hal ini memiliki implikasi yang mendalam untuk situasi pengambilan keputusan keuangan tertentu ketika perusahaan keluarga dapat mengikuti logika keuangan yang didorong oleh motif ekonomi, seperti pertumbuhan perusahaan dan nonekonomi, seperti nilai sosioemosional, (Gallo, et al, 2004; Gómez-Mejía et al., 2007).

Pemilik atau manajer yang berusaha untuk meningkatkan keuntungan secara terus-menerus, maka mereka dengan orientasi tujuan ekonomi yang tinggi, lebih beringinan untuk menggunakan sumber-sumber keuangan eksternal (Mahéroul 2004). Sebaliknya, manajer atau pemilik yang memiliki orientasi tujuan ekonomi agak rendah (misalnya, untuk mempertahankan nilai emosional pribadi bisnis) lebih mungkin untuk melupakan peluang pertumbuhan yang tidak dapat dibiayai oleh dana internal. Penelitian menunjukkan bahwa tujuan ekonomi pemilik atau manajer perusahaan keluarga berpengaruh positif terhadap perolehan utang (Romano, et al, 2001), karena perolehan utang sebagai alat pembiayaan bertujuan untuk meningkatkan kinerja (misalnya, dengan memfasilitasi proyek-proyek pertumbuhan) (Mishra dan McConaughy, 1999). Dengan demikian, tingginya tingkat orientasi tujuan ekonomi akan mempengaruhi secara positif sikap keuangan pemilik atau manajer pada utang.

Pemilik atau manajer perusahaan keluarga mungkin menunjukkan orientasi tujuan ekonomi yang tinggi mengenai dimensi yang terkait dengan bisnis dan, pada saat yang sama, menunjukkan orientasi tujuan sosial (non-ekonomi) yang tinggi dalam hal dimensi yang terkait dengan keluarga. Pemilik atau manajer perusahaan keluarga akan memfasilitasi pemikiran yang lebih kolektif ketika komitmen keluarga tinggi. Dengan demikian, jika mengejar tujuan ekonomi dipasangkan dengan rendahnya tingkat komitmen keluarga untuk bisnis, sikap positif terhadap utang cenderung tak terterkurang. Dalam hal ini pemilik atau manajer cenderung mendukung dan mengembangkan strategi yang lebih berisiko untuk maksimalisasi keuntungan dan pertumbuhan, yang difasilitasi dengan penggunaan pembiayaan utang. Namun, dengan komitmen keluarga yang lebih tinggi, sikap positif terhadap utang kemungkinan akan berkurang oleh keinginan untuk mempertahankan tidak hanya penciptaan kekayaan ekonomi tetapi juga kekayaan sosio-emosional, pengerjaan keluarga, dan kontrol manajemen dalam keluarga. Tingkat komitmen yang lebih tinggi, yang berhubungan dengan keinginan untuk mengerahkan usaha diskresioner dalam organisasi, seharusnya memperkecil sikap terhadap utang, seperti utang yang lebih rendah dan memungkinkan untuk kontrol keluarga lebih kuat di masa depan. Selain itu, ketika komitmen cenderung untuk meningkatkan akses terhadap modal untuk bertahan hidup dan dengan demikian memfasilitasi ketersediaan dan pemanfaatan dana keluarga sebagai pengganti utang kepada penyedia utang luar. Sikap menurun terhadap utang seharusnya terjadi pada komitmen yang tinggi. Berdasarkan penjelasan ini mengarah kepada hipotesis sebagai berikut:

**H3:** Komitmen keluarga yang tinggi dengan bisnis akan melemahkan pengaruh positif dari orientasi tujuan ekonomi manajer atau pemilik terhadap sikap keuangan pemilik atau manajer pada utang.

## **METODE**

**Sampel Penelitian.** Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang para manajer/pemilik (entrepreneur) pada usaha mikro, kecil, menengah sebagai unit analisis. Teknik atau prosedur pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Sampel ditentukan berdasarkan beberapa kriteria. Pertama, usaha mikro, kecil, dan menengah yang mencakup berbagai jenis usaha. Kedua, usaha mikro, kecil dan menengah dengan jumlah karyawan kurang dari 100 orang

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan secara khusus untuk mencapai tujuan penelitian tertentu. Data primer diperoleh secara langsung dari para responden, yaitu para pemilik usaha kecil, menengah dan besar yang ada di DIY. Data sekunder adalah data yang telah tersedia karena data-data tersebut dikumpulkan untuk tujuan-tujuan tertentu, bukan untuk memecahkan masalah yang khusus. Data sekunder diperlukan dalam penelitian ini untuk mendukung data primer. Data sekunder yang diperlukan adalah data mengenai artikel penelitian, dan data usaha kecil baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

**Variabel Dependen: Sikap Keuangan Terhadap Utang.** Operasionalisasi sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan Korrop et al., (2013). Sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang diukur berdasarkan empat butir pernyataan. Beberapa studi sebelumnya telah menggunakan skala ini dengan hasil yang memuaskan (Korrop et al., 2013). Sikap Keuangan Terhadap Utang diukur dengan empat butir pernyataan. Setiap butir pernyataan diberi skala tipe likert dengan tujuh poin, 1 sampai 7 (1 = sangat tidak setuju, sedangkan 5= sangat setuju).

**Variabel Independen.** Variabel independen meliputi pengetahuan keuangan manajer/pemilik, pengalaman positif manajer/pemilik dengan penyedia utang, orientasi tujuan ekonomi manajer/pemilik. Masing-masing variabel ini dijelaskan sebagai berikut.

**Pengetahuan Keuangan Manajer/Pemilik.** Variabel Pengetahuan Keuangan Manajer/Pemilik diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan penelitian sebelumnya (Moorman et al., 2004; Park, Mothersbaugh, dan Feick, 1994, Korrop et al., 2013). Beberapa studi sebelumnya telah menggunakan skala ini dengan hasil yang memuaskan (Korrop et al., 2013). Pengetahuan Keuangan Manajer/Pemilik diukur berdasarkan enam butir pernyataan. Setiap butir pertanyaan diberi tiga pilihan respon (Setuju, tidak setuju, an tidak tahu). Mengikuti penelitian sebelumnya pada basis pengetahuan individu (Moorman et al, 2004; Park, et al, 1994; Korrop et al., 2013), pengetahuan keuangan yang obyektif diukur dengan serangkaian enam pertanyaan khusus untuk pembiayaan perusahaan keluarga (lihat lampiran kuesioner). Jumlah jawaban yang benar itu dijumlahkan untuk indikator pengetahuan keuangan mulai dari 0 sampai 6.

**Pengalaman Positif Manajer/Pemilik Dengan Penyedia Utang.** Variabel Pengalaman Positif Manajer/Pemilik Dengan Penyedia Utang diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan penelitian sebelumnya (Korrop et al., 2013). Beberapa studi sebelumnya telah menggunakan skala ini dengan hasil yang memuaskan (Korrop et al., 2013). Pengalaman Positif Manajer/Pemilik Dengan Penyedia Utang diukur dengan dua butir pernyataan. Setiap butir pernyataan diberi skala tipe likert dengan tujuh poin, 1 sampai 7 (1 = sangat tidak setuju, sedangkan 5= sangat setuju).

**Orientasi Tujuan Ekonomi Manajer/Pemilik.** Variabel Orientasi Tujuan Ekonomi Manajer/Pemilik diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan penelitian sebelumnya (Button, et al, 1996; Korrop et al., 2013). Beberapa studi sebelumnya telah menggunakan skala ini dengan hasil yang memuaskan (Korrop et al., 2013). Orientasi Tujuan Ekonomi Manajer/Pemilik diukur dengan tiga butir pernyataan. Setiap butir pernyataan diberi skala tipe likert dengan tujuh poin, 1 sampai 7 (1 = sangat tidak penting, sedangkan 5= sangat penting).

**Variabel Moderasi: Komitmen Keluarga pada Bisnis.** Variabel Komitmen Keluarga pada Bisnis diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan penelitian sebelumnya (Klein, et al, 2005; Korrop et al., 2013). Beberapa studi sebelumnya telah menggunakan skala ini dengan hasil yang memuaskan (Korrop et al., 2013). Komitmen keluarga pada bisnis diukur dengan empat butir pernyataan. Setiap butir pernyataan diberi skala tipe likert dengan tujuh poin, 1 sampai 7 (1 = sangat tidak setuju, sedangkan 5= sangat setuju).

**Variabel Kontrol.** Dalam penelitian menggunakan beberapa variabel kontrol. Kebutuhan Kontrol Keluarga, Variabel Komitmen Keluarga pada Bisnis diukur dengan menggunakan instrumen yang digunakan penelitian sebelumnya (Korrop et al., 2013). Kebutuhan Kontrol Keluarga pada Bisnis diukur dengan tiga butir pernyataan. Setiap butir pernyataan diberi skala tipe likert dengan tujuh poin, 1 sampai 7 (1 = sangat tidak setuju, sedangkan 5= sangat setuju).

**Model Empiris.** Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Korrop et al., (2013), maka penelitian ini menggunakan model regresi moderasi (moderated regression analysis). Perumusan model logit tentang pemilihan alternatif pendanaan dalam analisis penelitian adalah dengan persamaan sebagai berikut:

Model 1 (Variabel Kontrol)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $VC_1$  = Variabel Kontrol  
 $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*.

Model 2 (Variabel Utama)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 FK_{it} - \beta_2 PPPU_{it} + \beta_3 OTE_{it} + \beta_4 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $PK_1$  = Pengetahuan Keuangan,  $PPPU_2$  = Pengalaman Positif dengan penyedia utang,  $OTE_3$  = Orientasi Tujuan Ekonomi,  $VC_4$  = Variabel Kontrol,  $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*.

Model 3 (Variabel Moderasi)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 FK_{it} - \beta_2 PPPU_{it} + \beta_3 OTE_{it} + \beta_4 KKB_{it} + \beta_5 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $PK_1$  = Pengetahuan Keuangan,  $PPPU_2$  = Pengalaman Positif dengan penyedia utang,  $OTE_3$  = Orientasi Tujuan Ekonomi,  $KKB_4$  = Komitmen Keluarga pada Bisnis,  $VC_5$  = Variabel Kontrol,  $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*.

Model 4 (Variabel Moderasi dan Interaksi)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 FK_{it} - \beta_2 PPPU_{it} + \beta_3 OTE_{it} + \beta_4 KKB_{it} + \beta_5 ITR_{it} + \beta_6 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $PK_1$  = Pengetahuan Keuangan,  $PPPU_2$  = Pengalaman Positif dengan penyedia utang,  $OTE_3$  = Orientasi Tujuan Ekonomi,  $KKB_4$  = Komitmen Keluarga pada Bisnis,  $ITR_5$  = Interaksi OTE x KKB,  $VC_6$  = Variabel Kontrol,  $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*

Model 5 (Variabel Moderasi dan Interaksi)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 FK_{it} - \beta_2 PPPU_{it} + \beta_3 OTE_{it} + \beta_4 KKB_{it} + \beta_5 ITR_{it} + \beta_6 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $PK_1$  = Pengetahuan Keuangan,  $PPPU_2$  = Pengalaman Positif dengan penyedia utang,  $OTE_3$  = Orientasi Tujuan Ekonomi,  $KKB_4$  = Komitmen Keluarga pada Bisnis,  $ITR_5$  = Interaksi PPPU x KKB,  $VC_6$  = Variabel Kontrol,  $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*

Model 6 (Variabel Moderasi dan Interaksi)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 FK_{it} - \beta_2 PPPU_{it} + \beta_3 OTE_{it} + \beta_4 KKB_{it} + \beta_5 ITR_{it} + \beta_6 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $PK_1$  = Pengetahuan Keuangan,  $PPPU_2$  = Pengalaman Positif dengan penyedia utang,  $OTE_3$  = Orientasi Tujuan Ekonomi,  $KKB_4$  = Komitmen Keluarga pada Bisnis,  $ITR_5$  = Interaksi PK x KKB,  $VC_6$  = Variabel Kontrol,  $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*

Model 7 (Variabel Moderasi dan Interaksi)

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 FK_{it} - \beta_2 PPPU_{it} + \beta_3 OTE_{it} + \beta_4 KKB_{it} + \beta_5 ITR_{it} + \beta_6 ITR_{it} + \beta_7 ITR_{it} + \beta_8 VC_{it} + \mu_{it}$$

Keterangan:

$Y_{it}$  = Sikap Keuangan manajer-pemilik terhadap utang.  $PK_1$  = Pengetahuan Keuangan,  $PPPU_2$  = Pengalaman Positif dengan penyedia utang,  $OTE_3$  = Orientasi Tujuan Ekonomi,  $KKB_4$  = Komitmen Keluarga pada Bisnis,  $ITR_5$  = Interaksi OTE x KKB,  $ITR_6$  = Interaksi PK x KKB,  $ITR_7$  = Interaksi PPPU x KKB,  $VC_8$  = Variabel Kontrol,  $\alpha$  = konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7, \beta_8$  = Koefisien regresi,  $\mu_t$  = *Disturbance error*

**Uji Validitas dan Reliabilitas.** Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner valid dan reliabel, maka peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir pertanyaan/kuesioner. Uji validitas digunakan untuk meyakinkan apakah pengukuran memang mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrumen benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten sehingga dapat berlaku dengan baik pada kondisi yang berbeda-beda. Uji validitas menggunakan uji korelasi korelasi antar

skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau dengan uji analisis faktor validitas. Teknik yang digunakan adalah teknik korelasi Product Moment Pearson. Untuk proses perhitungan, digunakan SPSS for Windows. Pengujian reliabilitas metoda konsistensi internal menggunakan teknik *Cronbach's alpha*. Reliabilitas merupakan kriteria tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Suatu kuesioner dikatakan mantap bila dalam mengukur sesuatu memberikan hasil yang sama atau konsisten secara berulang kali dengan syarat kondisi saat pengukuran tidak berubah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Karakteristik Responden.** Responden dalam penelitian ini adalah 66 orang para pengusaha pada perusahaan keluarga. Perusahaan keluarga merupakan usaha mikro, kecil, menengah sebagai unit analisis. Teknik atau prosedur pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel ditentukan berdasarkan beberapa kriteria. Pertama, usaha mikro, kecil, dan menengah yang mencakup berbagai jenis usaha. Kedua, usaha mikro, kecil dan menengah dengan jumlah karyawan kurang dari 100 orang. Usaha mikro dan kecil mendasarkan pada pengertian dari BPS: usaha mikro dengan jumlah pekerja kurang dari 5 orang dan usaha kecil dengan jumlah pekerja kurang dari 20 orang, usaha menengah dengan jumlah karyawan lebih atau sama dengan 20 orang.

Penelitian menggunakan kuesioner yang diberikan kepada usaha mikro dan usaha kecil yang berada di DIY. Jumlah responden yang dapat digunakan dalam penelitian sebanyak 66 responden. Karakteristik demografi responden mendasarkan pada gender, usia, status perkawinan, suku, tingkat pendidikan, jumlah karyawan, target pasar, jenis industri usaha, status hukum usaha, dan lama berdiri usaha. Tabel 1 menjelaskan frekuensi dan prosentase responden berdasarkan karakteristik demografi.

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Unsur	Frekuensi	Prosentase
1	Jenis Kelamin Pemilik Bisnis	Laki-laki	40	60
		Perempuan	26	40
2	Pengelola Bisnis	Laki-laki	40	60
		Perempuan	26	40
3	Pengambil Keputusan Yang Dominan	Laki-laki	41	60
		Perempuan	25	40
4	Usia Pemilik	< 30	22	33.3
		30 -40	14	21.2
		>40 -50	17	25.8
		>50	13	19.7
5	Suku	Jawa	8	12.1
		Non Jawa	58	87.9
6	Status Perkawinan	Nikah	49	74.2
		Belum Nikah	17	25.8
7	Tingkat Pendidikan	Tidak Sekolah	0	3.0
		SD/SR	2	6.1
		SMP/ sederajat	4	62.1
		SMA/ sederajat	41	12.1

Lanjutan Tabel 1

		Diploma	8	16.7
		Sarjana	11	3.0
8	Jumlah Karyawan	< 5 Orang	50	75.8
		5 - 20 Orang	16	24.2
		> 20 Orang	0	0
9	Target Pasar	Dalam Negeri	63	95.5
		Luar Negeri	3	4.5
10	Jenis Industri Usaha	Perdagangan	39	59.1
		Manufaktur	7	10.6
		Jasa	17	25.8
		Lainnya	3	4.5
11	Status Hukum Usaha	Perorangan	44	66.7
		Usaha Dagangan	17	25.8
		CV	2	3.0
		PT	3	4.5
12	Lama Berdiri		11.37	Tahun

Ditinjau dari aspek gender dan status perkawinan, mayoritas responden adalah laki-laki dan mayoritas sudah berkeluarga. Dari aspek usia responden tampak bahwa mayoritas pengusaha berada pada usia mudah, dibawah 30 tahun. Data ini menunjukkan secara tidak langsung prospek di industri ini cukup menarik bagi anak muda. Selanjutnya, terbesar kedua pada kelompok usia > 40-50. Sementara itu, pada kelompok usia tua sebesar 19,7 persen.

Ditinjau dari aspek sumberdaya manusia, mayoritas responden pemilik bisnis berpendidikan SMP. Hal ini mengindikasikan kurangnya kualitas sumberdaya usaha di industri ini. Semakin tingginya pendidikan pengusaha diharapkan dapat mempengaruhi kemampuan seorang dalam melakukan pengelolaan usahanya. Selain itu, ditinjau dari karakteristik jumlah karyawan mayoritas adalah usaha mikro (75,8%) dan usaha kecil (24,2%). Selanjutnya target pasar sebagian besar (95,5%) di arahkan kepada pasar dalam negeri, sedangkan sisanya (4,5%) di arahkan kepada pasar luar negeri. Sementara itu jenis industri usaha mayoritas pada sektor perdagangan, dan status hukum mayoritas pada perusahaan perorangan.

**Data Deskriptif.** Pembahasan diawali dengan penyajian data statistik deskriptif dan hasil uji reliabilitas dan validitas. Statistik deskriptif meliputi angka statistik, yaitu rerata, standard deviasi, nilai ekstrim. Deskriptif statistik yang dimaksud disini adalah variabel-variabel utama yang digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis. Variabel independen: Pengetahuan Keuangan, Pengalaman dengan Penyedia Utang, dan Orientasi Tujuan Ekonomi. Variabel dependen: Sikap Keuangan terhadap Utang pada Perusahaan Keluarga. Kebutuhan Kontrol Keluarga. Variabel moderator: Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis. Variabel kontrol: Kebutuhan Kontrol Keluarga

Data deskriptif variabel dependen, rerata, standard deviasi, nilai ekstrim, hasil uji reliabilitas, dan validitas disajikan pada Tabel 2. Hasil uji statistik alpha Cronbach untuk masing masing faktor dan itemnya disajikan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai alpha untuk semua variabel memberi nilai alpha Cronbach,  $\alpha > 70\%$ .

**Tabel 2.** Data Deskriptif, Reliabilitas, dan Validitas Variabel Utama Penelitian

Variabel	Rata-rata	Std	Min	Maks	Cronbach's Alpha	Corrected Item-Total Correlation
<b>Variabel Kontrol</b>						
1 Kebutuhan Kontrol Keluarga	3,83	0,65	1	5	0,73	r > 0,30
<b>Varibel Independen</b>						
1 Pengetahuan Keuangan	2,30	1,52	0	5	-	-
2 Pengalaman dengan Penyedia Utang	3,68	0,83	1	5	0,72	r > 0,30
3 Orientasi Tujuan Ekonomi	4,30	0,53	3	5	0,60	r > 0,30
<b>Variabel Moderator</b>						
4 Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis					0,73	r > 0,30
<b>Variabel Interaksi</b>						
5 Pengetahuan Keuangan x Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	9,84	6,55	0	25	-	-
6 Pengalaman dengan penyedia Utang x Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	15,75	3,99	3	23	-	-
7 Orientasi Tujuan Ekonomi x Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	18,42	3,47	10	25	-	-

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil uji validitas butir menunjukkan bahwa angka korelasi hasil perhitungan untuk semua item pernyataan ,  $r > 0,30$ . Hasil ini dapat dikatakan semua variabel memenuhi kriteria validitas butir. Berdasarkan kriteria ini, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**Pengujian Hipotesis.** Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan model regresi berganda. Tiga model empiris disajikan dalam tabel berikut. Pertama, model 1 menyajikan hasil dengan hanya memasukkan variabel kontrol. Kedua, model 2 menyajikan hasil dengan memasukan variabel kontrol dan variabel utama. Ketiga, model 3 menyajikan hasil dengan memasukkan variabel kontrol, variabel utama, dan variabel moderator. Ketiga, model 4, 5, 6, 7 menyajikan hasil dengan memasukkan variabel kontrol, variabel utama, variabel moderator, dan variabel interaksi.

Tabel 3, (model 1) menyajikan hasil analisis koefisien regresi yang menunjukkan bahwa variabel kontrol, kebutuhan kontrol keluarga tidak berpengaruh pada sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang ( $p\text{-value} = > \alpha = 0,05$ ). Secara rinci hasil model 1 menunjukkan bahwa koefisien variabel kebutuhan kontrol keluarga (0,294) dan tetapi tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.071 > \alpha = 0,05$ ).

**Tabel 3.** Hasil Analisis Regresi Moderasi

Variabel	Lambang	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7
Variabel Kontrol								
Kebutuhan Kontrol Keluarga	KKK	0,294 (0,071)	0.154 (0.154)	0.100 (0.532)	0.095 (0.573)	0.119 (0.467)	0.101 (0.554)	0.114 (0.521)
Variabel Independen								
Pengetahuan Keuangan	PK		0.024 (0.703)	0.025 (0.687)	-0.028 (0.963)	0.062 (0.730)	0.025 (0.691)	-0.065 (0.924)
Pengalaman dengan Penyedia Utang	PPPU		0.512* (0.000)	0.505* (0.000)	0.506* (0.000)	0.061 (0.932)	0.504* (0.000)	0.055 (0.939)
Orientasi Tujuan Ekonomi	OTE		-0.009 (0.962)	-0.045 (0.810)	-0.042 (0.823)	-0.038 (0.837)	-0.015 (.991)	0.028 (0.986)
Moderator								
Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	KKB			0.193 (0.356)	0.164 (0.673)	-0.151 (0.795)	0.223 (0.882)	-0.136 (0.936)
Interaksi								
Pengetahuan Keuangan x Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	PK* KKB				0.013 (0.929)			0.021 (0.898)
Pengalaman dengan Penyedia Utang x Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	PPPU * KKB					0.307* (0.027)		0.208* (0.032)
Orientasi Tujuan Ekonomi x Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis	OTE * KKB						0.007 (0.984)	-0.015 (0.320)
Model R <sup>2</sup>		0,223	0,541	0.550	0,550	0.554	0.550	0.555
Adjusted R <sup>2</sup>		0,035	0,249	0.245	0,232	0.237	0.232	0.210
Model F		3,359 (0,07)	6,308 (0,00)	5.208 (0.000)	4,270 (0,001)	4.365 (0.001)	4.268 (.001)	3.166 (0.005)

Keterangan: \* signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \*\* signifikan pada  $\alpha=5\%$ .

Namun demikian pada  $\alpha = 10\%$ , koefisien variabel kebutuhan kontrol keluarga berpengaruh pada sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang. Hasil ini mengungkapkan bahwa kebutuhan kontrol keluarga berpengaruh secara marginal pada sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang.

Berdasarkan Tabel 3., hasil model 2, menunjukkan bahwa koefisien variabel Kebutuhan Kontrol Keluarga adalah positif (0.154) dan tidak signifikan ( $p\text{-value}= 0.154 > \alpha =0,05$ ). Selanjutnya pada variabel utama, koefisien variabel Pengetahuan Keuangan adalah positif (0,024) dan tidak signifikan ( $p\text{-value}= 0.703 > \alpha =0,05$ ). Demikian juga, koefisien variabel Orientasi Tujuan Ekonomi adalah negatif (-0.009) dan tidak signifikan ( $p\text{-value}= 0.962 > \alpha =0,05$ ). Sementara itu, koefisien variabel Pengalaman dengan Penyedia Utang adalah positif (0.512) dan signifikan

( $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa Pengalaman dengan Penyedia Utang berpengaruh terhadap sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang.

Hasil model 3 (tabel 3) menunjukkan bahwa koefisien variabel Kebutuhan Kontrol Keluarga adalah positif (0.100) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.532 > \alpha = 0,05$ ). Selanjutnya pada variabel utama, koefisien variabel Pengetahuan Keuangan adalah positif (0.025) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.810 > \alpha = 0,05$ ). Demikian juga, koefisien variabel Orientasi Tujuan Ekonomi adalah negatif (-0.045) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.962 > \alpha = 0,05$ ). Sementara itu, koefisien variabel Pengalaman dengan Penyedia Utang adalah positif (0.506) dan signifikan ( $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0,05$ ). Hasil ini juga menunjukkan bahwa Pengalaman dengan Penyedia utang berpengaruh terhadap sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang. Berikutnya, variabel moderator, koefisien variabel Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif (0.193) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.356 > \alpha = 0,05$ ).

Hasil model 4 (tabel 3) menunjukkan bahwa koefisien variabel Kebutuhan Kontrol Keluarga adalah positif (0.095) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.573 > \alpha = 0,05$ ). Selanjutnya pada variabel utama, koefisien variabel Pengetahuan Keuangan adalah negatif (-0.028) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.963 > \alpha = 0,05$ ). Demikian juga, koefisien variabel Orientasi Tujuan Ekonomi adalah negatif (-0.042) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.823 > \alpha = 0,05$ ). Sementara itu, koefisien variabel Pengalaman dengan Penyedia Utang adalah positif (0.506) dan signifikan ( $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0,05$ ). Hasil ini juga menunjukkan bahwa Pengalaman dengan Penyedia Utang berpengaruh terhadap sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang. Selanjutnya, variabel moderator, koefisien variabel Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif (0.164) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.673 > \alpha = 0,05$ ). Sementara itu, hasil koefisien interaksi Pengetahuan Keuangan dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif (0.013) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.929 > \alpha = 0,05$ ).

Hasil model 5 (tabel 3) menunjukkan bahwa koefisien variabel Kebutuhan Kontrol Keluarga adalah positif (0.119) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.467 > \alpha = 0,05$ ). Selanjutnya pada variabel utama, koefisien variabel Pengetahuan Keuangan adalah positif (0.062) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.730 > \alpha = 0,05$ ). Demikian juga, koefisien variabel Orientasi Tujuan Ekonomi adalah negatif (-0.038) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.837 > \alpha = 0,05$ ). Koefisien variabel Pengalaman dengan Penyedia Utang adalah positif (0.061) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.932 > \alpha = 0,05$ ).

Dalam hal ini, hasil ini menunjukkan bahwa Pengalaman dengan Penyedia Utang tidak berpengaruh terhadap sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang. Selanjutnya, variabel moderator, koefisien variabel Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif (-0.151) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.795 > \alpha = 0,05$ ). Sementara itu, hasil koefisien interaksi Pengalaman dengan Penyedia Utang dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif (0.307) dan signifikan ( $p\text{-value} = 0.027 < \alpha = 0,05$ ).

Hasil model 6 (tabel 3) menunjukkan bahwa koefisien variabel Kebutuhan Kontrol Keluarga adalah positif (0.101) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.554 > \alpha = 0,05$ ). Selanjutnya pada variabel utama, koefisien variabel Pengetahuan Keuangan adalah positif (0.025) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.691 > \alpha = 0,05$ ). Demikian juga, koefisien variabel Orientasi Tujuan Ekonomi adalah negatif (-0.015) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = .991 > \alpha = 0,05$ ). Koefisien variabel Pengalaman dengan Penyedia Utang adalah positif (0.061) dan signifikan ( $p\text{-value} = 0.000 < \alpha = 0,05$ ).

Dalam hal ini, hasil ini menunjukkan bahwa Pengalaman dengan Penyedia Utang berpengaruh terhadap sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang. Selanjutnya, variabel moderator, koefisien variabel Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif (0.223) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.882 > \alpha = 0,05$ ). Sementara itu, hasil koefisien interaksi Orientasi Tujuan Ekonomi dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif (-0.007) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.984 > \alpha = 0,05$ ).

Hasil model 7 (tabel 3) menunjukkan bahwa koefisien variabel Kebutuhan Kontrol Keluarga adalah positif (0.114) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.521 > \alpha = 0,05$ ). Selanjutnya pada variabel utama, koefisien variabel Pengetahuan Keuangan adalah negatif (-0.065) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.924 > \alpha = 0,05$ ). Demikian juga, koefisien variabel Orientasi Tujuan Ekonomi adalah positif (0.028) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.986 > \alpha = 0,05$ ). Koefisien variabel Pengalaman dengan Penyedia Utang adalah positif (0.055) dan signifikan ( $p\text{-value} = 0.939 > \alpha = 0,05$ ). Dalam hal ini, hasil ini menunjukkan bahwa Pengalaman dengan Penyedia Utang tidak berpengaruh terhadap sikap keuangan manajer-pemilik terhadap utang. Selanjutnya, variabel moderator, koefisien variabel Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif (-0.136) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.936 > \alpha = 0,05$ ).

Sementara itu, hasil koefisien interaksi Pengetahuan Keuangan dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif (0.021) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.898 > \alpha = 0,05$ ). Demikian juga, Sementara itu, hasil koefisien interaksi Orientasi Tujuan Ekonomi dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif (-0.015) dan tidak signifikan ( $p\text{-value} = 0.969 > \alpha = 0,05$ ). Selanjutnya, hasil koefisien interaksi pengalaman dengan penyedia utang dan komitmen keluarga terhadap bisnis adalah positif (0.208) dan signifikan ( $p\text{-value} = 0.032 < \alpha = 0,05$ ).

Hasil analisis model 6 dan 7 menunjukkan hasil yang konsisten bahwa koefisien interaksi pengalaman dengan penyedia utang dan komitmen keluarga terhadap bisnis adalah positif dan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan memperkuat pengaruh positif dari pengalaman positif manajer/pemilik dengan penyedia utang terhadap sikap keuangan pemilik/manajer pada utang. Hasil ini mendukung hipotesis 2 ( $H_2$ ). Hasil ini konsisten dengan penelitian Koropp *et al.*, 2013. Mereka menemukan bahwa komitmen keluarga memoderasi hubungan antara pengalaman positif manajer atau pemilik dengan penyedia utang dan sikap keuangan pemilik/manajer pada utang.

Sementara itu, hasil koefisien interaksi Orientasi Tujuan Ekonomi dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif. Meskipun arah koefisien interaksi adalah negatif, namun koefisien ini tidak signifikan. Hasil ini tidak mendukung hipotesis tiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa komitmen keluarga yang tinggi dengan bisnis melemahkan pengaruh positif dari orientasi tujuan ekonomi manajer/pemilik terhadap sikap keuangan pemilik atau manajer pada utang.

Selanjutnya, hasil koefisien interaksi Pengetahuan Keuangan dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif dan tidak signifikan. Hasil ini berlawanan dengan arah prediksi hipotesis. Hasil ini tidak mendukung hipotesis satu ( $H_1$ ), yang menyatakan bahwa Komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan melemahkan efek positif dari pengetahuan keuangan manajer atau pemilik pada sikap keuangan pemilik/manajer terhadap utang.

## **PENUTUP**

**Simpulan.** Hasil penelitian menyimpulkan, pertama, bahwa koefisien interaksi pengalaman dengan penyedia utang dan komitmen keluarga terhadap bisnis adalah positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen keluarga yang tinggi pada bisnis akan memperkuat pengaruh positif dari pengalaman positif manajer/pemilik dengan penyedia utang terhadap sikap keuangan pemilik/manajer pada utang. Kedua, hasil koefisien interaksi Orientasi Tujuan Ekonomi dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah negatif. Ketiga, hasil koefisien interaksi Pengetahuan Keuangan dan Komitmen Keluarga Terhadap Bisnis adalah positif dan tidak signifikan.

**Implikasi Bagi Manajemen.** Penelitian ini memiliki beberapa implikasi bagi pemilik dan manajer perusahaan keluarga khususnya usaha mikro dan kecil. Pertama, perusahaan yang tertarik meningkatkan komitmen keluarga terhadap bisnis seharusnya mendorong para pemilik atau manajer untuk membina hubungan yang baik dengan penyedia hutang. Pengalaman positif manajer atau pemilik dengan penyedia utang mengarah kepada suatu sikap keuangan positif pemilik atau manajer pada utang. Literasi keuangan juga menjadi penting bagi pemilik agar sukses dalam pengelolaan utang perusahaan atau usaha.

**Keterbatasan dan Saran Penelitian Yang akan Datang.** Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, variabel independen hanya memfokus pada pengetahuan keuangan, pengalaman positif dengan penyedia utang, orientasi tujuan ekonomi terhadap sikap keuangan pada utang, masih ada variabel lainnya yang memiliki potensi berpengaruh terhadap kinerja usaha. Penelitian ke depan dapat juga mempertimbangkan variabel lainnya.

Selain itu penelitian ini hanya fokus pada variabel moderasi komitmen keluarga terhadap bisnis. Oleh karena itu, penelitian ke depan juga memperhatikan variabel lain sebagai variabel moderator, seperti keterlibatan keluarga. Penelitian ini hanya memperhatikan sikap keuangan dan belum mempertimbangkan keterkaitan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan. Penelitian ke depan diharapkan dapat juga mempertimbangkan perilaku keuangan.

Selanjutnya, penelitian ini terikat waktu dan ruang, dan penelitian hanya meneliti usaha mikro dan kecil khususnya di DIY Yogyakarta. Dalam penelitian ini perusahaan yang diteliti tidak membedakan variasi ukuran usaha, yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Penelitian ke depan disarankan untuk membedakan variasi ukuran usaha, yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Pendekatan penelitian ke depan sebaiknya menggunakan ukuran sampel yang lebih besar untuk meningkatkan eksternal validitas penelitian. Selain itu penelitian ini adalah penelitian survey, data dependen variabel adalah data perseptual, yang mungkin bisa bias. Penelitian ke depan sebaiknya tidak hanya survey tetapi dapat juga studi kasus dengan wawancara mendalam.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Ajzen, I. (1991) "The Theory of Planned Behavior,". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

- Arregle, J.-L., M. A. Hitt, D. G. Sirmon, and P. Very (2007) "The Development of Organizational Social Capital: Attributes of Family Firms," *Journal of Management Studies*, 44(1): 73-95.
- Arthurs, J., and L. Busenitz (2003) "The Boundaries and Limitations of Agency Theory and Stewardship Theory in the Venture Capitalists/Entrepreneur Relationship," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2),145-162.
- Astrachan, J. H. (2010) "Strategy in Family Business: Toward a Multidimensional Research Agenda," *Journal of Family Business Strategy*, 1(1): 6-14.
- Baumeister, R. F., E. Bratslavsky, C. Finkenauer, and K. D. Vohs (2001) "Bad Is Stronger than Good," *Review of General Psychology*, 5(4): 323-370.
- Blanco-Mazagatos, V., E. de Quevedo-Puente, and L. A. Castrillo (2007) "The Trade-Off between Financial Resources and Agency Costs in the Family Business: An Exploratory Study," *Family Business Review*, 20(3):199-213.
- Button, S. B., J. E. Mathieu, and D. M. Zajac (1996) "Goal Orientation in Organizational Research: A Conceptual and Empirical Foundation," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(1): 26-48.
- Chrisman, J. J., J. H. Chua, and R. A. Litz (2004) "Comparing the Agency Costs of Family and Non-Family Firms: Conceptual Issues and Exploratory Evidence," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(4): 335-354.
- Dasgupta, N., and A. G. Greenwald (2001) "On the Malleability of Automatic Attitudes: Combating Automatic Prejudice with Images of Admired or Disliked Individuals," *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(5): 800-814.
- Eddleston, K. A., and F. W. Kellermanns (2007) "Destructive and Productive Family Relationships: A Stewardship Theory Perspective," *Journal of Business Venturing*, 22(4): 545-565.
- Gallo, M. A., J. Tapias, and K. Cappuyens (2004) "Comparison of Family and Nonfamily Business: Financial Logic and Personal Preferences," *Family Business Review*, 17(4):303-318.
- Gómez-Mejía, L. R., K. T. Haynes, M. Núñez-Nickel, K. J. L. Jacobson, and J. Moyano-Fuentes (2007) "Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills," *Administrative Science Quarterly*, 52(1): 106-137.
- Gudmundson, D., C. B. Tower, and E. A. Hartman (2001) Strategic Implications of Data Gathering Activities: A Comparison between Family and Nonfamily Firms. Paper presented at the Annual Meeting of the United States Association of Small Business and Entrepreneurship, Orlando.
- Haynie, M., and D. A. Shepherd (2009) "A Measure of Adaptive Cognition for Entrepreneurship Research." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3): 695-714.
- Heck, R. K. Z. (2004) "A Commentary on 'Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-Based Analysis of the Effect of Organizational Culture'," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(4):383-389.
- Hoffman, J., M. Hoelscher, and R. Sorenson (2006) "Achieving Sustained Competitive Advantage: A Family Capital Theory," *Family Business Review*, 19(2): 135-145.

- Jensen, M. C., and W. H. Meckling (1976) "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure," *Journal of Financial Economics*, 3(4): 305-360.
- Jensen, M. C., and W. H. Meckling (1994) "The Nature of Man," *The Journal of Applied Corporate Finance*, 7(2): 4-19.
- Klein, S. B., J. H. Astrachan, and K. X. Smyrnios (2005) "The F-Pec Scale of Family Influence: Construction, Validation, and Further Implication for Theory," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(3): 321-339.
- Koropp, C., Grichnik, D. and Kellermanns, F. (2013) "Financial Attitudes in Family Firms: The Moderating Role Of Family Commitment". *Journal of Small Business Management*, 51 (1):114-137.
- Mahéroul, L. (2004) "Is There Any Specific Equity Route for Small and Medium-Sized Family Businesses? The French Experience," *Family Business Review*, 17(3): 221-235.
- McConaughy, D. L., C. H. Matthews, and A. S. Fialko (2001) "Founding Family Controlled Firms: Performance, Risk, and Value," *Journal of Small Business Management*, 39(1):31-49.
- Michaelas, N., F. Chittenden, and P. Poutziouris (1998) "A Model of Capital Structure Decision Making in Small Firms," *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 5(3): 246-260.
- Mishra, C. S., and D. L. McConaughy (1999) "Founding Family Control and Capital Structure: The Risk of Loss of Control and the Aversion to Debt," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(4): 53-64.
- Modigliani, F., and M. H. Miller (1958) "The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment," *American Economic Review*, 48(3): 261-297.
- Modigliani, F., and M. H. Miller (1963) "Corporate Income Taxes and the Cost of Capital: A Correction," *American Economic Review*, 53(3): 433-443.
- Moorman, C., K. Diehl, D. Brinberg, and B. Kidwell (2004) "Subjective Knowledge, Search Locations, and Consumer Choice," *Journal of Consumer Research*, 31(3): 673-680.
- Myers, S. C., and N. S. Majluf (1984) "Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have," *Journal of Financial Economics*, 13(2): 187-221.
- Park, C. W., D. L. Mothersbaugh, and L. Feick (1994) "Consumer Knowledge Assessment," *Journal of Consumer Research*, 21(1): 71-82.
- Romano, C. A., G. A. Tanewski, and K. X. Smyrnios (2001). "Capital Structure Decision Making: A Model for Family Business," *Journal of Business Venturing*, 16(3): 285-310.
- Rutherford, M. W., D. F. Kuratko, and D. T. Holt (2008) "Examining the Link between 'Familiness' and Performance: Can the F-Pec Untangle the Family Business Theory Jungle?," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(6), 1089-1109.
- Shepherd, D. A., A. Zacharakis, and R. A. Baron (2003) "Vcs' Decision Processes: Evidence Suggesting More Experience May Not Always Be Better," *Journal of Business Venturing*, 18(3): 381-401.

- Smyrnios, K., G. Tanewski, and C. Romano (1998) "Development of a Measure of the Characteristics of Family Business," *Family Business Review*, 11(1): 49-60.
- Van Auken, H. E. (2001) "Financing Small Technology-Based Companies: The Relationship between Familiarity with Capital and Ability to Price and Negotiate Investment," *Journal of Small Business Management*, 39(3): 240 -258.
- Van Auken, H. E. (2005). "A Model of Small Firm Capital Acquisition Decisions," *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3): 335-352.
- Van Auken, H. E., J. Kaufmann, and P. Her rmann (2009) "An Empirical Analysis of the Relationship between Capital Acquisition and Bankruptcy Laws," *Journal of Small Business Management*, 47(1): 23-37.
- Van Auken, H. E., and J. Werbel (2006) "Family Dynamic and Family Business Financial Per- formance: Spousal Commitment," *Family Business Review* 19(1), 49-63.
- Wittenbrink, B., C. M. Judd, and B. Park (2001) "Spontaneous Prejudice in Context: Variabil- ity in Automatically Activated Attitudes," *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(5): 815-827.
- Zahra, S. A., J. C. Hayton, D. O. Neubaum, C. Dibrell, and J. Craig (2008) "Culture of Family Commitment and Strategic Flexibility: The Moderating Effect of Stewardship," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(6):1035-1054.