

# AKSES

## JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

---

### DAFTAR ISI

<b>Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah</b> Rustam Hanafi.....	85
<b>Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Strategi Manufaktur (Studi Empiris Pada UKM Makanan Khas Dan UKM Konveksi Salatiga)</b> Hani Sirine Dan Elisabeth Penti Kurniawati .....	106
<b>Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di BEI)</b> Luluk M Ifada - Shinta Andika Setyowati .....	136
<b>Peran Manajer Profesional Dalam Meningkatkan Kinerja Manajerial Pada Perusahaan Keluarga</b> Umar Chadhiq .....	159
<b>Studi Interpretatif Nilai-Nilai Islam Dalam Pengungkapan Laporan Tahunan Lembaga Keuangan Syariah</b> Atieq Amjadallah Alfie .....	178
<b>Pengaruh Akses Modal, Kualitas Sdm, Dan Keluarga Terhadap Perkembangan Usaha Pada Perempuan Pedagang Pasar Tradisional</b> Yulekhah Ariyanti .....	198
<b>Analisis Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Pada Ikatan Emosional Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Mini Market Madina Kec. Kedungmundu Semarang</b> Wachjuni .....	212

## DARI REDAKSI

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Sidang pembaca yang berbahagia, alhamdulillah dengan pertolonganNya, Jurnal AKSES yang kita cintai ini dapat kembali hadir dihadapan pembaca tampil pada edisi ke delapan. Redaksi sangat senang dapat menghadirkan Jurnal AKSES karena mengelola sebuah jurnal merupakan perjuangan tersendiri ditengah kesibukan mengajar yang telah menyita waktu. Oleh karena itu membuat kesinambungan untuk terbit merupakan kata kunci bagi sebuah jurnal, karena dengan kesinambungan menjadi indikasi pembuktian survivalitas dari jurnal ini. Menjadi sebuah tanda kesyukuran manakala Jurnal AKSES kini masih eksis, berarti telah memenuhi tuntutan kesinambungan tersebut. Yang menjadi tantangan selanjutnya dan harus dipenuhi yaitu terbangunnya jaringan dari penulis dari perguruan tinggi lain. Pada edisi ini, Jurnal AKSES sudah bisa menjaring penulis dari perguruan tinggi lain sebanyak tiga orang, sedang sisanya penulis dari internal, Redaksi berharap kondisi seperti ini dapat dipertahankan.

Jurnal AKSES edisi ini memuat tujuh artikel, pertama berjudul: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah, ditulis oleh Rustam Hanafi dosen Fakultas Ekonomi UNISSULA Semarang. Artikel kedua berjudul: Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Strategi Manufaktur (Studi Empiris pada UKM Makanan Khas dan UKM Konveksi Salatiga, ditulis oleh Hani Sirine dan Elisabeth Penti Kurniawati, dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW Salatiga. Tulisan ketiga berjudul: Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dibuat Luluk M Ifada dan Shinta Andika Setyawati dari Fakultas Ekonomi UNISSULA Semarang. Selanjutnya tulisan ke empat berjudul: Peran Manajer Profesional Dalam Meningkatkan Kinerja Manajerial pada Perusahaan Keluarga disusun oleh Umar Chadhiq dosen Fakultas Ekonomi UNWAHAS Semarang. Disusul artikel ke lima dengan judul: Studi Interpretatif Nilai-Nilai Islam Dalam Pengungkapan Laporan Tahunan Lembaga Keuangan Syariah, dibuat oleh Atieq Amjadallah Alfie dosen Fakultas Ekonomi UNWAHAS Semarang. Kemudian artikel keenam dengan judul: Pengaruh Akses Modal, Kualitas SDM dan Keluarga terhadap Perkembangan Usaha pada Perempuan Pedagang Pasar Tradisional, dibuat oleh Yulekhah Ariyanti dosen Fakultas Ekonomi UNWAHAS Semarang. Terakhir artikel dengan judul: Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh pada Ikatan Emosional Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Mini Market Madina Kedungmundu Semarang ditulis Wachjuni dosen Fakultas Ekonomi UNWAHAS Semarang.

Besar harapan redaksi, kehadiran Jurnal AKSES ini dapat menjadi media jalinan komunikasi-informasi para akademisi dimanapun anda bertugas. Redaksi masih menunggu kiriman artikel dari rekan sejawat yang ingin menyebarluaskan karyanya dari hasil kajian keilmuan khususnya bidang ekonomi yang dapat dituangkan baik dalam bentuk artikel hasil penelitian maupun artikel bebas, dengan senang hati kami terima.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Terimakasih  
REDAKSI

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI INFORMASI PELAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH

**Rustam Hanafi**

Dosen Fakultas Ekonomi UNISSULA Semarang

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the factors that affect the value of local government financial reporting information. Value of information refers to the reliability and timeliness, while the factors that affect the capacity of human resources, utilization of information technology and accounting internal control.*

*Data was collected by giving questionnaire to 100 heads and staff of the SKPD accounting department at Tegal and Brebes district and also by interviewing some of them. The statistical methods used to test the hypothesis is multiple linear regression.*

*The results showed: first, the use of information technology and accounting internal control has a positive and significant influence on the reliability of financial reporting area, while the human resource capacity was not affected. Second, the use of information technology and accounting internal control has a positive and significant impact on the timeliness of financial reporting area, while the human resource capacity was not affected. Third, the timeliness of financial reporting area has positive and significant impact on the reliability of financial reporting of local governments.*

*Keywords: local government financial reporting, the value of information, human resource capacity, utilization of information technology, accounting and internal control.*

## **PENDAHULUAN**

Pelaporan keuangan sektor publik khususnya laporan keuangan pemerintah adalah wujud dan realisasi pengaturan pengelolaan dan pertanggungjawaban keuangan pemerintah yang transparan untuk mencapai *good governance* (*accounting for governance*). Laporan keuangan yang dipublikasikan oleh pemerintah digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan bagi para pengguna kebutuhan informasi laporan keuangan tersebut seperti masyarakat, pemerintah, para wakil rakyat, lembaga pengawas dan lembaga pemeriksa serta pihak yang memberi atau berperan dalam proses donasi, inverstasi dan pinjaman.

Menurut Suwarjono (2008), informasi harus bermanfaat bagi para

pemakai sama saja dengan mengatakan bahwa informasi harus mempunyai nilai. Kebermanfaatan (*usefulness*) merupakan suatu karakteristik yang hanya dapat ditentukan secara kualitatif dalam hubungannya dengan keputusan, pemakai, dan keyakinan pemakai terhadap informasi. Seperti disebutkan dalam Rerangka Konseptual Akuntansi karakteristik kualitatif atau kualitas informasi terdiri dari (a) relevan, (b) andal, (c) dapat dibandingkan, dan (d) dapat dipahami (PP No.24 Tahun 2005).

Fenomena pelaporan keuangan pemerintah di Indonesia merupakan hal yang menarik untuk dikaji. Menurut hasil pemeriksaan BPK RI Semester II Tahun 2008 menyimpulkan bahwa perkembangan opini Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) 2004 sampai dengan 2007 menunjukkan kualitas yang semakin memburuk. Persentase LKPD yang informasi keuangannya tidak dapat diandalkan oleh para pengguna laporan keuangan semakin banyak, dan sebaliknya, persentase LKPD yang informasi keuangannya dapat diandalkan semakin sedikit (Nasution, 2009). Kurang baiknya laporan keuangan pemerintah daerah (LKPD) dilihat dari hasil pemeriksaan, bisa menjadi indikasi kurang kredibelnya pengelolaan keuangan daerah. Untuk tahun 2007, dari 24 LKPD kabupaten/kota yang diperiksa BPK, tujuh di antaranya mendapat opini disclaimer. Selebihnya, 16 kab./kota yang lain mendapat opini wajar dengan pengecualian ([www.apeksi.or.id](http://www.apeksi.or.id), 2007). Berdasarkan fenomena tersebut dapat dinyatakan bahwa laporan keuangan pemerintah masih belum seluruhnya memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Pemerintah mengenai karakteristik kualitatif yaitu keterandalan dan ketepatanwaktuan. Dua unsur tersebut sangatlah penting terkait dengan pengambilan keputusan para pengguna laporan keuangan pemerintah, peneliti tertarik untuk meneliti hal apa saja yang mempengaruhi keterandalan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah.

Di dalam Konsep Standar Pemeriksaan Keuangan Negara pada bab Standar Pekerjaan Lapangan Pemeriksaan Keuangan mengenai Pengendalian Intern disebutkan bahwa sistem informasi yang relevan dengan tujuan laporan keuangan, salah satunya adalah sistem akuntansi yang terdiri dari metoda dan catatan yang dibangun untuk mencatat, mengolah, mengikhtisarkan, dan melaporkan transaksi entitas (baik peristiwa maupun kondisi) untuk memelihara akuntabilitas bagi aktiva, utang, dan ekuitas yang bersangkutan (BPK RI, 2006). Untuk mendukung tercapainya pelaksanaan sistem akuntansi yang baik maka diperlukan sumber daya manusia yang berkapasitas untuk menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas. Beberapa penelitian yang terkait dengan sumber daya pemerintahan antara lain: Dinata (2004) menemukan bahwa secara garis besar sumber daya manusia yang ada di instansi pemerintahan Kota Palembang belum sepenuhnya dinyatakan siap atas berlakunya Sistem Akuntansi Keuangan Daerah yang berdasarkan

Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 29 Tahun 2002; Alimbudiono dan Fidelis (2004) menemukan bahwa pegawai berlatar pendidikan akuntansi di subbagian akuntansi Pemerintah XYZ masih minim, *job description*-nya belum jelas, dan pelatihan-pelatihan untuk menjamin fungsi akuntansi berjalan dengan baik belum dilaksanakan; Indriasari (2007) menunjukkan bahwa kapasitas sumber daya manusia tidak mempunyai pengaruh keterhandalan dalam pelaporan keuangan pemerintah kota Palembang maupun kabupaten organ Hilir namun berpengaruh terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kapasitas sumber daya manusia yang ada di instansi pemerintahan masih belum memadai. Kapasitas sumber daya manusia yang masih minim ini mempengaruhi terhadap keterandalan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah.

Selain peran sumber daya manusia, faktor pemanfaatan teknologi juga mempunyai peran penting terhadap keterandalan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah. Seperti kita ketahui bahwa total volume Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara/Daerah (APBN/D) dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan yang luar biasa. Dari sisi akuntansi hal tersebut menunjukkan bahwa volume transaksi keuangan pemerintah juga menunjukkan kuantitas yang semakin besar dan kualitas yang semakin rumit dan kompleks. Peningkatan volume transaksi yang semakin besar dan semakin kompleks tentu harus diikuti dengan peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan pemerintah (Sugijanto dalam Indriasari, 2007). Untuk itu Pemerintah dan Pemerintah Daerah berkewajiban untuk mengembangkan dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuan mengelola keuangan daerah, dan menyalurkan Informasi Keuangan Daerah kepada pelayanan publik. Kewajiban pemanfaatan teknologi informasi oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 56 Tahun 2005 tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah yang merupakan pengganti dari PP No. 11 Tahun 2001 tentang Informasi Keuangan Daerah.

Sistem akuntansi sebagai sistem informasi merupakan subjek terjadinya kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Oleh karena itu, sistem akuntansi memerlukan pengendalian intern atau dengan kata lain sistem akuntansi berkaitan erat dengan pengendalian intern organisasi (Mahmudi, 2007). Menurut Permendagri No. 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah, pengendalian intern merupakan proses yang dirancang untuk memberikan keyakinan yang memadai mengenai pencapaian tujuan pemerintah daerah yang tercermin dari keandalan laporan keuangan, efisiensi dan efektivitas pelaksanaan program dan kegiatan serta dipatuhinya peraturan perundang-undangan. Ada tiga fungsi yang tersurat dari definisi tersebut yaitu: (a) keterandalan pelaporan keuangan, (b) efisiensi dan efektivitas operasi, dan (c) kepatuhan terhadap ketentuan dan peraturan

perundang-undangan yang berlaku. Fungsi pertama dilakukan untuk mencegah terjadinya inefisiensi dan dinamakan pengendalian intern akuntansi, sedangkan fungsi kedua dan ketiga dilakukan secara khusus untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen dan dinamakan pengendalian intern administratif (Moscove *et al.*, 1990 dalam Triyuwono & Roekhudin, 2000). Komponen penting dari pengendalian intern organisasi yang terkait dengan sistem akuntansi antara lain: (a) sistem dan prosedur akuntansi, (b) otorisasi, (c) formulir, dokumen, dan catatan, dan (d) pemisahan tugas (Mahmudi, 2007).

Hubungan keterhandalan dan ketepatanwaktuan dalam pelaporan keuangan pemerintah daerah sering terjadi *trade-off* yaitu saling korban untuk mendapatkan kebermanfaatan. Walaupun berkurangnya reliabilitas berakibat berkurangnya kebermanfaatan, dimungkinkan untuk mempercepat ketersediaan data secara aproksimasi tanpa mempengaruhi reliabilitas secara material. Dengan begitu ketepatanwaktuan dengan aproksimasi justru akan meningkatkan kebermanfaatan secara keseluruhan (Suwardjono, 2008).

Dalam penelitian Indiriasari (2007) menemukan adanya *trade-off* yaitu saling korban antara ketepatanwaktuan dan keterhandalan pelaporan keuangan pemerintah. Hal itu diperkuat dengan adanya temuan yang menyatakan bahwa kapasitas sumber daya manusia berpengaruh positif signifikan terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah tetapi kapasitas sumber daya manusia tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keterhandalan pelaporan keuangan daerah di kota Palembang dan di kabupaten Ogan Ilir. Penelitian terdahulu menyebutkan beberapa faktor yang mempengaruhi nilai informasi pelaporan keuangan Pemerintah Daerah yaitu diantaranya seperti yang telah dijelaskan diatas yaitu kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi informasi dan pengendalian intern akuntansi. Dalam penelitian ini disamping meneliti faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap nilai informasi pelaporan keuangan daerah seperti yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, juga meneliti hubungan antara nilai informasi ketepatanwaktuan dan nilai informasi keterandalan dalam pelaporan keuangan pemerintah daerah.

## LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### **Pelaporan Keuangan Pemerintah**

Nilai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan harus mengandung karakteristik kualitatif karena hal tersebut merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyajikan laporan keuangan. FASB dalam SAC No. 2 menyebutkan bahwa karakteristik kualitatif dimaksudkan untuk memberi kriteria dasar dalam memilih : a) alternatif metode akuntansi dan pelaporan keuangan, b) Persyaratan pengungkapan (Ghozali dan Chariri, 2007). Laporan keuangan pada

dasarnya merupakan asersi dari pihak manajemen pemerintah yang menginformasikan kepada pihak lain, yaitu para pemangku kepentingan (*stakeholder*), tentang kondisi keuangan pemerintah. Di Indonesia, laporan keuangan pokok yang harus dibuat oleh pemerintah sebagaimana tercantum dalam UU No. 17 Tahun 2003 pasal 30 tentang Keuangan Negara meliputi: (1) Laporan Realisasi APBN/D, (2) Neraca, (3) Laporan Arus Kas, (4) Catatan atas Laporan Keuangan, dan (5) Lampiran laporan keuangan perusahaan negara/daerah. GASB (1999), tujuan pelaporan keuangan pemerintah adalah: (a) Mempertanggung jawabkan pelaksanaan fungsinya, (b) Melaporkan hasil operasi, (c) Melaporkan kondisi keuangan, (d) Melaporkan sumber daya jangka panjang.

### **Kapasitas Sumber Daya Manusia**

Kapasitas sumber daya manusia adalah kemampuan seseorang atau individu, suatu organisasi (kelembagaan), atau suatu sistem untuk melaksanakan fungsi-fungsi atau kewenangannya untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Kapasitas harus dilihat sebagai kemampuan untuk mencapai kinerja, untuk menghasilkan keluaran-keluaran (*outputs*) dan hasil-hasil (*outcomes*).

#### **Kesulitan Keuangan Perusahaan**

Untuk menilai kapasitas dan kualitas sumber daya manusia dalam melaksanakan suatu fungsi, termasuk akuntansi, dapat dilihat dari *level of responsibility* dan kompetensi sumber daya tersebut. Tanggung jawab dapat dilihat dari atau tertuang dalam deskripsi jabatan. Deskripsi jabatan merupakan dasar untuk melaksanakan tugas dengan baik. Tanpa adanya deskripsi jabatan yang jelas, sumberdaya tersebut tidak dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Sedangkan kompetensi dapat dilihat dari latar belakang pendidikan, pelatihan-pelatihan yang pernah diikuti, dan dari keterampilan yang dinyatakan dalam pelaksanaan tugas (Alimbudiono dan Fidelis 2004, dalam Indriasari, 2007).

### **Teknologi Informasi**

Definisi TI secara lengkap dinyatakan oleh Martin *et al.* (2002), yaitu teknologi komputer yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi serta teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengirimkan informasi. Definisi TI sangatlah luas dan mencakup semua bentuk teknologi yang digunakan dalam menangkap, manipulasi, mengkomunikasikan, menyajikan, dan menggunakan data yang akan diubah menjadi informasi (Martin *et al.*, 2002). Teknologi informasi meliputi komputer (*mainframe, mini, micro*), perangkat lunak (*software, database, jaringan (internet, intranet), electronic commerce*, dan jenis lainnya yang berhubungan dengan teknologi (Wilkinson *et al.*, 2000).

### **Peningkatan Nilai Informasi**

Pengolahan data menjadi suatu informasi dengan bantuan komputer jelas akan lebih meningkatkan nilai dari informasi yang dihasilkan. Peningkatan nilai

informasi tersebut bisa kita amati dari hal sebagai berikut (Wahana Komputer, 2003): Hubungan antara Nilai Informasi, Biaya, dengan Waktu pengolahan data menjadi informasi

Untuk pemrosesan data manual biasanya berlaku bahwa semakin cepat waktu yang diinginkan untuk pemrosesan, maka biaya yang dibutuhkan akan semakin besar. Dengan bantuan komputer pengolahan data bisa diatur sedemikian rupa sehingga informasi dapat disajikan tepat waktu dan dengan biaya yang masih di bawah manfaat itu sendiri. Dengan kata lain, kita bisa mengatur pengolahan data sehingga manfaat ekonomis sebuah informasi dapat diperoleh secara maksimal.

### **Pengendalian intern Akuntansi**

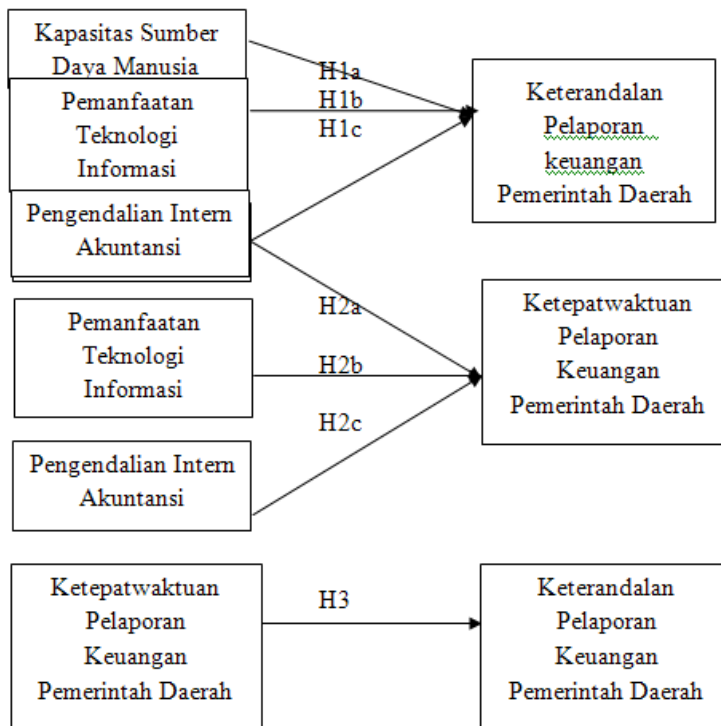
Sistem pengendalian intern adalah suatu perencanaan yang meliputi struktur organisasi dan semua metode dan alat-alat yang dikoordinasikan yang digunakan di dalam perusahaan dengan tujuan untuk menjaga keamanan harta milik perusahaan, memeriksa ketelitian dan kebenaran data akuntansi, mendorong efisiensi, dan membantu mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen yang telah ditetapkan.

Unsur pengawasan intern diantaranya: (1) Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas. (2) Sistem wewenang dan prosedur wewenang pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan dan biaya. (3) Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi. (4) Karyawan yang sesuai dengan tanggungjawabnya.

Pengendalian intern meliputi struktur organisasi, metoda, dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keterandalan data akuntansi, mendorong efisiensi, dan dipatuhinya kebijakan pimpinan. Menurut tujuannya, pengendalian intern dapat dibagi menjadi dua yaitu pengendalian intern akuntansi (*internal accounting control*) dan pengendalian intern administratif (*internal administrative control*). Pengendalian intern akuntansi yang merupakan bagian dari pengendalian intern yang berkaitan dengan tujuan pertama dan kedua sedangkan pengendalian intern administratif berkaitan dengan tujuan ketiga dan keempat. Menurut Mahmudi (2007), komponen penting yang terkait dengan pengendalian intern akuntansi antara lain sebagai berikut: (a). Sistem dan prosedur akuntansi; (b) torisasi; (c) Formulir, dokumen, dan catatan; (d) Pemisahan tugas.



## Kerangka Pemikiran Teoritis



### Hubungan Kapasitas Sumber Daya Manusia dan Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah

Perubahan yang mendasar dalam PP Nomor 105 Tahun 2000 adalah terkait dengan perubahan dalam sistem penganggaran. Perubahan secara teknis lebih tertuang dalam Kepmendagri Nomor 29 Tahun 2002, yaitu terkait dengan penatausahaan keuangan daerah. Perubahan itu sudah sampai pada teknik akuntansinya yang meliputi perubahan dalam pendekatan sistem akuntansi dan prosedur pencatatan, dokumen dan formulir yang digunakan, fungsi-fungsi otorisasi untuk tujuan sistem pengendalian intern, laporan, serta pengawasan (Idriasari, 2007).

Perubahan tersebut membutuhkan dukungan teknologi dan sumber daya manusia yang memiliki latar belakang pendidikan akuntansi yang memadai. Penelitian mengenai kesiapan sumber daya manusia subbagian akuntansi pemerintah daerah dalam kaitannya dengan pertanggungjawaban keuangan daerah pernah dilakukan oleh Alimbudiono dan Fidelis (2004), Dinata (2004), Imelda (2005) dan Desi Indriasari (2007).

Temuan empiris dari penelitian mereka menunjukkan masih minimnya pegawai berlatar pendidikan akuntansi, belum jelasnya *job description*, dan belum

dilaksanakannya pelatihan-pelatihan untuk menjamin fungsi akuntansi berjalan dengan baik pada Pemerintah Kota Palembang, atau Pemerintah Propinsi Sumatera Selatan (Idriasari, 2007).

Hasil penelitian tersebut diatas diperkuat dari hasil Survei BPK tahun 2008 tentang gambaran umum kekuatan dan kelemahan sumber daya manusia yang ada pemerintah pusat maupun daerah di seluruh wilayah Indonesia, menunjukkan adanya masalah sumber daya manusia pemerintah pusat dan daerah. Masalah pertama yang terdeteksi berkaitan dengan lokasi pegawai pada unit pengelola keuangan. Masalah kedua yang terdeteksi berkaitan dengan tingkat pemahaman dasar staf mengenai administrasi keuangan Negara. Masalah ketiga yang ditemukan dalam survei tersebut menyangkut masalah penugasan staf yang diukur berdasarkan persepsi staf yang disurvei. Masalah keempat terkait dengan pendidikan dan pelatihan SDM.

Walaupun sistem akuntansi yang dibangun sudah baik tetapi sumber daya manusianya tidak memiliki kapasitas untuk melaksanakannya, maka akan menimbulkan hambatan dalam pelaksanaan fungsi akuntansi yang ada dan akhirnya informasi akuntansi sebagai produk dari sistem akuntansi bisa jadi kualitasnya buruk. Informasi yang dihasilkan menjadi informasi yang kurang atau tidak memiliki nilai, salah satunya keterandalan sebagaimana yang masih banyak ditemui dalam pelaporan keuangan pemerintah. Berdasarkan uraian tersebut penulis menduga terdapat hubungan positif antara kapasitas sumber daya manusia dengan keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah dan hubungan tersebut dihipotesiskan:

$H_{1a}$  : Kapasitas sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

### **Hubungan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah**

Dalam Penjelasan Peraturan Pemerintah No. 56 Tahun 2005 tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah disebutkan bahwa untuk menindaklanjuti terselenggaranya proses pembangunan yang sejalan dengan prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*), Pemerintah dan Pemerintah Daerah berkewajiban untuk mengembangkan dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan kemampuan mengelola keuangan daerah, dan menyalurkan Informasi Keuangan Daerah kepada pelayanan publik.

Donnelly *et al.* dalam Indriasari (2007) menemukan bahwa sistem atau teknologi informasi yang dimiliki pemerintah daerah di Skotlandia belum begitu baik. Hal ini boleh jadi dialami juga oleh pemerintah daerah di Indonesia sebagaimana dikatakan oleh Wakil Presiden RI, Jusuf Kalla, dalam gala *dinner* bersama Guru Besar Pemasaran, Philip Kotler di Jakarta. Beliau mengakui bahwa bangsa Indonesia masih belum mampu menggunakan secara maksimal Teknologi

Informasi dan Komunikasi (TIK), walaupun teknologi tersebut telah tersedia (ANTARA News, 2007). Berdasarkan uraian tersebut diduga terdapat hubungan positif antara pemanfaatan teknologi informasi dengan keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah sehingga peneliti mengajukan hipotesis:

$H_{1b}$ : Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

### **Hubungan Pengendalian Intern Akuntansi dan Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah**

Penyimpangan dan kebocoran yang masih ditemukan di dalam laporan keuangan menunjukkan bahwa laporan keuangan tersebut belum memenuhi karakteristik atau nilai informasi yaitu keterandalan (BPK RI, 2009). Bila dikaitkan dengan penjelasan mengenai pengendalian intern akuntansi, maka penyebab ketidakandalan laporan keuangan tersebut merupakan masalah yang berhubungan dengan pengendalian intern akuntansi (Indriasari, 2007). Berdasarkan uraian dan temuan empiris tersebut, peneliti mengajukan hipotesis:

$H_{1c}$ : Pengendalian intern akuntansi berpengaruh positif terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

### **Hubungan Kapasitas Sumber Daya Manusia dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah**

Rendahnya tingkat pemahaman pegawai terhadap tugas mengenai administrasi keuangan dan fungsinya serta hambatan di dalam pengolahan data juga dapat berdampak pada keterlambatan penyelesaian tugas yang harus diselesaikan, salah satunya adalah penyajian laporan keuangan. Keterlambatan atau tidak memenuhi nilai informasi yang disyaratkan yaitu ketepatanwaktuan (Indriasari, 2007). Berdasarkan uraian tersebut penulis menduga terdapat hubungan positif antara kapasitas sumber daya manusia dengan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah dan hubungan tersebut dihipotesiskan:

$H_{2a}$ : Kapasitas sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

### **Hubungan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan Pemerintah**

Selain keterandalan hasil operasi dan kemampuan untuk mengurangi *human error*, pemanfaatan teknologi informasi dalam pengolahan data diketahui memiliki keunggulan dari sisi kecepatan. Suatu entitas akuntansi yang bernama “pemerintah daerah”, sudah pasti akan memiliki transaksi yang kompleks dan besar volumenya. Pemanfaatan teknologi informasi mesti akan sangat membantu mempercepat proses pengolahan data transaksi dan penyajian laporan keuangan pemerintah sehingga

laporan keuangan tersebut tidak kehilangan nilai informasi yaitu ketepatanwaktuan (Indriasari, 2007). Berdasarkan uraian tersebut diduga terdapat hubungan positif antara pemanfaatan teknologi informasi dengan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah sehingga penulis mengajukan hipotesis:

H<sub>2b</sub>: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

### **Hubungan Pengendalian Intern Akuntansi dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan Pemerintah**

Kegunaan laporan keuangan berkurang bilamana laporan tidak tersedia bagi pengguna dalam suatu periode tertentu setelah tanggal pelaporan. Batas waktu penyampaian laporan selambat-lambatnya enam bulan setelah berakhirnya tahun anggaran. Adanya pengendalian intern akuntansi dalam penyusunan laporan keuangan akan membuat pelaporan keuangan pemerintah selesai tepat pada waktunya (PP No. 24 Tahun 2005).

Bila dikaitkan dengan penjelasan mengenai pengendalian intern akuntansi, maka penyebab ketidaktepatwaktuan laporan keuangan merupakan masalah yang berhubungan dengan pengendalian intern akuntansi. Berdasarkan uraian dan temuan empiris tersebut, penulis mengajukan hipotesis:

H<sub>2c</sub>: Pengendalian intern akuntansi berpengaruh positif terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

### **Hubungan Ketepatanwaktuan dan Keterandalan Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah**

Sebagai aspek pendukung keberpautan, ketepatanwaktuan adalah tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada saat dibutuhkan sebelum informasi tersebut kehilangan kekuatan untuk mempengaruhi keputusan. Sedangkan keterandalan adalah kemampuan informasi untuk memberi keyakinan bahwa informasi tersebut benar atau valid. Dalam hal tertentu, mengejar keberpautan dan ketepatanwaktuan untuk mencapai kebermanfaatannya harus diimbangi dengan mengorbankan kualitas lain yaitu keakuratan atau presisi (*accuracy/precision*) atau keterandalan. Jadi terdapat saling korban (*trade-off*) antara ketepatanwaktuan dan keterandalan atau reliabilitas untuk mendapatkan kebermanfaatannya. Namun, walaupun berkurangnya reliabilitas berakibat berkurangnya kebermanfaatannya, dimungkinkan untuk mempercepat ketersediaan data secara aproksimasi tanpa mempengaruhi reliabilitas secara material. Dengan begitu ketepatanwaktuan dengan aproksimasi justru akan meningkatkan kebermanfaatannya secara keseluruhan (Suwardjono, 2005).

H<sub>3</sub>: Ada hubungan antara ketepatanwaktuan dan keterandalan dalam pelaporan keuangan pemerintah daerah.

## **METODE PENELITIAN**

### **Sample dan Data**

Populasi dalam penelitian ini adalah bagian akuntansi atau penatausahaan keuangan pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Tegal, Kabupaten Tegal dan Kabupaten Brebes. Penyampelan atas responden dilakukan secara *purposive* dan *convenience*. *Purposive sampling* digunakan karena informasi yang akan diambil berasal dari sumber yang sengaja dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah para pegawai yang melaksanakan fungsi akuntansi atau tata usaha keuangan pada SKPD. *Convenience sampling* digunakan dalam memilih sampel karena peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja dan responden yang telah ditetapkan dalam penelitian ini mau mengisi kuesioner penelitian ini. Responden dalam penelitian ini adalah yaitu kepala dan staf subbagian akuntansi atau penatausahaan keuangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui survai kuesioner terhadap bagian akuntansi atau penatausahaan keuangan pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD). SKPD ini meliputi dinas, badan, kantor, dan bagian. Peneliti juga melakukan tanya jawab (wawancara) kepada responden yang bersedia diwawancarai mengenai kondisi sumber daya manusia, teknologi informasi, dan pengendalian intern serta pelaporan keuangan yang ada di satuan kerja responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Responden**

Dari 100 responden dapat diketahui bahwa usia responden yaitu Usia  $\leq 30$  tahun sejumlah 18 responden (18%), usia 31-40 tahun sejumlah 22 responden (22%), usia 41-50 tahun sebanyak 37 responden (37%), dan  $\geq 51$  tahun sebanyak 23 responden (23%). Jenis kelamin sebanyak 57 orang (57%) berjenis kelamin pria dan 43 orang (43%) berjenis kelamin wanita. Pendidikan terakhir responden adalah 12 orang (12%) lulusan SMA, 5 orang (5%) lulusan D3, 81 orang (81%) lulusan S1 dan hanya 2 orang (2%) lulusan S2. Sedangkan masa kerja responden yaitu dengan masa kerja  $\leq 10$  tahun sejumlah 44 responden (44%), masa kerja 11-20 tahun sejumlah 26 responden (26%) dan masa kerja 21-30 tahun sebanyak 30 responden (30%).

### **Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

## Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
Kapasitas SDM	100	25	50	38,75	5,010
Pemanfaatan Teknologi informasi	100	17	40	30,06	4,735
Pengendalian intern akuntansi	100	32	45	38,28	3,610
Keterandalan pelaporan keuangan	100	22	35	29,92	3,034
Ketepatanwaktuan pelaporan keuangan	100	9	15	12,30	1,560

Sumber : data primer hasil penelitian, 2011.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif statistik variabel Kapasitas SDM memiliki rata-rata 38,75. Nilai minimum adalah sebesar 25 dan nilai maksimum sebesar 50. Nilai Standar deviasi sebesar 5,010 lebih kecil dari nilai rata-rata sehingga dapat diartikan penyebaran data untuk variabel kapasitas SDM adalah merata. Hal serupa ditunjukkan oleh variabel Pemanfaatan Teknologi informasi, Pengendalian intern akuntansi, Keterandalan pelaporan keuangan, Ketepatanwaktuan pelaporan keuangan dimana nilai standar deviasi dibawah rata-rata sehingga dapat diartikan bahwa semua data variabel-variabel tersebut menyebar secara merata.

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa item pertanyaan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian intern akuntansi, keterandalan pelaporan keuangan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan adalah valid, karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,195). Dengan demikian data dapat diikutkan dalam proses selanjutnya.

Adapun hasil uji reliabilitas variabel kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian intern akuntansi, keterandalan laporan keuangan dan ketepatanwaktuan laporan keuangan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

#### Uji Reliabilitas

No.	Indikator	Batas Cronbact alpha	Nilai r Alpha	Ket
1.	Kapasitas SDM	0,6	0,800	Reliabel
2.	Pemanfaatan teknologi informasi	0,6	0,776	Reliabel
3.	Pengendalian intern akuntansi	0,6	0,852	Reliabel
4.	Keterandalan laporan keuangan	0,6	0,842	Reliabel
5.	Ketepatanwaktuan Laporan keuangan	0,6	0,633	Reliabel

Sumber : data primer hasil penelitian, 2011.

## Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z adalah sebesar  $0,711 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model regresi pengaruh kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian intern akuntansi terhadap keterandalan pelaporan keuangan terdistribusi secara normal. Dan nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z adalah sebesar  $0,067 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model regresi pengaruh kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian intern akuntansi terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan terdistribusi secara normal.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah yang mempunyai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1.

### Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF
1	Kapasitas SDM	0,577	1,734
2	Pemanfaatan Teknologi Informasi	0,643	1,554
3	Pengendalian Intern Akuntansi	0,778	1,288

Sumber : data primer hasil penelitian, 2011.

Berdasarkan hasil tersebut maka tidak terjadi multikolinier antar variabel bebas (kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi, dan pengendalian intern akuntansi) karena  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$ .

Hasil heteroskedastisitas dapat di gambarkan berdasarkan grafik hasil penelitian, deteksi yang ada adalah penyebaran, dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga model regresi pengaruh kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian intern akuntansi terhadap keterandalan pelaporan keuangan terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu residual pengamatan kepengamatan lain, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil yang sama juga terjadi pada model regresi model pengaruh kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi informasi, pengendalian intern akuntansi terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan terjadi ketidaksamaan *variance* dari satu residual pengamatan kepengamatan lain.

## Hasil Regresi

Hasil regresi model 1. Tabel 1 dibawah ini menampilkan hasil pengestimasi model 1

**Tabel 1**  
**Hasil Regresi Model 1**

$$R = \alpha + \beta_1 KSDM + \beta_2 PTI + \beta_3 PIA + \varepsilon$$

	Koefisien (Kesalahan Standar)	<i>Standardised Coefficient</i>	Nilai t	Nilai P Satu sisi
A	5,371(2,342)		2,293	0,024
KSDM	0.013(0,055)	0,022	0,239	0,812
PTI	0,168(0,055)	0,262	3,053	0,003
PIA	0,496(0,066)	0,590	7,555	0,000
Nilai F (nilai P) 38,223(0,000)				
$R^2(\bar{R}^2)$ 0,738(0,544)				

Model 1 menggunakan Kapasitas SDM, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Intern Akuntansi sebagai variable independen dan Keterandalan Pelaporan Keuangan sebagai variabel dependen. Nilai F hitung model 1 = 38,223 dan signifikan dengan *P-value* = 0,000. Jadi model 1 signifikan untuk memprediksi Keterandalan Pelaporan Keuangan. Besarnya  $R^2$  model 1 adalah 0,738 yang berarti bahwa variasi Keterandalan Pelaporan Keuangan (variable dependen) dijelaskan oleh Kapasitas SDM, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Intern Akuntansi sebesar 73,8%. Sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang relevan tetapi tidak dimasukkan dalam model 1.

Hasil regresi model 2. tabel 2 dibawah ini menampilkan hasil pengestimasiian model 2.

**Tabel 2**  
**Hasil Regresi Model 2**

$$KWP = \alpha + \beta_1 KSDM + \beta_2 PTI + \beta_3 PIA + \varepsilon$$

	Koefisien (Kesalahan Standar)	<i>Standardised Coefficient</i>	Nilai t	Nilai P Satu sisi
A	1,188(1,311)		0,906	0,367
KSDM	-0.021(0,031)	-0,067	-0,679	0,499
PTI	0,123(0,031)	0,373	3,996	0,000
PIA	0,215(0,037)	0,497	5,844	0,000
Nilai F (nilai P) 27,290(0,000)				
$R^2(\bar{R}^2)$ 0,678(0,460)				



Model 2 menggunakan Kapasitas SDM, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Intern Akuntansi sebagai variable independen dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan sebagai variabel dependen. Nilai F hitung model 1 = 27,290 dan signifikan dengan  $P\text{-value} = 0,000$ . Jadi model 2 signifikan untuk memprediksi Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan. Besarnya  $R^2$  model 1 adalah 0,678 yang berarti bahwa variasi Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan (variable dependen) dijelaskan oleh Kapasitas SDM, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pengendalian Intern Akuntansi sebesar 67,8%. Sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang relevan tetapi tidak dimasukkan dalam model 2.

Hasil regresi model 3. tabel 3 dibawah ini menampilkan hasil pengestimasiian model 3.

**Tabel 3**  
**Hasil Regresi Model 3**

$$K = \alpha + \beta KWP + \varepsilon$$

	Koefisien (Kesalahan Standar)	<i>Standardised Coefficient</i>	Nilai t	Nilai P Satu sisi
A	15,201(1,920)		7,919	0,000
KWP	-1,197(0,155)	0,615	7,729	0,000
Nilai F (nilai P) 59,731(0,000)				
$R^2(\bar{R}^2)$ 0,615(0,379)				

Model 3 menggunakan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan sebagai variable independen dan Keterandalan Pelaporan Keuangan sebagai variabel dependen. Nilai F hitung model 3 = 59,731 dan signifikan dengan  $P\text{-value} = 0,000$ . Jadi model 3 signifikan untuk memprediksi Keterandalan Pelaporan Keuangan. Besarnya  $R^2$  model 3 adalah 0,615 yang berarti bahwa variasi Keterandalan Pelaporan Keuangan (variable dependen) dijelaskan oleh Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan sebesar 61,5%. Sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang relevan tetapi tidak dimasukkan dalam model3.

**Hipotesis 1a, 1b, 1c** diuji dengan  $t\text{-test}$ . Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai signifikansi untuk kapasitas SDM adalah  $\alpha = 0,812 > 0,05$  menandakan bahwa kapasitas SDM tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keterandalan pelaporan keuangan, Pemanfaatan Teknologi Informasi adalah  $\alpha = 0,003 < 0,05$  menandakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keterandalan laporan keuangan, pemanfaatan teknologi informasi adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa pengendalian intern akuntansi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keterandalan laporan keuangan.

**Hipotesis 2a, 2b, 2c** diuji dengan  $t\text{-test}$ . Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai

signifikansi untuk Kapasitas SDM adalah  $\alpha = 0,499 > 0,05$  menandakan bahwa kapasitas SDM tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ketepatanwaktuan laporan keuangan. Pemanfaatan teknologi informasi adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan. Pengendalian intern akuntansi adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa pengendalian intern akuntansi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan.

**Hipotesis 3** diuji dengan *t-test*. Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai signifikansi untuk ketepatanwaktuan pelaporan keuangan adalah  $\alpha = 0,000 < 0,05$  menandakan bahwa ketepatanwaktuan pelaporan keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keterandalan pelaporan keuangan.

## Pembahasan

Kapasitas SDM tidak berpengaruh terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan maupun terhadap keterandalan pelaporan keuangan pemerintah, kondisi ini terjadi karena dengan tingkat pendidikan yang tidak sesuai dengan bidangnya, maka pegawai tidak bisa lebih cepat memahami apa yang harus dikerjakan. Rendahnya tingkat pemahaman pegawai terhadap tugas mengenai administrasi keuangan dan fungsinya serta hambatan di dalam pengolahan data juga dapat berdampak pada keterlambatan penyelesaian tugas yang harus diselesaikan, salah satunya adalah penyajian laporan keuangan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Indriasari (2007), yang menyatakan kapasitas SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap keterandalan laporan keuangan. Begitu juga kapasitas SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatanwaktuan. Hal ini berbeda dengan penelitian Indriasari (2007), yang menyatakan kapasitas SDM berpengaruh signifikan terhadap ketepatanwaktuan laporan keuangan. Perbedaan hasil penelitian ini terjadi karena kapasitas SDM yang dimiliki satu daerah berbeda dengan yang lainnya.

Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap ketepatanwaktuan dan keterandalan pelaporan keuangan. Kondisi ini terjadi karena selain keterandalan hasil operasi dan kemampuan untuk mengurangi *human error*, pemanfaatan teknologi informasi dalam pengolahan data diketahui memiliki keunggulan dari sisi kecepatan. Suatu entitas akuntansi (pemerintah daerah) sudah pasti akan memiliki transaksi yang kompleks dan besar volumenya. Pemanfaatan teknologi informasi pastinya akan sangat membantu mempercepat proses pengolahan data transaksi dan penyajian laporan keuangan pemerintah sehingga laporan keuangan tersebut tidak kehilangan nilai informasi yaitu ketepatanwaktuan. Yang terjadi dilapangan juga mendukung argumen diatas. Penggunaan sistem informasi manajemen daerah

atau SIMDA di sebagian besar SKPD Kota Tegal, Kabupaten Tegal, Kabupaten Brebes yang merupakan bagian dari adanya pemanfaatan teknologi informasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Indriasari (2007), yang menyatakan pemanfaatan teknologi berpengaruh terhadap ketepatanwaktuan pelaporan keuangan pemerintah daerah.

Pengendalian intern akuntansi berpengaruh terhadap keterandalan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan, kondisi ini terjadi karena pengendalian intern akuntansi memudahkan pengumpulan dan pelaporan suatu transaksi, karena dalam pengendalian intern akuntansi proses akuntansi dari mulai transaksi keuangan sampai menjadi laporan keuangan pemerintah daerah selalu mendapat otorisasi dari pihak yang berwenang. Sehingga membuat laporan keuangan pemerintah daerah tepat waktu dalam pelaporannya. Sedangkan sistem pengendalian intern merupakan suatu perencanaan yang meliputi struktur organisasi dan semua metode dan alat-alat yang dikoordinasikan yang digunakan di dalam entitas dengan tujuan untuk menjaga keamanan harta milik entitas, memeriksa ketelitian dan kebenaran data akuntansi, mendorong efisiensi, dan membantu mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen yang telah ditetapkan. Dengan adanya pengendalian intern akuntansi, maka kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh seorang pegawai akan dapat diketahui, sebab setiap transaksi yang dilakukan dalam instansi akan di ketahui atau disetujui oleh beberapa sub bidang dan memiliki arsip yang dapat diaudit oleh auditor intenal atau auditor independen. Kondisi ini mengakibatkan hasil laporan keuangan yang diperoleh bisa lebih handal. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Indriasari (2007), yang menyatakan pengendalian intern akuntansi berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan.

Nilai informasi ketepatanwaktuan pelaporan keuangan berpengaruh terhadap Keterandalan pelaporan keuangan, kondisi ini terjadi karena sebagai aspek pendukung keberpautan, ketepatanwaktuan adalah tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada saat dibutuhkan sebelum informasi tersebut kehilangan kekuatan untuk mempengaruhi keputusan. Sedangkan keterandalan adalah kemampuan informasi untuk memberi keyakinan bahwa informasi tersebut benar atau valid. Seperti yang dikatakan Suwardjono (2008), dalam hal tertentu mengejar keberpautan dan ketepatanwaktuan untuk mencapai kebermanfaatannya harus dibarengi dengan mengorbankan kualitas lain yaitu keakuratan atau presisi (*accuracy/precision*) atau keterandalan. Jadi terdapat saling korban (*trade-off*) antara ketepatanwaktuan dan keterandalan atau reliabilitas untuk mendapatkan kebermanfaatannya. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan Bastian (2005), yaitu jika terdapat penundaan yang tidak semestinya dalam pelaporan, maka informasi yang dihasilkan relevansinya. Manajemen mungkin perlu mengembangkan manfaat relatif antara pelaporan tepat waktu dan ketentuan informasi andal. Penyediaan informasi yang tepat waktu akan

meningkatkan keandalan informasi. Sebaliknya, jika pelaporan ditunda sampai seluruh aspek diketahui, informasi yang dihasilkan mungkin sangat ada tetapi kurang bermanfaat bagi pengambil keputusan sehingga terpenuhinya kriteria relevansi dan keterandalan menjadi kebutuhan utama bagi pengambil keputusan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Pemanfaatan teknologi informasi, Pengendalian intern akuntansi berpengaruh terhadap keterandalan laporan keuangan. Sedangkan kapasitas SDM tidak berpengaruh terhadap keterandalan laporan keuangan.
2. Pemanfaatan teknologi informasi, Pengendalian intern akuntansi berpengaruh terhadap ketepatanwaktuan laporan keuangan. Sedangkan Kapasitas SDM tidak berpengaruh terhadap ketepatanwaktuan laporan keuangan.
3. ketepatanwaktuan pelaporan keuangan berpengaruh terhadap Keterandalan pelaporan keuangan.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah bahwa penelitian ini menggunakan hanya tiga lokasi, yaitu Kota Tegal, Kabupaten Tegal dan Kabupaten Brebes. Kondisi ini dapat diartikan bahwa hasil penelitian ini kurang bisa digeneralisasikan bagi penelitian dengan wilayah yang tidak sama. Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa kapasitas SDM berpengaruh terhadap keterandalan pelaporan keuangan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan. Kedua, kelemahan metode survei yaitu kemungkinan adanya bias antara responden yang dikirim kuesioner dengan responden yang mengisi kuesioner.

### **Saran**

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah lokasi daerah penelitian responden tidak hanya di wilayah Kota Tegal, Kabupaten Tegal dan Kabupaten Brebes, akan tetapi dapat lebih luas. Penelitian selanjutnya bisa membandingkan antara pemerintah kabupaten dengan pemerintah kota, khususnya tentang kapasitas SDM terhadap keterandalan dan ketepatanwaktuan pelaporan keuangan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- ANTARA News. 7 Agustus 2007. *Wapres Akui Pemanfaatan TIK Belum Maksimal*.  
Badan Pemeriksa Keuangan RI. 2007. *Standar Pemeriksaan Keuangan Negara*.  
Bastian, Indra. 2005. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*. Erlangga.

Yogyakarta.

- Chenhall, R.H. & Morris, D. 1986. The Impact of Structure, Environment, and Interdependence on Perceived Usefulness of Management Accounting Systems. *The Accounting Review*, Vol.61, pp.16-35.
- Darise, Nurlan. 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah*. PT Indeks. Jakarta.
- Ghozali, I., dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Governmental Accounting Standards Boards (GASB). 1999. *Concepts Statement No. 1: Objectives of Financial Reporting in Governmental Accounting Standards Boards Series Statement No. 34: Basic Financial Statement and Management Discussion and Analysis for State and Local Government*. Norwalk.
- Gujarati, Damodar N. 2003. *Basic Econometrics*. McGraw-Hill, Inc. New York.
- Hair, J.F., Black, William C. Babin, Barry J. Anderson, Rolph E. Tatham, & Ronald L. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Sixth Edition. Upper Saddle River, Prentice Hall International, Inc.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2002. *Teori Akuntansi: Laporan keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hevesi, G. Alan. 2005. *Standards for Internal Control in New York State Government*. [www.osc.state.ny.us](http://www.osc.state.ny.us). 24 April 2010.
- Indriantoro, N., dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi pertama. BPF. Yogyakarta.
- Indriasari, Sari. 2007. Pengaruh Kapasitas Sumberdaya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Pengendalian Intern Akuntansi Terhadap Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Daerah (Studi Pada Pemerintahan Kota Palembang dan Kabupaten Ogan Ilir). *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- . 2007. Pengaruh Kapasitas Sumberdaya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Pengendalian Intern Akuntansi Terhadap Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Daerah (Studi Pada Pemerintahan Kota Palembang dan Kabupaten Ogan Ilir). *Tesis*, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada (tidak dipublikasikan).
- Jurnali, Teddy & Bambang Supomo. 2002. Pengaruh Faktor Kesesuaian Tugas-Teknologi dan Pemanfaatan TI terhadap Kinerja Akuntan Publik. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 5 No. 2 Hal. 214-228.
- Inspektorat Jendral Departemen Keuangan RI. 2009. *Hasil audit Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) atas laporan keuangan pemerintah daerah (LKPD) secara umum menunjukkan belum tertibnya pelaporan keuangan yang dibuat oleh*

- pemerintah daerah (pemda)*. <http://dppkad.gorontalo.kab.go.id>. 10 April 2010.
- Koran Tempo. 20 September 2005. *BPK Temukan Kelemahan Laporan Keuangan Pemerintah*. [www.tempointeraktif.com](http://www.tempointeraktif.com). 9 April 2010.
- Local Governance Support Program. 2007. *Penerapan Kebijakan Pengelolaan Keuangan Daerah Di Indonesia: Peluang dan Tantangan*.
- Mahmudi. 2007. *Analisis Laporan Keuangan Daerah: Panduan Bagi Eksekutif, DPRD, dan Masyarakat dalam Pengambilan Keputusan Ekonomi, Sosial, dan Politik*. UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo. 2006. Perwujudan Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui Akuntansi Sektor Publik: Suatu Sarana *Good Governance*. *Jurnal Akuntansi Pemerintah*, Vol. 2 No. 1, Hal. 1-17.
- Martin et. al.(2002). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Akuntansi. [www.google.com](http://www.google.com). 19 April 2010.
- Metro Medan. 22 April 2009. *Soal Pengelolaan Keuangan, Proyek Traffic Light Rp 8 M Bermasalah, Pemko Medan dan Siantar Amburadul*.
- Nunnally, J.C. 1978. *Psychometric Theory*. New York, Mc Graw-Hill.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.
- . Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
- . Peraturan Pemerintah Nomor 56 Tahun 2005 tentang Sistem Informasi Keuangan Daerah.
- . Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.
- . Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2001 tentang Informasi keuangan Daerah.
- . 2007. Sekelumit Mengenai Keuangan Daerah (apeksi asosiasi pemerintah kota seluruh Indonesia). [www.apeksi.or.id](http://www.apeksi.or.id). 5 Februari 2010.
- Siaran Pers BPK-RI., 18 Mei 2009. *BPK: Kualitas Laporan Keuangan Daerah Makin Memburuk*. [www.bpk.go.id](http://www.bpk.go.id). 2 Februari 2010.
- Suwardjono. 2008. *Teori Akuntansi: Perekayasa Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. BPFE, Yogyakarta.
- Tim GTZ-USAID/CLEAN Urban. Januari 2001. *Pengembangan Kapasitas bagi Pemerintahan Daerah-Suatu Kerangka Kerja bagi Pemerintah dan Dukungan Donor. Laporan Akhir: Studi Pengkajian Kebutuhan Pengembangan Kapasitas bagi Pemerintah Daerah dan DPRD*. [www.gtzsfdm.or.id](http://www.gtzsfdm.or.id). 6 Mei 2010.
- Triyuwono, Iwan & Roekhudin. 2000. Konsistensi Praktik Sistem Pengendalian Intern dan Akuntabilitas pada Lazis (Studi Kasus di Lazis X Jakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 3 No. 2 Hal. 151-167.

- Wahana Komputer. 2003. *Panduan Aplikatif Sistem Akuntansi Online Berbasis Komputer*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Wilkinson, W. Joseph, Michael J. Cerullo, Vasant Raval, & Bernard Wong-On-Wing. 2000. *Accounting Information Systems: Essential Concepts and Applications*. Fourth Edition. John Wiley and Sons. Inc.

# PENGARUH LINGKUNGAN BISNIS TERHADAP STRATEGI MANUFAKTUR

## (Studi Empiris pada UKM Makanan Khas dan UKM Konveksi Salatiga)

**Hani Sirine dan Elisabeth Penti Kurniawati**

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

### **ABSTRACT**

*This research examine the influences of business environment which are measured by the cost of business, labor availability, competitive hostility, and environmental dynamism toward manufacture strategy which consist of cost, quality, flexibility, and dependability strategies. The research object are 40 typical food and 40 convection SMEs in Salatiga. The analytical technique used is multiple linear regression with F test and T test, the results showed that for 40 typical food SMEs, business environment gives significant effect on cost and dependability strategies, but it does not influence on quality and flexibility strategies. Business environment also significantly influence the manufacture strategy with the contingency of business age, the quantity of labor, and total asset variables. While, for 40 convection SMEs business environment does not significantly influence on cost, quality, flexibility, and dependability strategies. Business environment also does not significantly influence on manufacture strategy with the contingency of business age, the quantity of labor, and total asset variables.*

**Key words:** *business environment, manufacture strategy.*

### **Latar Belakang**

Penelitian mengenai pengaruh lingkungan bisnis terhadap strategi manufaktur telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti, di antaranya oleh Swamidass & Newell (1987), Ward et al (1995), dan Badri et al (2000). Di bawah ini adalah studi perbandingan antara penelitian-penelitian terdahulu :

**Tabel 1**  
**Penelitian Terdahulu Tentang Strategi Manufaktur**

Study	Environmental Variables	Manufacturing Strategy Choices	Additional Factors	Country of Focus
Swamidass and Newell		Flexibility	Manager's decision making	USA



Study	Environmental Variables	Manufacturing Strategy Choices	Additional Factors	Country of Focus
Ward et al	Business cost, labor availability, competitive hostility, environmental dynamism	Flexibility, low cost, quality, dependability	Performance measures	Singapore
Badri et al	Business cost, labor availability, competitive hostility, environmental dynamism	Flexibility, low cost, quality, dependability	Government laws, political environment	United Arab Emirates

Ketertarikan peneliti mengkajinya ulang adalah karena penelitian ini akan diimplementasikan di UKM makanan khas Salatiga dan UKM konveksi di Salatiga. Kedua jenis UKM ini bergerak di sektor manufaktur dan menjadi soko guru perekonomian Kota Salatiga.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Amoako & Gyampah (2003), di mana variabel lingkungan bisnis diukur dengan meminta responden mengisi tingkat konsentrasi perusahaan terhadap biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan. Sedangkan variabel strategi manufaktur diukur dengan meminta responden mengisi tingkat penekanan perusahaan pada biaya rendah, kualitas, fleksibilitas, dan pengiriman.

Beberapa kontribusi yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah : (1) pemahaman bagaimana model yang dikembangkan dapat menerangkan pengaruh lingkungan bisnis terhadap strategi manufaktur pada UKM makanan khas Salatiga dan UKM konveksi Salatiga, (2) pemahaman bagaimana persepsi yang berbeda tentang lingkungan bisnis terhadap adopsi strategi manufaktur yang berbeda, (3) pemahaman tentang bagaimana umur perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan total aset menolong menjelaskan pengaruh lingkungan bisnis terhadap strategi manufaktur.

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap biaya.
2. Pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap kualitas.
3. Pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap fleksibilitas.

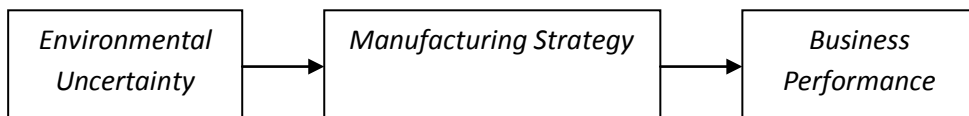
4. Pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap pengiriman.
5. Pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap strategi manufaktur (biaya, kualitas, fleksibilitas, pengiriman) dengan variabel kontrol umur perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan total aset.

## Telaah Teoritis

### Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis merupakan elemen kausal dalam hubungan strategi manufaktur dan kinerja bisnis perusahaan (Swamidass & Newell, 1987). Faktor-faktor lingkungan bisnis mempengaruhi pemilihan strategi manufaktur yang kompetitif ketika suatu perusahaan diterpa krisis atas kondisi ekonomi. Amoako & Gyampah (2003) mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan bisnis ini di antaranya : (1) *business costs*, (2) *labor availability*, (3) *competitive hostility*, dan (4) *dynamism*.

Kompleksitas lingkungan mewakili heterogenitas dalam aktivitas organisasi (Bourgeois, 1980). Hal ini didukung oleh pernyataan Lenz (1980) bahwa lingkungan eksternal organisasi dipandang sebagai sumber suatu kejadian muncul dan sumber perubahan tren yang mana akan menciptakan kesempatan dan ancaman bagi perusahaan. Lebih jauh Swamidass & Newell (1987) mempresentasikan bahwa terdapat hubungan antara lingkungan, strategi, dan kinerja yang dinyatakan dalam variabel *environmental uncertainty* (yang merupakan konsekuensi dari lingkungan eksternal), variabel *manufacturing strategy* (yang mana bagian dari korporasi dan strategi bisnis), dan variabel *performance*. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 1**  
**A Contingency Theory Based Model of Manufacturing Strategy**

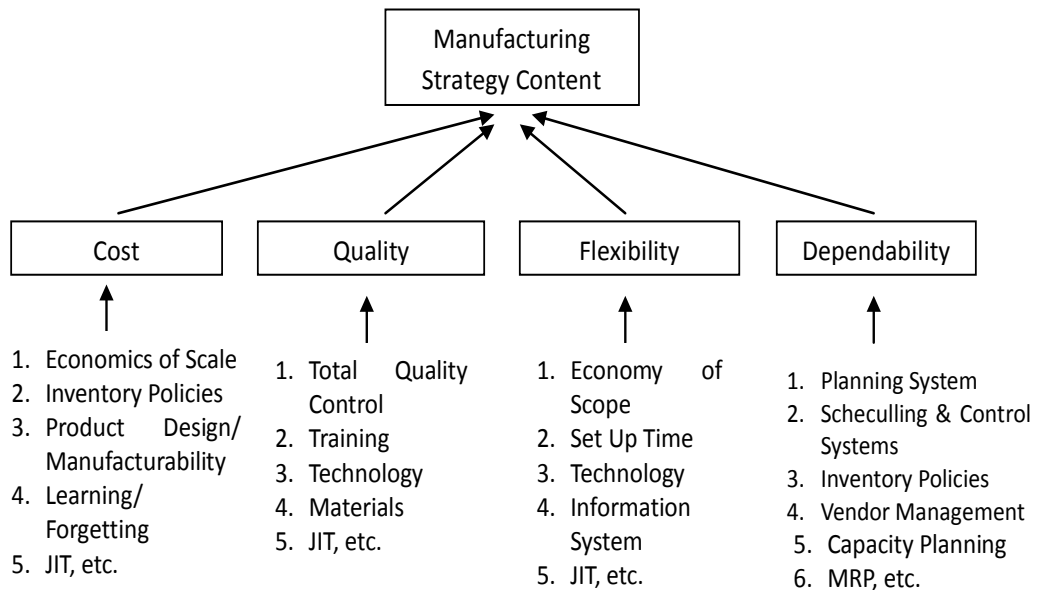
Oleh karena itu, organisasi perlu melakukan ‘*scanning environment*’ untuk tetap kompetitif dan proses *scanning* ini merupakan proses berkesinambungan untuk menjaga kelangsungan hidup organisasi.

### Strategi Manufaktur

Strategi manufaktur adalah suatu konsep yang diperkenalkan oleh Skinner (1969) dan ditujukan untuk membangun kompetensi suatu perusahaan dengan

mengembangkan operasinya sehingga tercapai keunggulan kompetitif. Lebih tepatnya, strategi manufaktur diintegrasikan dengan strategi bisnis perusahaan, sehingga strategi manufaktur menjadi komponen penting dari strategi korporasi secara keseluruhan (Anderson et al.,1989). Hayes dan Wheelwright (1984) mendefinisikan strategi manufaktur sebagai suatu pola yang konsisten dalam pengambilan keputusan fungsi manufaktur yang dihubungkan dengan strategi bisnis.

Literatur yang berhubungan dengan strategi manufaktur cenderung berisi dimensi-dimensi strategi manufaktur, di antaranya : (1) *cost*, (2) *quality*, (3) *flexibility*, dan (4) *dependability* (Buffa, 1984; Wheelwright, 1984). Masing-masing dimensi dimensi strategi manufaktur yang kompetitif ini masuk pada level agregat di mana variabel-variabel yang termasuk di dalamnya ditunjukkan pada gambar berikut ini :



**Gambar 2**  
**The Dimensions of Manufacturing Strategy Content and Contributing Variables**

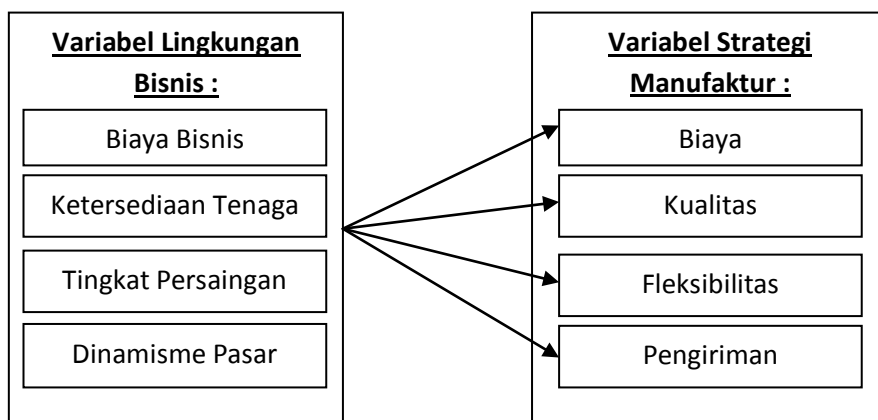
### Penelitian Terdahulu

Variabel utama yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah lingkungan bisnis dan strategi manufaktur. Penelitian Ward et al (1995) yang dilakukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Singapura menunjukkan bahwa faktor-faktor lingkungan bisnis yang terdiri dari *business costs*, *labor availability*, *market*

*hostility*, dan *dynamism* berpengaruh terhadap strategi manufaktur secara kolektif. Kemudian Badri et al (2000) mereplikasi penelitian Ward et al (1995) dengan melakukan studi industri di negara-negara berkembang. Hasil dari penelitian Badri et al (2000) adalah bahwa masing-masing variabel lingkungan berpengaruh terhadap masing-masing variabel strategi manufaktur secara terpisah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ward et al (1995) dan Badri et al (2000) adalah variabel lingkungan bisnis secara kolektif dihubungkan dengan masing-masing variabel strategi manufaktur, studi empiris pada UKM yang menghasilkan makanan khas Salatiga dan UKM yang bergerak di bidang konveksi di Wilayah Tingkir Lor Salatiga.

### Model Penelitian

Dalam penelitian ini variabel lingkungan bisnis secara kolektif akan dihubungkan dengan masing-masing variabel strategi manufaktur, sehingga model penelitiannya adalah sebagai berikut :



**Gambar 3**  
**Model Penelitian**

Sumber : Amoako & Gyampah (2003)

### Hipotesis Penelitian

Terdapat 5 (lima) hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

#### Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Biaya

Strategi biaya rendah tergantung pada kemampuan perusahaan mengendalikan biaya-biaya manufaktur terutama biaya produksi yang menjadi dasar dalam penentuan harga produk (Li & Deng, 1999). Yang termasuk dalam biaya produksi

adalah biaya bahan baku, biaya energi, dan biaya tenaga kerja. Selain itu strategi biaya rendah juga dipengaruhi oleh mekanisme pasar, ada tidaknya subsidi pemerintah, kebijakan nilai mata uang, program privatisasi pemerintah, dan lain sebagainya. Dengan adanya hal ini diharapkan UKM dapat mengembangkan strategi-strategi untuk program-program terstrukturnya baik pada tingkat produksi maupun pengendalian biaya usaha mereka. Jadi hipotesis pertama penelitian ini adalah :

Terdapat pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap biaya.

### **Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kualitas**

Dengan adanya kualitas, suatu perusahaan dapat memenangkan suatu penawaran atau kualifikasi suatu industri tergantung jenis industri dan ketatnya persaingan dalam industri tersebut. Kualitas menjadi komponen esensial suatu perusahaan, sehingga kualitas termasuk salah satu strategi manufaktur yang terus-menerus harus diusahakan (Amoako & Gyampah, 2003). Kualitas dapat terlihat melalui pengurangan kecacatan, peningkatan kualitas penyuplai, juga melalui sertifikasi kualitas, sehingga hal tersebut memungkinkan perusahaan menjual produk-produk mereka di tingkat lokal maupun di luar negeri. Jadi hipotesis kedua penelitian ini adalah :

Terdapat pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap kualitas.

### **Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Fleksibilitas**

Fleksibilitas manufaktur berarti kemampuan beradaptasi secara cepat terhadap perubahan lingkungan. Hal ini dapat terlihat dari komponen-komponen manufaktur seperti secara cepat memiliki kemampuan menciptakan produk baru, menghasilkan suatu volume produk yang berbeda, menghasilkan *product mix* yang berbeda, juga perluasan fasilitas. Braglia & Petroni (2000) mengemukakan bahwa akar performa fleksibilitas manufaktur dalam suatu organisasi adalah kapasitas organisasi dalam merespon perubahan lingkungan karena lingkungan sering dipenuhi dengan ketidakpastian dan turbulansi. Seperti adanya perdagangan bebas pasti akan menciptakan harga-harga yang bersaing dan masuknya produk-produk impor. Perusahaan manufaktur harus secara cepat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya dan secara efektif mengelola biaya dari adanya perubahan permintaan pasar, persyaratan teknis, dan bahkan juga perubahan peraturan pemerintah (Badri et al, 2000). Jadi hipotesis ketiga penelitian ini adalah :

Terdapat pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap fleksibilitas.

## **Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Pengiriman**

Keandalan dan pengiriman yang cepat (*dependability*) adalah komponen penting atas nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan (Amoako & Gyampah, 2003). Adanya persaingan yang tajam, ancaman terhadap produk-produk impor, dan perubahan peraturan diharapkan membuat pemanufaktur memperbaiki strategi-strategi mereka untuk membangun loyalitas pelanggan yang diperlukan untuk mencapai keberhasilan. Jika pemanufaktur dapat membangun kompetensi mereka melalui pengiriman produk yang konsisten secara waktu dan handal, maka mereka dapat dipercaya konsumen dan itu menciptakan loyalitas konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan. Jadi hipotesis keempat penelitian ini adalah :

Terdapat pengaruh lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) terhadap pengiriman.

## **Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Faktor-faktor Kontingensi terhadap Strategi Manufaktur**

Terdapat 3 (tiga) variabel yang dijadikan sebagai faktor kontingensi dalam penelitian ini yaitu umur perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan total aset. Bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi hubungan antara variabel lingkungan bisnis dan variabel strategi manufaktur. Perusahaan kecil memiliki sumber daya yang terbatas dibanding perusahaan besar. Juga perusahaan besar lebih banyak mengeluarkan sumber daya dalam menghadapi kompetisi pasar dibanding perusahaan kecil. Penelitian Vickery et al (1999) menyatakan bahwa pendekatan yang dilakukan perusahaan besar berbeda dengan pendekatan yang dilakukan di perusahaan kecil baik dari segi studi banding dengan pesaing maupun negosiasi dengan penyuplai. Diharapkan makin panjang umur perusahaan, makin banyak jumlah tenaga kerja, dan makin besar total aset perusahaan maka strategi manufaktur perusahaan juga makin baik. Jadi hipotesis kelima penelitian ini adalah :

Terdapat pengaruh lingkungan bisnis, umur perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan total aset perusahaan terhadap strategi manufaktur.

## **Metode Penelitian**

Data penelitian diperoleh dengan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pimpinan perusahaan pada UKM yang bergerak di bidang makanan khas Salatiga seperti abon sapi, keripik paru, keripik usus, keripik tempe, dendeng, gethuk, bakpia dan enting-enting dan juga pimpinan perusahaan pada UKM yang bergerak di bidang konveksi di wilayah Salatiga.

Di bawah ini adalah data UKM Makanan Khas Salatiga yang berjumlah 40 UKM yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Data UKM Makanan Khas Salatiga**

No	Nama Pemilik	Nama Pengelola	Nama Usaha	Alamat
1	Ikta Maryati	Ikta Maryati	Nissa Persada Snack	Wiroyudan RT 2/RW 5 Tingkir Tengah
2	Tuti Kadaryah	Tuti Kadaryah	Pepes Ikan Duri Lunak bu Tuti	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
3	Sunarti	Siti Rokhani	Cripping Bu Narti	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
4	Romini	Romini	Aneka stick Bu Romini	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
5	Siti Asyiyah	Siti Asyiyah	Kue Bawang Mbak Siti	Dayaan RT 2 RW 5 Sidorejo Kidul Tingkir
6	Sri Mulyani	Sri Mulyani	aneka snack bu Yani	Dayaan, Sidorejo Kidul , Tingkir
7	Heni Mardiana	Heni Mardiana	Kue Bu Heni	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
8	Rusinah	Rusinah	Kue Semprong bu Rusinah	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
9	Sri Handayani	Sri Handayani	Cripping Tales	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
10	Puji Astutik	Puji Astuti	Aneka Stick	Dayaan RT 3 RW 5 Sidorejo Kidul, Tngkir
11	Erlina	Erlina	Peyek Kacang	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
12	Darmiyatun	Darmiyatun	Kerupuk Ikan Bu Darmi	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
13	Umiyati	Umiyati	Aneka Cripping	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
14	Supriyanto	Supriyanto	Aneka Snack	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
15	Minrohmatin	Minrohmatin	kerupuk ikan	Dayaan RT 4 RW 5 Sidorejo Kidul Kec Tingkir
16	Indrawati	Indrawati	Aneka Stick	Dayaan RT 3 RW 5 Sidorejo Kidul, Tngkir
17	Suyadi	Suyadi	Bandeng Presto Suyadi	Canden RT 7 RW 7 Kutowinangun, Tingkir
18	Sri Maonah	Sri Maonah	Cripping Sri Rejeki	Tingkir RW 3, Tingkir lor
19	Rukiyem	Rukiyem	Cripping Suka Makmur	Tingkir RW 2, Tingkir Lor
20	Sujud	Sujud	Cripping suju	Singojoyan, Tingkir tengah
21	Tugini	Tugini	Cripping Tugini	Singojoyan, Tingkir tengah
22	Suradi	Suradi	Cripping Suradi	Wiroyudan, Tingkir tengah
23	Eny Yuliasuti	Eny Yuliasuti	Kripik Paru Jati Murni	Jagalan RT 14 RW 5 Cebongan
24	Nursito	Nursito	Kripik Paru Nursito	Jl. Karangrejo, Gendongan Salatiga
25	H Khusnan	H Khusnan	Bandeng Presto H Khusnan	Canden RT 7 RW 7 Kutowinangun, Tingkir
26	Paidin	Paidin	Bandeng Presto Paidin	Canden RT 7 RW 7 Kutowinangun, Tingkir
27	Hadiono	Hadiono	Bandeng Presto Hadiono	Canden RT 7 RW 7 Kutowinangun, Tingkir
28	Narti	Narti	Kerupuk Narti	Kalibening RT 2 RW 1, Tingkir Salatiga
29	Solikah	Solikah	Kerupuk solikah	Kalibening RT 6 RW 1 Tingkir Salatiga
30	Kadiyem	Kadiyem	Peyek Kacang Kadiyem	Pancuran RW 4 Kutowinangun, Tingkir
31	Warsini	Warsini	Peyek Kacang warsini	Pancuran RW 4 Kutowinangun, Tingkir
32	Karsini	Karsini	Peyek Kacang Karsini	Pancuran RW 4 Kutowinangun, Tingkir
33	Endang	Endang	Peyek Kacang Endang	Pancuran RW 4 Kutowinangun, Tingkir
34	Amat Rochim	Amat Rochim	Tempe Amat	Tingkir Lor RW 1, Tingkir Salatiga
35	Baryani	Baryani	Tempe Ehsan	Tingkir Lor RW 1, Tingkir Salatiga

36	Rohman	Rohman	Tempe Deva	Tingkir Lor RW 1, Tingkir Salatiga
37	Lely Pujiati	Lely Pujiati	Kecap Libra	Kalinyamat 5f Kutowinangun, Kec Tingkir
38	Tarno	Tarno	Bandeng Presto Tarno	Jl. Kumpulrejo Gendongan
39	Drs Daerobi	Drs Daerobi	Kecap Samsa Sari Nikmat	Jl. Balarejo I No 7 Gendongan
40	Wahyu	Wahyu	Bandeng Presto Wahyu	Kalioso RT 2 RW 3 Kutowinangun

Data UKM yang bergerak di bidang konveksi di wilayah Salatiga berjumlah 40 UKM yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Data UKM Konveksi Salatiga**

No	Nama Pemilik	Nama Pengelola	Nama Usaha	Alamat
1	Priyanto	Priyanto	UD Mandiri	Tingkir Lor RT 1 RW 4
2	Muhyidin	Muhyidin	Konveksi Bariq	Tingkir Lor RT 1 RW 3
3	Umi Hanik	Umi Hanik	Persada Konveksi	Tingkir Tengah RT 2 RW 3, Singojayan
4	Nur Hadi	Nur Hadi	Konveksi Mubarak	Singojoyan RT 1 RW 2
5	Rudi Marwoto	Rudi Marwoto	konveksi Rohmi	Krajan RT 1 RW 5 Tingkir Lor
6	H Munawir	H Munawir	Konveksi Munawir	Singojoyan RT 1 RW 2
7	Mienyekti Widayawati	Mienyekti Widayawati	Konveksi Permata	Talangtirto 600, kec Tingkir
8	Sukarmin	Sukarmin	Konveksi Setia	Talangtirto 607 Kec Tingkir
9	Sulton	Sulton	Konveksi Sulton	Tingkir Lor RT 2 RW 2 Tingkir
10	Arfi'atun	Arfi'atun	Konveksi Arfi'atun	Tingkir Lor RT 2 RW 2 Tingkir
11	Ibu Imrori	Ibu Imrori	Konveksi Imrori	Tingkir Lor RT 2 RW 2 Tingkir
12	Nasriyah	Nasriyah	Konveksi Nasriyah	Tingkir Lor RT 1 RW 3
13	M Iksan	M Iksan	Konveksi Iksan	Tingkir Lor RT 8 RW 4
14	Marjan	Marjan	Konveksi Rizqi	Krajan RT 1 RW 5 Tingkir Lor
15	Suntoro	Suntoro	Konveksi Syahra	Krajan RT 1 RW 5 Tingkir Lor
16	Aina'ul	Aina'ul	Ribel Collection	Tingkir Lor RT 1 RW 4 Tingkir
17	Amin Solihah	Amin Solihah	Sabatina Collection	Singojoyan, Tingkir tengah
18	Isti Latifah	Isti Latifah	Farrel Collection	Tingkir Lor, Tingkir, Salatiga
19	Asma'ah	Asma'ah	Thoriq Collection	Tingkir Lor, Tingkir, Salatiga
20	Asri	Asri	Asri Collection	Singojoyan RT 1 RW 1 Tingkir
21	Ahmad Shodiq	Ahmad Shodiq	Konveksi Shodiq	Tingkir Lor RT 1 RW 4 Tingkir
22	Nur Choiriyah	Nur Choiriyah	Konveksi Nur	Tingkir Lor RT 5 RW 3 Tingkir
23	Siti Zaroh	Siti Zaroh	Konveksi Zaroh	Tingkir Lor RT 1 RW 5 Tingkir
24	Lilis Yunawati	Lilis Yunawati	Konveksi Abdel Jaya Mandiri	Perum Tlogo Mukti II Blok F no 415
25	Rohaniah	Rohaniah	Konveksi Murni	Tingkir Lor RT 9 RW 4 Tingkir



26	Nur Abidin	Nur Abidin	Konveksi Karunia	Tingkir Lor RT 9 RW 4
27	Heru Hardiyanto	Heru Hardiyanto	HS collection	Cebongan RT 1 RW 1
28	Asrifah	Asrifah	Konveksi Rizki	Singojoyan RT 2 RW 2 Tingkir Tengah
29	Ifa Da'waty	Ifa Da'waty	Konveksi Afza	Singojoyan, Tingkir tengah
30	Asriyah	Asriyah	Konveksi Celana Pendek Asriyah	Singojoyan RT 1 RW 1 Tingkir
31	Kunto Hadi	Kunto Hadi	CV Tulip Indah Abadi	Perum Taman Asri Regency I Cebongan
32	M Soleh	M Soleh	Konveksi Ira Ratna	Tingkir Lor RT 6 RW 2 Tingkir
33	Nurmah	Nurmah	Konveksi Sahra	Tingkir Lor RT 9 RW 4
34	Zubaidah	Zubaidah	Konveksi Zubaidah	Tingkir Lor RT 7 RW 4
35	Abdul Wahid	Abdul Wahid	Konveksi AS	Tingkir Lor RT 9 RW10
36	Khasanah	Khasanah	Konveksi INA	Tingkir Lor RT 9 RW 10
37	Sulaeman	Sulaeman	Konveksi Rustop	Tingkir Lor RT 5 RW 2
38	Wahyudi	Wahyudi	Konveksi Aflacha Collection	Tingkir Lor RT 5 RW 2
39	Nur'aini	Nur'aini	Konveksi Cahaya	Tingkir Lor RT 1 RW 1
40	Muh Zainudin	Muh Zainudin	Zensy Famous	Singojoyan RT 2 RW 2 Tingkir Tengah

Skala likert dirancang untuk meyakinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini menggunakan skala 1 – 5 di mana 1 : tidak setuju, 2 : kurang setuju, 3 : cukup setuju, 4 : setuju, 5 : sangat setuju.

Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS. Namun sebelum menggunakan analisis regresi berganda tersebut, variabel - variabel terlebih dahulu harus diuji dengan uji reliabilitas, uji validitas, dan juga uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, uji autokorelasi dan heterokedastisitas.

### **Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini ada 2 variabel yang digunakan yaitu lingkungan bisnis dan strategi manufaktur di mana variabel lingkungan bisnis sebagai variabel independen, sedangkan masing-masing variabel strategi manufaktur sebagai variabel dependen.

**Tabel 4**  
**Definisi Operasional Variabel dan Indikator-indikator Empirik Variabel**

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Empirik	Skala Pengukuran
Lingkungan Bisnis	Lingkungan bisnis merupakan elemen kausal dalam hubungan strategi manufaktur dan kinerja bisnis perusahaan (Swamidass & Newell, 1987). Amoako & Gyampah (2003) mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan bisnis ini di antaranya		
	1. Biaya Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan biaya tenaga kerja</li> <li>• Peningkatan biaya material</li> <li>• Peningkatan biaya pengangkutan bahan mentah &amp; barang jadi</li> <li>• Peningkatan biaya telekomunikasi</li> <li>• Peningkatan biaya kegunaan</li> <li>• Peningkatan biaya penyewaan gedung</li> <li>• Peningkatan biaya perawatan kesehatan</li> </ul>	Ordinal
	2. Ketersediaan Tenaga Kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengurangan staf manajerial dan administrasi</li> <li>• Pengurangan teknisi</li> <li>• Pengurangan clerical dan pekerjaan yang terkait</li> <li>• Pengurangan karyawan yang terlatih</li> <li>• Pengurangan staf produksi</li> </ul>	Ordinal
	3. Tingkat Persaingan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tajamnya persaingan dalam pasar lokal</li> <li>• Margin profit yang rendah</li> <li>• Penurunan permintaan pada pasar dalam negeri</li> <li>• Penurunan permintaan pada pasar luar negeri</li> <li>• Produksi untuk memenuhi standar kualitas</li> </ul>	Ordinal
	4. Dinamisme Pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat produk dan jasa menjadi ketinggalan dibanding pesaing</li> <li>• Tingkat inovasi produk baru</li> <li>• Tingkat inovasi proses produk baru</li> <li>• Tingkat perubahan selera dan pilihan pelanggan</li> </ul>	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Empirik	Skala Pengukuran
Strategi Manufaktur	<p>Strategi manufaktur adalah suatu konsep yang diperkenalkan oleh Skinner (1969) dan ditujukan untuk membangun kompetensi suatu perusahaan dengan mengembangkan operasinya sehingga tercapai keunggulan kompetitif.</p> <p>Literatur yang berhubungan dengan strategi manufaktur cenderung berisi dimensi-dimensi strategi manufaktur, di antaranya : (Buffa, 1984; Wheelwright, 1984).</p>		
	1. <i>Cost</i> atau strategi biaya rendah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurunkan biaya per unit</li> <li>• Menurunkan biaya material/bahan</li> <li>• Menurunkan biaya overhead</li> <li>• Menurunkan biaya persediaan</li> </ul>	Ordinal
	2. <i>Quality</i> atau strategi kualitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurunkan tingkat kerusakan</li> <li>• Memperbaiki kinerja dan kehandalan produk</li> <li>• Memperbaiki kualitas pemasok/ vendor</li> <li>• Menerapkan program pengendalian kualitas</li> <li>• Memperoleh sertifikasi kualitas tingkat internasional</li> <li>• Memperoleh sertifikasi kualitas tingkat lokal</li> </ul>	Ordinal
	3. <i>Flexibility</i> atau strategi fleksibilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurunkan tenggang waktu pabrikasi</li> <li>• Menurunkan tenggang waktu perolehan bahan mentah dan penerimaan</li> <li>• Menurunkan waktu pengembangan produk baru</li> <li>• Menurunkan waktu set/ changeover (waktu untuk menyiapkan suatu mesin atau proses untuk produksi)</li> <li>• Meningkatkan model dan variasi produk</li> </ul>	Ordinal

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Empirik	Skala Pengukuran
	4. <i>Dependability</i> atau strategi pengiriman	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kehandalan pengiriman</li> <li>• Meningkatkan kecepatan pengiriman</li> <li>• Memperbaiki layanan sebelum penjualan dan pendukung yang bersifat teknis</li> <li>• Memperbaiki bantuan pelayanan teknis kepada pelanggan</li> <li>• Memperbaiki pelayanan setelah penjualan</li> </ul>	Ordinal

## Hasil, Analisis, dan Pembahasan Penelitian

### Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 40 pemilik UKM Makanan Khas Salatiga dan 40 pemilik UKM Konveksi Salatiga. Hasil dari penyebaran kuesioner berkenaan dengan profil responden di UKM Makanan Khas Salatiga adalah sebagai berikut :

Tabel 5  
Profil Pemilik UKM Makanan Khas Salatiga

Keterangan		Frekuensi	Prosentase
Umur Pemilik	21-25 tahun	1	2.5
	26-30 tahun	1	2.5
	31-35 tahun	2	5.0
	> 35 tahun	36	90.0
	Total	40	100.0
Jenis Kelamin	Pria	13	32.5
	Wanita	27	67.5
	Total	40	100.0
Tingkat Pendidikan	SD	14	35.0
	SMP	11	27.5
	SMA	14	35.0
	S1	1	2.5
	Total	40	100.0

Sumber : Data Primer, 2013

Dari data di atas terlihat sebagian besar pemilik UKM Makanan Khas Salatiga berusia lebih dari 35 tahun (90% dari total responden), dan sebagian besar wanita (67,5% dari total responden), serta sebagian besar mengenyam pendidikan akhir di bangku SMA (35% dari total responden).

Sedangkan profil responden di UKM Konveksi Salatiga adalah sebagai berikut:

Tabel 6  
Profil Pemilik UKM Konveksi Salatiga

Keterangan	Frekuensi	Prosentase	
Umur Pemilik	26-30 tahun	3	7.5
	31-35 tahun	4	10.0
	> 35 tahun	33	82.5
	Total	40	100.0
Jenis Kelamin	Pria	19	47.5
	Wanita	21	52.5
	Total	40	100.0
Pendidikan	SD	2	5.0
	SMP	6	15.0
	SMA	31	77.5
	Diploma	1	2.5
	Total	40	100.0

Sumber : Data Primer, 2013

Tabel di atas menunjukkan bahwa sama seperti responden di UKM Makanan Khas Salatiga, sebagian besar pemilik UKM Konveksi Salatiga berusia lebih dari 35 tahun (82,5% dari total responden) dan berjenis kelamin wanita (52,5% dari total responden), serta memiliki pendidikan akhir SMA (77,5% dari total responden).

### Gambaran Umum Usaha

Sebagian besar usaha pada 40 UKM Makanan Khas Salatiga memiliki pasar lokal (75% dari total UKM), umur usaha lebih dari 14 tahun (25% dari total UKM), jumlah tenaga kerja kurang dari 10 orang (65% dari total UKM), kekayaan bersih kurang dan sama dengan Rp. 50 juta (65% dari total UKM), penjualan per tahun kurang dan sama dengan Rp. 300 juta (72,5% dari total UKM), serta memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah (60% dari total UKM). Hal itu nampak jelas pada tabel berikut ini :

Tabel 7  
 Profil UKM Makanan Khas Salatiga

	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Pasar	Lokal	30	75.0
	Nasional	10	25.0
	Total	40	100.0
Umur Usaha	< 3 tahun	9	22.5
	4-6 tahun	6	15.0
	7-10 tahun	9	22.5
	11-13 tahun	6	15.0
	> 14 tahun	10	25.0
	Total	40	100.0
Jumlah Tenaga Kerja	< 10 orang	26	65.0
	11-15 orang	13	32.5
	16-20 orang	1	2.5
	Total	40	100.0
Kekayaan	<= 50 juta	26	65.0
	> 50 juta - <= 500 juta	14	35.0
	Total	40	100.0
Penjualan	<= 300 juta	29	72.5
	> 300 juta - <= 2,5 milyar	11	27.5
	Total	40	100.0
Keunggulan Kompetitif	Biaya Rendah	24	60.0
	Diferensiasi	1	2.5
	Biaya Rendah dan Diferensiasi	15	37.5
	Total	40	100.0

Sumber : Data Primer, 2013

Untuk UKM Konveksi Salatiga, dari 40 UKM yang diwawancarai memiliki pasar nasional (100% dari total UKM), sebagian besar memiliki umur usaha 11-13 tahun (37,5% dari total UKM), jumlah tenaga kerja 11-15 orang (40% dari total UKM), kekayaan bersih antara Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta (90% dari total UKM), penjualan per tahun antara Rp. 300 juta sampai Rp. 2,5 milyar (87,5% dari total UKM), dan memiliki keunggulan kompetitif biaya rendah dan diferensiasi (67,5% dari total UKM). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8  
 Profil UKM Konveksi Salatiga

Keterangan		Frekuensi	Prosentase
Pasar	Nasional	40	100.0
Umur Usaha	< 3 tahun	1	2.5
	4-6 tahun	7	17.5
	7-10 tahun	8	20.0
	11-13 tahun	15	37.5
	> 14 tahun	9	22.5
	Total	40	100.0
Jumlah Tenaga Kerja	< 10 orang	14	35.0
	11-15 orang	16	40.0
	16-20 orang	10	25.0
	Total	40	100.0
Kekayaan	< = 50 juta	4	10.0
	> 50 juta - < = 500 juta	36	90.0
	Total	40	100.0
Penjualan	< = 300 juta	5	12.5
	> 300 juta - < = 2,5 milyar	35	87.5
	Total	40	100.0
Keunggulan Kompetitif	Diferensiasi	13	32.5
	Biaya Rendah dan Diferensiasi	27	67.5
	Total	40	100.0

Sumber : Data Primer, 2013

### Analisis Data Awal

Hasil uji validitas dengan menggunakan pendekatan korelasi item-total dikoreksi (*corrected item-total correlation*) menunjukkan semua item yang digunakan dalam penelitian ini valid, yang ditunjukkan dengan nilai  $r$  hitung tiap item ternyata sama dan lebih besar dari  $r$  kritis sebesar 0,30 kecuali untuk indikator peningkatan biaya kegunaan (parameter lingkungan bisnis untuk biaya bisnis) dan indikator peningkatan biaya perawatan kesehatan (parameter lingkungan bisnis untuk biaya bisnis), indikator tingkat perubahan selera dan pilihan pelanggan (parameter lingkungan bisnis untuk dinamisme pasar). Oleh karena itu dilakukan uji validitas sekali lagi dengan menghapus indikator-indikator yang tidak valid

dan hasilnya semua indikator telah menjadi valid ( $r$  kritis lebih dari 0,3). Hasil uji reliabilitas didasarkan pada nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ), menunjukkan 4 parameter lingkungan bisnis dan 4 parameter strategi manufaktur yang diteliti memenuhi unsur reliabilitas dengan nilai *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 (Maholtra, 1996 : 305). Dengan demikian, maka semua item dari indikator empirik dapat digunakan dalam pengolahan data selanjutnya.

Tabel 9  
Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator-indikator Empirik pada UKM Khas Salatiga

Variabel	Validitas (r)	Rata-rata	Standar Deviasi	Cronbach Alfa
<u>LINGKUNGAN BISNIS</u>				
<u>Biaya Bisnis</u>				
Apakah usaha Anda mengalami :				
Peningkatan biaya tenaga kerja	.721	3.35	1,272	.868
Peningkatan biaya material	.696	3.50	1,377	
Peningkatan biaya pengangkutan bahan mentah & barang jadi	.809	3.15	1,167	
Peningkatan biaya telekomunikasi	.698	2.95	.986	
Peningkatan biaya penyewaan gedung	.630	2.18	.712	
<u>Ketersediaan Tenaga Kerja</u>				
Apakah usaha Anda mengalami :				
Pengurangan staf manajerial dan administrasi (contoh: karyawan kantor)	.897	2.18	.594	.890
Pengurangan teknisi (contoh : karyawan yang bertugas memperbaiki mesin/peralatan produksi)	.819	2.18	.675	
Pengurangan clerical dan pekerjaan yang terkait (contoh: juru tulis gudang, pengawas/mandor)	.783	2.23	.660	
Pengurangan karyawan yang terlatih (contoh: desainer, koki)	.738	2.25	.670	
Pengurangan staf produksi (contoh: tukang jahit, tukang masak)	.484	2.30	.723	
<u>Tingkat Persaingan</u>				
Apakah usaha Anda mengalami :				



Tajamnya persaingan dalam pasar lokal	.311	4.33	.764	.626
Margin profit (keuntungan) yang rendah	.571	3.53	.784	
Penurunan permintaan pada pasar lokal	.457	3.68	.859	
Memproduksi untuk memenuhi standar kualitas	.301	3.73	.784	
<u>Dinamisme Pasar</u>				
Apakah usaha Anda memiliki :				
Tingkat produk dan jasa yang ketinggalan dibanding pesaing	.643	2.85	.975	.848
Tingkat inovasi produk baru (output)	.746	3.38	.740	
Tingkat inovasi proses (metode/cara untuk membuat) produk baru	.808	3.38	.740	
<u>STRATEGI MANUFAKTUR</u>				
<u>Cost atau strategi biaya rendah</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Menurunkan biaya per unit	.904	1.95	1,037	.929
Menurunkan biaya material/bahan	.816	1.88	.883	
Menurunkan biaya overhead	.922	1.93	.859	
Menurunkan biaya persediaan	.720	2.10	.982	
<u>Quality atau strategi kualitas</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Menurunkan tingkat kerusakan	.523	4.28	.847	.880
Memperbaiki kinerja dan kehandalan produk	.701	3.85	.893	
Memperbaiki kualitas pemasok/vendor	.861	3.85	.975	
Menerapkan program pengendalian kualitas	.844	4.03	.974	
Memperoleh sertifikasi kualitas tingkat lokal	.653	3.53	.816	
<u>Flexibility atau strategi fleksibilitas</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Menurunkan tenggang waktu pabrikan	.672	3.73	.960	.795
Menurunkan tenggang waktu perolehan bahan mentah dan penerimaan	.641	3.68	.764	
Menurunkan waktu pengembangan produk baru	.508	3.18	.636	
Menurunkan waktu set/changeover (waktu untuk menyiapkan suatu mesin atau proses untuk produksi)	.730	3.50	.816	
Meningkatkan model dan variasi produk	.358	3.58	.675	

<u>Dependability atau strategi pengiriman</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Meningkatkan kehandalan pengiriman	.446	3.80	.758	.795
Meningkatkan kecepatan pengiriman	.520	4.08	.797	
Memperbaiki layanan sebelum penjualan dan pendukung yang bersifat teknis	.817	3.48	.679	
Memperbaiki bantuan pelayanan teknis kepada pelanggan	.676	3.58	.712	
Memperbaiki pelayanan setelah penjualan	.486	3.50	.877	

Sumber : Olah Data SPSS, 2013

Uji validitas indikator-indikator empirik pada UKM Konveksi Salatiga menunjukkan indikator peningkatan biaya perawatan kesehatan (parameter lingkungan bisnis untuk biaya bisnis), semua indikator dari parameter lingkungan bisnis untuk tingkat persaingan, indikator tingkat produk dan jasa yang ketinggalan dibanding pesaing (parameter lingkungan bisnis untuk dinamika pasar), indikator meningkatkan kehandalan pengiriman (parameter strategi manufaktur untuk pengiriman), indikator meningkatkan kecepatan pengiriman (parameter strategi manufaktur untuk pengiriman), indikator memperbaiki bantuan pelayanan teknis kepada pelanggan (parameter strategi manufaktur untuk pengiriman), tidak valid (di bawah  $r$  kritis 0,3) sedangkan indikator-indikator lingkungan bisnis yang lain valid. Oleh karena itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas lagi dengan menghilangkan indikator-indikator yang tidak valid dan hasilnya masih terdapat indikator yang tidak valid lagi yaitu indikator peningkatan biaya penyewaan gedung (parameter lingkungan bisnis untuk biaya bisnis). Selanjutnya dilakukan uji validitas yang ketiga dengan menghilangkan indikator yang tidak valid tersebut, dan hasilnya semua indikator telah dinyatakan valid (validitas di atas  $r$  kritis 0,3).

Untuk hasil dari uji reliabilitas menunjukkan parameter lingkungan bisnis untuk tingkat persaingan, parameter strategi manufaktur untuk pengiriman memiliki *cronbach alfa* di bawah 0,60. Hal ini berarti kedua parameter tersebut tidak *reliable* karena tidak memenuhi unsur reliabilitas yaitu *cronbach alfa* harus lebih besar dari 0,60 (Maholtra, 1996 : 305). Untuk itu perlu dilakukan uji reliabilitas sekali lagi dengan menghilangkan indikator-indikator yang tidak valid, seperti yang telah disebutkan di atas dan hasilnya semua parameter kecuali parameter lingkungan bisnis untuk tingkat persaingan dinyatakan *reliable* (*cronbach alfa* di atas 0,60). Hasil uji validitas dan reliabilitas untuk UKM Konveksi Salatiga adalah sebagai berikut :

Tabel 10  
 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator-indikator Empirik pada UKM Konveksi Salatiga

Variabel	Validitas (r)	Rata-rata	Standar Deviasi	Cronbach Alfa
<u>LINGKUNGAN BISNIS</u>				
<u>Biaya Bisnis</u>				
Apakah usaha Anda mengalami :				
Peningkatan biaya tenaga kerja	.586	4.08	.572	0.824
Peningkatan biaya material	.558	3.95	.597	
Peningkatan biaya pengangkutan bahan mentah & barang jadi	.684	2.98	.620	
Peningkatan biaya telekomunikasi	.643	2.93	.572	
Peningkatan biaya kegunaan (biaya kegunaan : biaya yang muncul atas manfaat yang diperoleh dari proses usaha itu sendiri; misal : dengan membeli mesin baru maka kapasitas produksi bisa bertambah dan kualitas lebih terjamin)	.653	3.05	.450	
<u>Ketersediaan Tenaga Kerja</u>				
Apakah usaha Anda mengalami :				
Pengurangan staf manajerial dan administrasi (contoh: karyawan kantor)	.922	2.53	.554	0.960
Pengurangan teknisi (contoh : karyawan yang bertugas memperbaiki mesin/peralatan produksi)	.935	2.50	.506	
Pengurangan clerical dan pekerjaan yang terkait (contoh: juru tulis gudang, pengawas/mandor)	.935	2.50	.506	
Pengurangan karyawan yang terlatih (contoh: desainer, koki)	.899	2.50	.599	
Pengurangan staf produksi (contoh: tukang jahit, tukang masak)	.801	2.63	.667	
<u>Dinamisme Pasar</u>				
Apakah usaha Anda memiliki :				
Tingkat inovasi produk baru (output)	.567	3.80	.564	0.771
Tingkat inovasi proses (metode/cara untuk membuat) produk baru	.754	3.53	.506	
Tingkat perubahan selera dan pilihan pelanggan	.517	3.35	.483	

<u>STRATEGI MANUFAKTUR</u>				
<u>Cost atau strategi biaya rendah</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Menurunkan biaya per unit	.735	1.53	.716	0.880
Menurunkan biaya material/bahan	.827	1.68	.764	
Menurunkan biaya overhead	.638	2.38	.586	
Menurunkan biaya persediaan	.782	2.48	.640	
<u>Quality atau strategi kualitas</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Menurunkan tingkat kerusakan	.443	4.65	.533	0.724
Memperbaiki kinerja dan kehandalan produk	.388	3.35	.533	
Memperbaiki kualitas pemasok/vendor	.682	3.78	.800	
Menerapkan program pengendalian kualitas	.512	4.60	.591	
Memperoleh sertifikasi kualitas tingkat lokal	.433	3.23	.480	
<u>Flexibility atau strategi fleksibilitas</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Menurunkan tenggang waktu pabrikasi	.769	3.73	.506	0.793
Menurunkan tenggang waktu perolehan bahan mentah dan penerimaan	.765	3.55	.504	
Menurunkan waktu pengembangan produk baru	.694	3.53	.506	
Menurunkan waktu set/changeover (waktu untuk menyiapkan suatu mesin atau proses untuk produksi)	.351	3.23	.423	
Meningkatkan model dan variasi produk	.436	4.23	.768	
<u>Dependability atau strategi pengiriman</u>				
Apakah Anda melakukan :				
Memperbaiki layanan sebelum penjualan dan pendukung yang bersifat teknis	1,000	3.05	.221	1,000
Memperbaiki pelayanan setelah penjualan	1,000	3.05	.221	

Sumber : Olah Data SPSS, 2013

## Uji Hipotesa

### Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Biaya

Untuk UKM Makanan Khas Salatiga, hasil olah data menggunakan uji F terlihat bahwa lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) berpengaruh signifikan terhadap biaya pada

tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil uji t, parameter lingkungan bisnis di sini yang dominan memberikan pengaruh terhadap biaya adalah biaya bisnis. Hal ini berarti sejalan dengan penelitian Anatan (2005) bahwa biaya bisnis berpengaruh terhadap strategi biaya.

Pada UKM Konveksi Salatiga, hasil olah data menggunakan uji F menunjukkan lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap biaya karena memiliki tingkat signifikansi di atas 0,05 (0,158) namun secara uji t terlihat parameter lingkungan bisnis yaitu biaya bisnis dan dinamisme pasar berpengaruh positif dan negatif signifikan terhadap biaya. Artinya bahwa ketika terjadi peningkatan biaya tenaga kerja, biaya material, biaya pengangkutan bahan mentah dan barang jadi, biaya telekomunikasi, dan biaya kegunaan, maka strategi melakukan biaya rendah makin baik. Hal ini sejalan dengan Li & Deng (1999), yang menyatakan bahwa strategi biaya rendah tergantung pada kemampuan perusahaan mengendalikan biaya-biaya manufaktur terutama biaya produksi yang menjadi dasar dalam penentuan harga produk. Sedangkan apabila tingkat inovasi produk baru, tingkat inovasi proses, dan tingkat perubahan selera dan pilihan pelanggan turun maka strategi biaya rendah perlu ditingkatkan.

### **Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kualitas**

Hasil olah data menggunakan uji F menunjukkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas untuk UKM Makanan Khas Salatiga karena tingkat signifikansi di atas 0,05 (0,394). Untuk uji t pun sama, tidak ada parameter lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamika pasar) yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas karena tingkat signifikansi di atas 0,05. Hal ini bertentangan dengan penelitian Anatan (2005) yang menyatakan lingkungan bisnis berpengaruh signifikan terhadap kualitas. Perbedaan ini terjadi karena pada penelitian Anatan (2005) diberlakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia dengan pemilik lokal, asing, dan *joint venture* yang rata-rata memiliki aset lebih dari Rp. 100 milyar dengan tenaga kerja lebih dari 3000 orang dan kerjasama dengan negara Hongkong, Taiwan, Korea, USA, Australia, UK, ASEAN sedangkan penelitian ini untuk UKM Makanan Khas Salatiga yang 75% dari total UKM memiliki pasar local, jumlah tenaga kerja rata-rata kurang dari 10 orang dan aset kurang dari Rp. 50 juta.

Untuk UKM Konveksi Salatiga, berdasarkan hasil uji F juga tidak jauh berbeda yaitu lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap kualitas karena memiliki tingkat signifikansi lebih dari 0,05 (0,506). Secara uji t, juga tidak ada parameter lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, dan dinamika pasar) yang berpengaruh terhadap kualitas karena memiliki tingkat signifikansi di atas 0,05. Hal ini karena UKM Konveksi Salatiga baru memiliki pasar skala nasional yang walaupun sudah menerapkan strategi keunggulan kompetitif biaya

rendah dan diferensiasi (67,5% dari total UKM) namun karena keterbatasan jumlah tenaga kerja (rata-rata 11-15 orang) dan total aset yang kecil (rata-rata Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta) serta umur usaha yang belum dewasa (rata-rata 11-13 tahun) maka lingkungan bisnis belum bisa signifikan berpengaruh terhadap kualitas jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar seperti pada penelitian Anatan (2005).

### **Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Fleksibilitas**

Pada UKM Makanan Khas Salatiga, berdasarkan uji F, lingkungan bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap fleksibilitas. Hal ini karena tingkat signifikansi di atas 0,05 (0,243). Sedangkan secara uji t, tidak ada satu pun parameter lingkungan bisnis (biaya rendah, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) yang berpengaruh signifikan terhadap fleksibilitas. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi masing-masing parameter di atas 0,05. Namun penelitian Anatan (2005) pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia menunjukkan lingkungan bisnis berpengaruh terhadap fleksibilitas. Perbedaan ini terjadi karena asset perusahaan yang rata-rata berkisar Rp. 100 – Rp. 500 milyar memungkinkan perusahaan-perusahaan tersebut memiliki mesin-mesin canggih dan tenaga-tenaga ahli dan profesional yang mengakibatkan kinerja pabrikasi mengalami peningkatan, waktu perolehan bahan mentah menjadi cepat, waktu pengembangan produk baru relatif singkat, dan model serta variasi produk menjadi banyak. Hal ini yang tidak dimiliki perusahaan kecil.

Uji F untuk UKM Konveksi Salatiga juga menunjukkan bahwa lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap fleksibilitas. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi di atas 0,05 (0,209). Namun untuk uji t terlihat, salah satu parameter lingkungan bisnis yaitu ketersediaan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap fleksibilitas sedangkan parameter lingkungan bisnis yang lain tidak berpengaruh. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi di bawah 0,1 (0,092) yang berarti signifikan pada alfa 10%. Perusahaan manufaktur harus secara cepat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya dan secara efektif mengelola biaya dari adanya perubahan permintaan pasar, persyaratan teknis, dan bahkan juga perubahan peraturan pemerintah (Badri et al, 2000). Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Anatan (2005) yang menyatakan ketersediaan tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap fleksibilitas berdasarkan uji t. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan perusahaan dengan tenaga kerja lebih dari 3000 orang tentu sudah memiliki standarisasi kerja dan system yang baku dibanding dengan UKM yang rata-rata tenaganya 11-15 orang yang memiliki sistem kerja fleksibel serta standarisasi kerja yang belum terstruktur.

## Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Pengiriman

Berdasarkan hasil uji F, pada UKM Makanan Khas Salatiga terlihat bahwa lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) berpengaruh signifikan terhadap pengiriman. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi di bawah 0,05 (0,029). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Anatan (2005). Keandalan dan pengiriman yang cepat (*dependability*) adalah komponen penting atas nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan (Amoako & Gyampah, 2003). Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa parameter lingkungan bisnis untuk tingkat persaingan dan dinamisme pasar berpengaruh signifikan terhadap pengiriman sedangkan parameter biaya bisnis dan ketersediaan tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi parameter tingkat persaingan dan dinamisme pasar terhadap pengiriman adalah di bawah 0,1 yaitu 0,058 dan 0,066. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Anatan (2005) yang secara uji t menyatakan bahwa hanya parameter dinamisme pasar yang berpengaruh signifikan terhadap pengiriman, sedangkan parameter biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, dan tingkat persaingan tidak berpengaruh. Hasil penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian Anatan (2005). Hal ini berarti baik perusahaan –perusahaan besar maupun perusahaan-perusahaan kecil sudah mengerti arti pentingnya dinamisme pasar. Perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia yang diteliti Anatan (2005) bekerjasama dengan banyak negara asing, seperti Jepang, Hongkong, Taiwan, Korea, ASEAN, USA, UK, Australia, dan lain-lain yang mana memiliki dinamisme pasar yang tinggi dengan adanya tingkat produk dan jasa yang jarang ketinggalan dibanding pesaing, tingkat inovasi produk baru yang cepat, dan tingkat inovasi proses yang berkualitas. Hal ini memicu perusahaan-perusahaan besar untuk meningkatkan kehandalan, kecepatan, dan layanan pengiriman supaya selalu memberikan layanan yang terkini terhadap pasar sehingga unggul dalam persaingan. Demikian juga untuk UKM Makanan Khas Salatiga yang walaupun masih pasar lokal (rata-rata 75% dari total UKM) namun kehandalan, kecepatan, dan layanan pengiriman tetap ditangani dengan baik. Apalagi dengan adanya tingkat persaingan yang relatif tinggi maka berpengaruh positif terhadap strategi pengiriman.

Untuk UKM Konveksi Salatiga, hasil uji F menunjukkan lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, dinamisme pasar) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengiriman. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi di atas 0,05 (0,128). Sedangkan dari hasil uji t, terlihat bahwa hanya parameter biaya bisnis yang signifikan pada alfa 10% (0,064) sedangkan parameter ketersediaan tenaga kerja dan dinamisme pasar tidak berpengaruh. Hal ini bertentangan dengan penelitian Anatan (2005), secara uji t, biaya bisnis tidak berpengaruh signifikan terhadap pengiriman. Perbedaan hasil penelitian ini disebabkan perusahaan besar

cenderung tidak mempermasalahkan biaya bisnis, seperti biaya tenaga kerja, biaya material, biaya pengangkutan bahan mentah, biaya telekomunikasi, dan biaya kegunaan untuk pengiriman dibanding perusahaan kecil karena bagi perusahaan besar, biaya bisnis adalah investasi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, sedangkan perusahaan kecil dengan aset yang yang tidak terlalu besar justru melakukan efisiensi agar kinerja perusahaan meningkat.

### **Pengaruh Lingkungan Bisnis, Umur Usaha, Jumlah Tenaga Kerja, dan Total Aset Perusahaan terhadap Strategi Manufaktur**

Berdasarkan hasil uji F, untuk UKM Makanan Khas Salatiga, lingkungan bisnis, umur usaha, jumlah tenaga kerja, dan total aset perusahaan berpengaruh signifikan terhadap strategi manufaktur pada tingkat alfa 10% (0,061). Sedangkan berdasarkan hasil uji t, hanya parameter lingkungan bisnis untuk dinamisme pasar dan total aset perusahaan yang berpengaruh terhadap strategi manufaktur pada tingkat alfa 5% dan 10% (0,006 dan 0,077). Hal ini sejalan dengan penelitian Vickery et al (1999) yang menyatakan bahwa makin panjang umur perusahaan, makin banyak jumlah tenaga kerja, dan makin besar total aset perusahaan maka strategi manufaktur perusahaan juga makin baik.

Untuk UKM Konveksi Salatiga, berdasarkan hasil uji F, lingkungan bisnis, umur usaha, jumlah tenaga kerja, dan total aset perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap strategi manufaktur. Hal ini disebabkan tingkat signifikansi di atas 0,05 (0,626). Berdasarkan hasil uji t, masing-masing parameter lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, dan dinamisme pasar), umur usaha, jumlah tenaga kerja, dan total aset perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap strategi manufaktur karena tingkat alfa di atas 0,05. Hal ini disebabkan UKM Konveksi Salatiga walaupun rata-rata umur usahanya 11-13 tahun (37,5% dari total UKM) namun penjualan per tahun rata-rata antara Rp. 300 juta sampai 2,5 milyar (87,5% dari total UKM) padahal hanya mempekerjakan rata-rata 11-15 orang (40% dari total UKM) dengan rata-rata kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) antara Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta (90% dari total UKM).

Untuk lebih jelasnya di bawah ini adalah olah data untuk uji hipotesis baik untuk UKM Makanan Khas Salatiga maupun UKM Konveksi Salatiga :



Tabel 11  
Uji Hipotesis Penelitian pada UKM Makanan Khas Salatiga

Hipotesis	Variabel Dependen	Parameter	Beta	t test		F test		R Square
				t	Sig.	F	Sig.	
1	Biaya	Intercept	3,149	3,186	.003	7,298	0.000	0.455
		Biaya Bisnis	.289	2,421	.021			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.235	1,122	.270			
		Tingkat Persaingan	-.093	-.465	.645			
		Dinamisme Pasar	-.649	-3,654	.001			
2	Kualitas	Intercept	2,570	2,469	.019	1,053	0.394	0.107
		Biaya Bisnis	-.058	-.458	.650			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.051	.230	.820			
		Tingkat Persaingan	.095	.450	.656			
		Dinamisme Pasar	.311	1,664	.105			
3	Fleksibilitas	Intercept	2,134	2,606	.013	1,436	0.243	0.141
		Biaya Bisnis	.071	.714	.480			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	-.143	-.825	.415			
		Tingkat Persaingan	.260	1,571	.125			
		Dinamisme Pasar	.149	1,014	.317			
4	Pengiriman	Intercept	1,609	1,773	.085	3,062	0.029	0.259
		Biaya Bisnis	-.018	-.167	.869			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	-.188	-.980	.334			
		Tingkat Persaingan	.360	1,963	.058			
		Dinamisme Pasar	.309	1,899	.066			

5	Strategi Manufaktur	Intercept	1,146	1,755	.089	2,201	0.061	0.325
		Biaya Bisnis	.053	.653	.518			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.061	.437	.665			
		Tingkat Persaingan	.074	.550	.586			
		Dinamisme Pasar	.345	2,915	.006			
		Umur Perusahaan	.063	1,161	.254			
		Jumlah Tenaga Kerja	-.234	-1,140	.263			
		Total Asset Perusahaan	.386	1,825	.077			

Sumber : Olah Data SPSS, 2013

Tabel 12  
Uji Hipotesis Penelitian pada UKM Konveksi Salatiga

Hipotesis	Variabel Dependen	Parameter	Beta	t test		F test		R Square
				t	Sig.	F	Sig.	
1	Biaya	Intercept	.683	.951	.348	1,837	0.158	0.133
		Biaya Bisnis	.231	1,547	.131			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.153	.901	.374			
		Dinamisme Pasar	.119	.650	.520			
2	Kualitas	Intercept	2,816	3,706	.001	0.793	0.506	0.062
		Biaya Bisnis	.052	.330	.743			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.164	.910	.369			
		Dinamisme Pasar	.156	.805	.426			
3	Fleksibilitas	Intercept	3,463	5,469	.000	1,587	0.209	0.117
		Biaya Bisnis	-.176	-1,341	.188			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.259	1,732	.092			
		Dinamisme Pasar	.041	.255	.800			

4	Pengiriman	Intercept	2,700	9,313	.000	2,026	0.128	0.144
		Biaya Bisnis	.115	1,911	.064			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.105	1,530	.135			
		Dinamisme Pasar	-.082	-1,116	.272			
5	Strategi Manufaktur	Intercept	3,066	11,187	.000	0.734	0.626	0.118
		Biaya Bisnis	-.017	-.360	.721			
		Ketersediaan Tenaga Kerja	.054	1,032	.310			
		Dinamisme Pasar	-.058	-.980	.334			
		Umur Perusahaan	-.003	-.105	.917			
		Jumlah Tenaga Kerja	.047	1,166	.252			
		Total Asset Perusahaan	.005	.052	.959			

Sumber : Olah Data SPSS, 2013

## Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa :

1. Untuk UKM Makanan Khas Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) berpengaruh signifikan terhadap biaya, sedangkan untuk UKM Konveksi Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) tidak berpengaruh signifikan terhadap biaya.
2. Baik untuk UKM Makanan Khas Salatiga maupun untuk UKM Konveksi Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) sama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas.
3. Baik untuk UKM Makanan Khas Salatiga maupun untuk UKM Konveksi Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) sama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap fleksibilitas.
4. Untuk UKM Makanan Khas Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme lingkungan) berpengaruh signifikan terhadap pengiriman, sedangkan untuk UKM Konveksi Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga

- kerja, dan dinamisme pasar) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengiriman.
5. Untuk UKM Makanan Khas Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dan dinamisme pasar) berpengaruh signifikan terhadap strategi manufaktur (biaya, kualitas, fleksibilitas, pengiriman) dengan variabel kontrol umur perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan total aset, sedangkan untuk UKM Konveksi Salatiga, lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, dan dinamisme pasar) tidak berpengaruh signifikan terhadap strategi manufaktur (biaya, kualitas, fleksibilitas, pengiriman) dengan variabel kontrol umur perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan total aset.

### **Keterbatasan dan Masukan untuk Penelitian Mendatang**

Indikator-indikator empirik penelitian ini mengadopsi dari penelitian Amoako & Gyampah (2003) yang terbiasa diimplementasikan untuk perusahaan-perusahaan besar, sehingga ketika diimplementasikan pada UKM Makanan Khas Salatiga dan UKM Konveksi Salatiga, beberapa indikator tidak *valid* dan tidak *reliable* sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas beberapa kali.

Untuk penelitian mendatang bisa dilakukan uji pengaruh untuk masing-masing parameter lingkungan bisnis (biaya bisnis, ketersediaan tenaga kerja, tingkat persaingan, dinamisme pasar) sebagai variabel independen terhadap masing-masing parameter strategi manufaktur (biaya, kualitas, fleksibilitas, pengiriman) sebagai variabel dependen. Juga bisa melakukan uji *crosstab* untuk masing-masing karakteristik usaha terhadap strategi manufaktur.

### **Daftar Pustaka**

- Anatan, Lina, 2005, "Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Prioritas Kompetitif : Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia", *Jurnal Siasat Bisnis* ISSN : 0853-7665, No. 10, Vol. 2, Desember, hal : 179-194.
- Amoako, K. & Gyampah, 2003, "The Relationship Among Selected Business Environment Factors and Manufacturing Strategy : Insights from An Emerging Economy", *Omega*, 31, 287-301.
- Anderson, J. C., Cleveland, G., Schroeder, R. G., 1989, "Operation Strategy : A Literature Review", *Journal of Operation Management*, 8 (2), 133-158.
- Badri, M. A., Davis, D., Davis, D., 2000, "Operations Strategy, Environmental Uncertainty, and Performance : A Path Analytic Model of Industries in Developing Countries", *Omega*, 28 (2), 155-173.
- Bourgeois, L. J., 1980, "Strategy and Environment : A Conceptual Integration", *Academy of Management Review*, 5 (1), 25-39.

- Braglia, M. & Petroni, A., 2000, "Towards A Taxonomy of Search Patterns of Manufacturing Flexibility in Small and Medium Sized Firms", *Omega*, 28, 195-213.
- Buffa, E. S., 1980, "Research in Operations Management", *J. Operations Management*, 1, 1-6.
- Hayes, R. H., & Wheelwright, S. C., 1984, "Restoring Our Competitive Edge, Competing Through Manufacturing", Wiley, New York, NY.
- Lenz, R. T., 1980, "Environment, Strategy, Organization Structure, and Performance : Patterns in One Industry", *Strategic Management J.*, 1, 209-226.
- Li, Y. & Deng, S., 1999, "A Methodology for Competitive Advantage Analysis and Strategy Formulation : An Example in A Transitional Economy", *European Journal of Operational Research*, 118, 259-270.
- Skinner, W., 1969, "Manufacturing Missing Link In Corporate Strategy", *Harvard Business Review*, 47 (3), 136-145.
- Swamidass, P. M. & Newell, W. T., 1987, "Manufacturing Strategy, Environmental Uncertainty, and Performance : A Path Analytic Model", *Management Science*, 33 (4), 509-524.
- Vickery, S. K., Droge, C., Germain, R., 1999, "The Relationship Between Product Customization and Organizational Structure", *Journal of Operations Management*, 17 (4), 377-391.
- Ward, P. T., Duray, R., Leong, G. K., Sum, C. H., 1995, "Business Performance, Operations Strategy, and Performance : An Empirical Study of Singapore Manufacturers", *Journal of Operations Management*, 13, 99-115.
- Wheelwright, S. C., 1984, "Manufacturing Strategy : Defining the Missing Link", *Strategic Management J.*, 5, 77-87.

# **PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di BEI)**

**Luluk M Ifada**

Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

**Shinta Andika Setyowati**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

## ***ABSTRACT***

*Company's social responsibility which is often called social disclosure, corporate social reporting, social accounting or corporate social responsibility represent the social impact communications process and environmental than organizational economic activity to special group whose importance and to society as a whole. Some research have succeeded to show the influence of company characteristic have an effect to the wide of voluntary expression index by differing. Utilize the variety of research result, this research enhance one free variable that is liquidity. Liquidity ratio expresses the health of a company, progressively nicely health of excelsior's company mount the social responsibility expression. So that can be attributed to a social responsibility expression.*

*This explanatory research whose population is all company of go public which listing Indonesian Stock Exchange (IDX) 2005-2007. Sample selected by stratified random sampling and obtained 59 companies as sample and during 3 year total sample is 177. Data analyzed used a descriptive statistic and multi linear regression. Result of research show only size and profile company whose an effect on to social responsibility disclosure index, whereas profitability, leverage and liquidity fail to prove as free variable that whose an effect to social responsibility disclosure index.*

*Keywords: corporate social disclosure, size, profitability, company profile, leverage, liquidity.*

## **PENDAHULUAN**

Bagi pihak-pihak diluar manajemen suatu perusahaan, laporan keuangan merupakan jendela informasi yang memungkinkan mereka untuk mengetahui kondisi suatu perusahaan pada suatu masa pelaporan. Dimana informasi yang didapat dari suatu laporan keuangan perusahaan tergantung pada tingkat pengungkapan (*disclosure*) dari laporan keuangan yang bersangkutan. Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan harus memadai agar dapat digunakan sebagai dasar

pengambilan keputusan sehingga menghasilkan keputusan yang cermat dan tepat. Perusahaan diharapkan untuk dapat lebih transparan dalam mengungkapkan informasi keuangan perusahaannya, sehingga dapat membantu para pengambil keputusan seperti investor, kreditur, dan pemakai informasi lainnya dalam mengantisipasi kondisi ekonomi yang semakin berubah (Retrinasari dan Almilia, 2007).

Beberapa penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi luas pengungkapan sukarela pernah dilakukan oleh: Chow dan Wong-Boren (1987) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005) melakukan penelitian terhadap praktek pengungkapan sukarela perusahaan Meksiko, dan menghubungkan luasnya ungkapan dengan variabel besar perusahaan, rasio ungkitan (*financial leverage*), dan proporsi aktiva. Hasil pengujian dengan regresi menunjukkan bahwa besar perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap luas ungkapan sukarela, sedangkan rasio ungkitan dan proporsi aktiva tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Penelitian-penelitian yang lain menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan *mandatory voluntary* atau *agregat* baik dalam konteks nasional (Cooke 1989, 1992, 1993; Wallace dkk. 1994) maupun dalam konteks internasional (Meek dkk. 1995) (dalam Murtanto dan Elvina, 2005).

Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang kecil. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh size terhadap pengungkapan. Perusahaan besar mungkin mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah atau mereka mempunyai biaya *competitive disanvatage* lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka.

Hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) (dalam Sembiring, 2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *High-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubuet *et. al.*, (2001), Murtanto dan Elvina (2005) dan Hasibulah (2001) (dalam Sembiring, 2005).

Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) (dalam Sembiring, 2005) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi

yang terdiri dari teori agen (manajemen) dan teori prinsipal (pemegang saham *stockholder*) maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*.

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi diharapkan melakukan *disclosure* secara lebih luas. Alasan yang mendasari pengharapan itu adalah perusahaan yang *financialnya* kuat dan lebih mengungkapkan secara luas. Dewasa ini perusahaan dituntut mementingkan kepentingan manajemen, pemilik modal (investor dan kreditor) Meskipun demikian, penelitian-penelitian yang berkaitan dengan pelaporan lingkungan (*environmental disclosure*) oleh perusahaan telah mengalami peningkatan yang signifikan sejak empat dekade terakhir. Secara umum penelitian-penelitian mengenai *environmental disclosure* difokuskan pada hubungan antara kinerja lingkungan dengan *environmental disclosure*, kualitas *environmental disclosure*, hubungan *environmental disclosure* dengan strategi, dan perbandingan pelaporan *environmental disclosure* antar negara (Nyquist, 2003; Atkinton, 1999 dalam Sembiring, 2005).

### **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dalam pendahuluan, perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

- 1 Bagaimana pengaruh size perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 2 Bagaimana pengaruh profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 3 Bagaimana pengaruh *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 4 Bagaimana pengaruh *Leverage* perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
- 5 Bagaimana pengaruh rasio likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris size perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Untuk memperoleh bukti empiris profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Untuk memperoleh bukti empiris *profile* perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Untuk memperoleh bukti empiris *Leverage* perusahaan berpengaruh



- terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?
5. Untuk memperoleh bukti empiris rasio likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan?

## LANDASAN TEORI

### Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* (Mathews, 1995) atau *corporate social responsibility* (Hackston dan Milne, 1996) dalam Sembiring (2005) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Gray *et. al.*, 1987) dalam Sembiring (2005).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial kedalam operasinya dan integrasi dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum (Darwin, 2004) dalam Sembiring (2005).

### Karakteristik Perusahaan

#### *Size* (Total Aktiva)

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan. Akan tetapi, tidak semua penelitian mendukung hubungan antara *size* perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang kecil. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh *size* terhadap luas pengungkapan. Perusahaan besar mungkin mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah atau mereka mempunyai biaya *competitive disadvantage* lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan

mereka. Perusahaan besar mungkin juga lebih kompleks dan lebih mempunyai dasar pemilikan yang luas dibanding perusahaan kecil (Cooke, 1989) dalam Sembiring (2005).

### **Profitabilitas (*Return On Investment*)**

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca “*good news*” kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan telah menjadi postulat untuk mencerminkan pandangan. Bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang sama dalam dengan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan (Bowman dan Haire, 1976 dalam Hackston dan Milne, 1996) dalam Sembiring (2005).

### **Profile (Tipe Industri)**

Para peneliti akuntansi sosisal tertarik untuk menguji pengungkapan sosial pada berbagai perusahaan yang memiliki perbedaan karakteristik. Salah satu perbedaan karakteristik yang menjadi perhatian adalah tipe industri, yaitu industri yang *high-profile* dan industri yang *low-profile*.

Penelitian dengan *profile* (tipe industri) perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Murtanto dan Elvina (2005) dan Hasibuan (2001). Penelitian ini akan mencoba menguji kembali pengaruh *profile* perusahaan terhadap praktek pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Leverage**

Teori keagenan memprediksikan bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya

keagenaan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen dan Meckling, 1976). Tambahan informasi dibutuhkan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak hak mereka sebagai kreditur (Schipper (1981) dalam Marwata (2001) dan Meck, *et al* (1995) dalam Fitriany (2001) oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas), *interest coverage*, modal kerja dan ekuitas pemegang saham (Watt dan Zimmerman, 1990) dalam Scott (1997) Oleh karena itu semakin tinggi tingkat *leverage* (rasio utang/ekuitas) semakin besar kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989) (dalam Sembiring, 2005). Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial).

### **Rasio Likuiditas**

Tingkat likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan, dan untuk mengukurnya digunakan rasio lancar (*current ratio*). Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hasil penelitian sebelumnya (Cooke, 1989) dalam (Elvina dan Murtanto, 2005) menunjukkan bahwa kesehatan perusahaan seperti yang ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi dapat diharapkan berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas.

Hal tersebut didasarkan pada ekspektasi bahwa perusahaan yang secara keuangan kuat, akan lebih mungkin untuk mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang lemah. Sebaliknya, jika likuiditas dipandang oleh pasar sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang mempunyai rasio likuiditas rendah perlu memberikan informasi yang lebih rinci untuk menjelaskan lemahnya kinerja dibanding perusahaann yang mempunyai rasio likuiditas yang tinggi (Wallace dkk, 1994) dalam Murtanto dan Elvina (2005).

Kondisi perusahaan yang sehat, yang antara lain ditunjukkan dengan tingkat likuiditas yang tinggi, berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal tersebut didasarkan pada ekspektasi bahwa perusahaan yang secara keuangan kuat, akan cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi. Karena ingin

menunjukkan kepada pihak ekstern bahwa perusahaan tersebut kredibel.

#### Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian terdahulu telah dilakukan untuk menunjukkan bahwa kinerja keuangan berhubungan dengan faktor-faktor non keuangan serta faktor keuangan, seperti kinerja keuangan, harga saham, dan biaya modal. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya:

**TABEL 1. PENELITIAN TERDAHULU**

No	Peneliti	Variabel Independen	Variabel dependen	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Sembiring (2005)	Ukuran Perusahaan <i>Profile</i> Provitabilitas Leverage Ukuran Dewan Komisaris Perusahaan	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Regresi Linear Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	Ukuran Perusahaan, <i>Profile</i> , Ukuran Dewan Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Keuangan
2	Elvina dan Murtanto (2005)	Ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, basis perusahaan, penerbitan saham, kelompok industri	Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	Regresi Linear Berganda ( <i>Multiple Regression</i> )	Semua variabel bebas pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial
3	Guthrie dan Parker (1989)	ukuran perusahaan ( <i>SIZE</i> ) industri Profitabilitas	<i>Environmental disclosure</i>	<i>Multiple Regression</i>	ukuran perusahaan ( <i>SIZE</i> ) dan industri merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi <i>environmental disclosure</i> . Namun Profitabilitas bukan merupakan <i>explanatory variables</i> bagi <i>environmental disclosure</i>

4	Belkaoui, 1989	kinerja sosial, visibilitas politis, <i>financial leverage</i>	Pengungkapan sosial	<i>M u l - tiple Regression</i>	Pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan. Ada hubungan Positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis. Ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat <i>financial leverage</i> .
5	Brown dan Deegan (1998)	tekanan media cetak	<i>environmental disclosure</i>	Korelasi bivariante	tekanan media cetak terhadap tingkat <i>environmental disclosure</i> dalam <i>annual report</i> , hasilnya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan.
6	Hackston dan Milne, 1996	karakteristik perusahaan	p e n g u n g - k a p a n lingkungan dan sosial	Multiple regression analysis	Ukuran perusahaan dan industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan, sedangkan profitabilitas tidak. Interaksi antara Ukuran perusahaan dan industri menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dalam industri yang <i>high profile</i> dan <i>low profile</i> .

### Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang kecil. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh size terhadap pengungkapan. Perusahaan besar mungkin mempunyai biaya produksi informasi yang lebih rendah atau mereka mempunyai biaya *competitive disanvatage* lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka. Perusahaan besar mungkin juga lebih kompleks dan lebih mempunyai dasar pemilikan yang luas dibanding perusahaan kecil (Cooke, 1989) dalam Murtanto dan Elvina (2005).

Perusahaan lebih mungkin mempunyai beragam produk dan beroperasi di berbagai wilayah, termasuk luar negeri. Perusahaan lebih mungkin merekrut

karyawan dengan ketrampilan tinggi yang diperlukan untuk menerapkan sistem pelaporan manajemen yang canggih sehingga dapat mengungkapkan informasi yang lebih luas. Lebih banyak pemegang saham perusahaan juga memerlukan lebih banyak pengungkapan karena tuntutan dari pemegang saham dan analis. Semua alasan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan besar mempunyai insentif untuk memberikan pengungkapan sukarela lebih luas dibanding yang kecil. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa size mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Maka dikemukakan sebagai berikut :

### **H<sub>1</sub> : Size perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Profitabilitas Perusahaan Berpengaruh Negatif Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2005) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Konsisten dengan pendapat Donovan dan Gibson (2000), maka hipotesis ini dapat dikemukakan sebagai berikut (dalam Sembiring, 2005) :

### **H<sub>2</sub> : Profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

### **Profile Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *High-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggungjawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile*. Penelitian yang mendukung hubungan tersebut antara lain Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubuet *et. al.*, (2001), Murtanto dan Elvina (2005) dan Hasibulah (2001). Perusahaan *high profile* meliputi perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas,

otomotif, agrobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi dan pariwisata. Sedangkan perusahaan low profile merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang bangunan, keuangan atau perbankan, supplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal dan produk rumah tangga (Sembiring, 2005). Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat resiko politik dan tingkat kompetisi yang tinggi, karenanya membutuhkan banyak tanggung jawab sosial yang harus diungkap untuk kepentingan-kepentingan tersebut.

**H<sub>3</sub> : Profile perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

**Leverage perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan**

Perjanjian terbatas seperti perjanjian hutang yang tergambar dalam tingkat *leverage* dimaksudkan membatasi kemampuan manajemen untuk menciptakan transfer kekayaan antar pemegang saham dan obligasi (Jensen dan Meckling, 1976; Smith dan Warner, 1979 dalam Belkaoui dan Karpik, 1989). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Sesuai dengan teori agensi yang terdiri dari teori agen (manajemen) dan teori prinsipal (pemegang saham *stockholder*) maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders*. Hasil penelitiannya menunjukkan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Konsisten dengan penelitian Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cormier dan Magnan (1999) dalam Sembiring (2005), Variabel *leverage* akan diuji kembali pengaruhnya terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial yang dibuat perusahaan. Oleh karena itu hipotesis yang dikemukakan sebagai berikut :

**H<sub>4</sub> : Leverage perusahaan berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

**Rasio Likuiditas Berpengaruh Positif Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan**

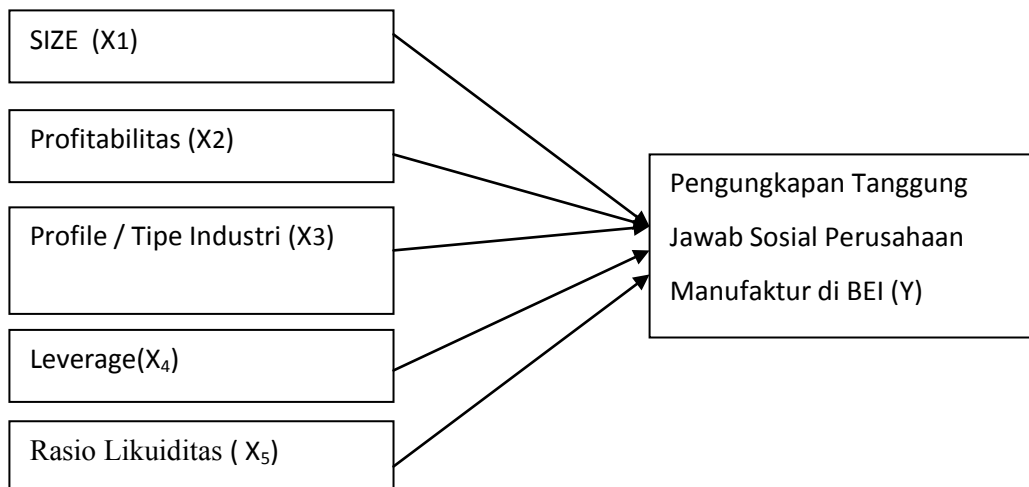
Tingkat rasio likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan, dan untuk mengukurnya digunakan rasio lancar (*current ratio*). Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hasil penelitian sebelumnya (Cooke, 1989) dalam Murtanto dan Elvina (2005) menunjukkan bahwa kesehatan perusahaan seperti yang ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi dapat diharapkan dengan pengungkapan yang lebih luas.

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi diharapkan melakukan *disclosure* secara lebih luas. Alasan yang mendasari pengharapan itu adalah perusahaan yang

*financialnya* kuat dan lebih mengungkapkan secara luas. Tetapi sebaliknya, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang memiliki likuiditas rendah perlu memberikan informasi lebih rinci. Dalam penelitian terdahulu yang melakukan penelitian adalah Wallace (1994), Juniati (2000) dalam Sembiring (2005). Oleh karena itu hipotesis yang dikemukakan sebagai berikut :

**H<sub>5</sub> : Rasio likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.**

**Kerangka Penelitian**



**GAMBAR 1. KERANGKA PENELITIAN**

**METODE PENELITIAN**

Penelitian *explanatory* ini menggunakan populasi semua perusahaan yang tercatat/listing/go public di BEI tahun 2005-2007. Dengan sampe yang ditetapkan berdasarkan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

- Keterangan :
- N = besar populasi
  - n = besar sampel
  - d = tingkat kepercayaan/ketepatan yang diinginkan (10%)

Penetapan tingkat ketepatan yang diinginkan sebesar 10% didasarkan kepada kecukupan jumlah sampel yaitu 59 perusahaan yang selama 3 tahun memiliki data



sebanyak 177. Jumlah sampel ini dianggap sudah cukup representatif karena menurut Roscoe (1975) dalam Sembiring (2005) dalam analisis regresi berganda ukuran sampel hendaknya minimal sepuluh kali dari jumlah variabel dalam penelitian.

## Jenis Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian adalah jenis data dokumenter berupa: laporan keuangan tahunan perusahaan *go public* yang diperoleh dari pusat referensi Pasar Modal Indonesia, *Indonesian Capital Market Directory*, serta database BEI yang ada di JSX Corner Fakultas Ekonomi UNDIP dan situs resmi BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

## Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

### Variabel dependen

Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005). Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 90 item pengungkapan. Berdasarkan peraturan Bapepam No. VIII G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item tersebut untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian kemudian dilakukan. Dua belas item dihapuskan karena kurang sesuai untuk diterapkan dengan kondisi di Indonesia sehingga secara total tersisa 78 item pengungkapan. Tujuh puluh delapan item tersebut kemudian disesuaikan kembali dengan masing-masing sektor industri sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda.

### Variabel independen

#### 1. Size

*Size* perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut.

Ukuran perusahaan diukur dari *market capitalization* yaitu jumlah lembar saham yang beredar akhir tahun dikalikan dengan harga saham penutupan akhir tahun kemudian hasilnya di-log agar nilai tidak terlalu besar untuk masuk ke model persamaan :

$$SIZE = \text{Log} (\text{Lembar saham yang beredar} \times \text{Closing Price})$$

#### 2. Profitabilitas

Penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan

tanggung jawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Akan tetapi Donovan dan Gibson (2000) menyatakan bahwa berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

$$\text{Profitabilitas} = \frac{\text{Lababersih}}{\text{penjualan}}$$

### 3. Profile

*Dummy variable* akan digunakan untuk mengklasifikasikan *high-profile* dan *low-profile*. Perusahaan yang termasuk dalam kelompok *high-profile* diberi nilai 1 yaitu untuk perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang: perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, argobisnis, tembakau dan rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata (Hasibuan, 2001; Henry dan Murtanto, 2001; Utomo, 2000; Hackston dan Milne, 1996). Sedangkan untuk perusahaan yang termasuk pada kelompok perusahaan *low profile* diberi nilai 0, yaitu untuk perusahaan bergerak dalam bidang: bangunan, keuangan perbankan, suplier peralatan medis, retailer, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga (Sembiring, 2005).

### 4. Leverage

Rasio ini merupakan rasio neraca yang mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang. Beberapa analisis menggunakan istilah rasio solvabilitas, yang berarti mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban keuangannya. Rasio yang digunakan adalah rasio hutang, rasio hutang dihitung berdasarkan atas hutang jangka panjang (termasuk kewajiban membayar sewa guna atau *leasing*), bisa juga seluruh hutang. Rasionya bisa dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Rasio hutang} = \frac{\text{Hutang jangka panjang+sewa guna}}{\text{Hutang jangka panjang+sewa guna+modal sendiri}}$$

### 5. Rasio likuiditas

Tingkat rasio likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan, dan untuk mengukurnya digunakan rasio lancar (*current ratio*). Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi ukewajiban jangka pendeknya. Hasil penelitian sebelumnya (Cooke, 1989) dalam Murtanto dan Elvina (2005) menunjukkan bahwa kesehatan perusahaan seperti yang ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi dapat diharapkan dengan pengungkapan yang lebih luas.

$$\text{Rasio likuiditas}_{it} = \frac{\text{Hutang jangka panjang} + \text{sewa guna}}{\text{Hutang jangka panjang} + \text{sewa guna} + \text{modal sendiri}}$$

## Teknik Analisis

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain berupa : frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, modus), dispersi (deviasi standar dan varian) dan koefisien korelasi antar variabel penelitian.

#### Uji asumsi klasik

Uji ini dilakukan agar model analisis regresi yang dipakai dalam penelitian ini secara teori menghasilkan nilai parametrik yang sah terlebih dahulu, kemudian dilakukan asumsi klasik regresi yang meliputi uji heterokedastisitas, autokorelasi, multikolinieritas dan normalitas data (Ghozali, 2005).

#### Uji Hipotesis Metode Reresi Linear Berganda (*Multiple Regresion*)

Teknik analitis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda (*multiple regresion*). Yaitu teknik analitis yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (Indiantoro dan Supomo, 1992: 211) atau untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara size, profitabilitas, *profile* atau tipe industri dan ukuran dewan komisaris, terhadap pengungkapan informasi sosial digunakan model analisis regresi berganda dengan bentuk persamaan sebagai berikut;

$$\text{LIKUIDITAS} = \beta_0 + \beta_1 \text{LEV} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{PROFIT} + \beta_4 \text{PROFILE} + \beta_5$$

Keterangan:

CSD = *Corporate Social Disclosure* (Indeks pengungkapan tanggung jawab social)

LEV = *Leverage*

SIZE = Ukuran perusahaan

PROFIT = Laba bersih dibagi penjualan

PROFILE = *profile*

□0 = *Intercept*

□1..□□5 = Koefisien regresi

e = *Error*

Pengujian statistik terhadap seluruh hipotesis didasarkan pada tingkat keyakinan sebesar 0,95 atau  $\alpha = 0,05$ .

Signifikansi atau tidaknya uji ini dilihat dari besarnya nilai signifikansi, dimana menggunakan tingkat kepercayaan/*level of signifkance* 5% (0,05). Hipotesis ini

diterima jika signifikansi < 0,05. Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikansi > 0,05 hipotesis ditolak.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Proses seleksi sampel dapat dilihat pada tabel 2.

**TABEL 2. PROSES SELEKSI SAMPEL**

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah perusahaan manufaktur listing di BEI menurut ICMD 2008	152
2	Kelengkapan data tidak tersedia	(8)
3	Perusahaan manufaktur listing di BEI menurut ICMD 2008 dengan kelengkapan data	144
4	Dengan rumus Slovin jumlah sampel yang diperoleh	59
Jumlah sampel yang digunakan selama 3 tahun (2005-2007)		177

Sumber: Data sekunder diolah, 2010

Hasil uji statistik deskriptif

**TABEL 3. HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE (X1)	177	.800	7.720	4.56571	1.511317
PROFITABILITAS (X2)	177	-1.456	.840	.00811	.214045
PROFILE (X3)	177	0	1	.69	.462
LEVERAGE (X4)	177	-21.360	81.920	1.32955	6.775516
LIKUIDITAS (X5)	177	.04	24.40	2.4836	2.95238
Indeks Pengungkapan CSR (Y)	177	.02	.88	.2901	.22892
Valid N (listwise)	177				

Sumber: data sekunder diolah, 2010

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui statistik deskriptif dari masing-masing variabel. Nilai maksimum indeks pengungkapan tanggung jawab sosial tertinggi sebesar 0,88 sedangkan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial terendah sebesar 0,02 dengan rata-rata sebesar 0,29 dan standar deviasinya sebesar 0,2289. Hal ini menunjukkan bahwa luas pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia masih rendah.

Ukuran perusahaan yang diukur menggunakan transformasi logaritma dari kapitalisasi pasar (*market capitalization*) menunjukkan rata-rata sebesar 4,565 dengan nilai maksimum sebesar 7,720 dan nilai minimum sebesar 0,800. Nilai kapitalisasi pasar yang besar menunjukkan perusahaan tersebut memiliki ukuran yang juga besar.

Nilai rata-rata profitabilitas perusahaan dari tahun 2005-2007 adalah 0,00811. Nilai maksimum profitabilitas sebesar 0,840 dan nilai minimumnya sebesar -1,456. Beberapa perusahaan yang memiliki profitabilitas negatif menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami kerugian, sehingga nilai rata-rata profitabilitas yang dihasilkan menjadi rendah.

*Leverage* perusahaan sampel selama tahun 2005-2007 yang diproksi dengan rasio total hutang dan ekuitas menghasilkan rata-rata 1,32955 yang berarti rata-rata perusahaan memiliki hutang sebesar 1,32955 dari total ekuitasnya. *Leverage* minimum diperoleh sebesar -21,360 dan *leverage* maksimum 81,920. Hal ini menunjukkan bahwa semua perusahaan sampel memiliki hutang yang melebihi total ekuitasnya.

Hasil penelitian ini selama 3 tahun (2005-2007) diperoleh nilai *current ratio* minimal sebesar 0,04 dan nilai maksimum 24,40 dengan nilai rata-rata sebesar 2,4836. Hal ini menunjukkan ada beberapa perusahaan yang memiliki kewajiban jangka pendeknya melebihi jumlah aktiva lancarnya, namun ada juga perusahaan yang memiliki kemampuan lebih dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya.

**TABEL 4. FREKUENSI PROFIL PERUSAHAAN**

**PROFILE (X3)**

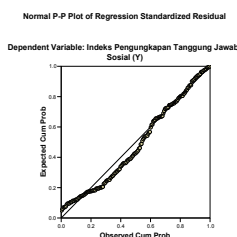
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Low profile	54	30.5	30.5	30.5
	High profile	123	69.5	69.5	100.0
	Total	177	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa sampel dalam penelitian lebih banyak berasal dari perusahaan *high profile* yaitu sebanyak 123 perusahaan (69,5%) sedangkan sisanya yaitu 54 (30,5%) perusahaan merupakan perusahaan *low profile*.

**Hasil uji asumsi klasik**

**Uji Asumsi Normalitas**

Dari analisis grafik yang disajikan pada gambar 1 terlihat bahwa titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal, dan penyebarannya sangat mengikuti arah garis diagonal tersebut. Maka dapat dikatakan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.



## GAMBAR 1. GRAFIK NORMAL P-PLOT

### Uji Asumsi Multikolinieritas

Dari hasil uji asumsi klasik dengan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai VIF dan tolerance value yang disajikan dalam tabel 5 sebagai berikut:

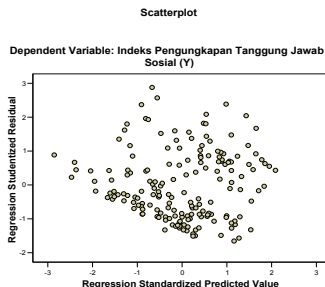
TABEL 5. HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Size	.947	1.055
	Profitabilitas	.921	1.086
	Profil perusahaan	.950	1.053
	Leverage	.981	1.019
	Likuiditas	.955	1.047

Dilihat dari tabel 5 terlihat bahwa nilai VIF persamaan regresi tersebut kurang dari 10 (nilai VIF < 10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi problem multikolinieritas.

### Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Dari gambar 2 dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian memperlihatkan pola grafik yang tidak jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan hal ini mengindikasikan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.



## GAMBAR 2 GRAFIK SCATTER PLOT

### Uji Asumsi Autokorelasi

Pengujian adanya autokorelasi dilakukan dengan uji run test memberikan hasil sebagai berikut:

TABEL 6. HASIL UJI AUTOKORELASI DENGAN RUN TEST

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.03739
Cases < Test Value	88
Cases >= Test Value	89
Total Cases	177
Number of Runs	91
Z	.227
Asymp. Sig. (2-tailed)	.821

a. Median

Hasil output uji Run Test pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai test  $-0,03739$  dengan probabilitas  $0,821$  tidak signifikan pada  $0,05$  yang berarti residual adalah random atau tidak terjadi autokorelasi antar nilai residual pada model regresi ini.

### Hasil uji regresi linier berganda

Alasan penggunaan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah karena persamaan regresi berganda dapat memberikan penaksiran dan pengujian hipotesis serta peramalan atas hubungan beberapa variabel independen terhadap variabel dependennya. Hasil uji regresi yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel 7 berikut ini:

TABEL 7. HASIL UJI REGRESI LINIER

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0,052	0,053		0,996	0,321
Size	0,057	0,050	0,373	5,471	0,000
Profitabilitas	0,122	0,074	0,114	1,651	0,101
Profil	0,115	0,034	0,233	3,416	0,001
Leverage	-0,002	0,002	-0,063	-0,938	0,349
Likuiditas	0,002	0,005	0,030	0,439	0,661

Dari hasil pengujian signifikansi model regresi diperoleh nilai F sebesar  $11,094$  dengan signifikansi  $0,000$ . Nilai signifikansi yang lebih kecil dari  $0,05$  mengindikasikan bahwa luas pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, *leverage* dan likuiditas perusahaan secara bersama-sama.

Nilai koefisien determinasi yang dilihat dari *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar  $0,223$ . Hal ini berarti hanya  $22,3\%$  luas pengungkapan tanggung jawab sosial yang dapat dijelaskan oleh variasi ukuran perusahaan, profitabilitas, profil perusahaan, *leverage* dan likuiditas perusahaan, sedangkan  $77,7\%$  lainnya dijelaskan oleh variabel yang

tidak ikut diteliti. Adapun persamaan yang dapat dirumuskan untuk model regresi ini adalah:

$$\text{CSD} = 0,052 + 0,057\text{SIZE} + 0,122\text{PROFIT} + 0,115 \text{PROFILE} - 0,002 \text{LEV} + 0,002\text{LIKUID}$$

### **Pengujian hipotesis**

Pengujian secara parsial dari masing-masing variabel independen diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,471 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian **hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) diterima**.
2. Hasil pengujian secara parsial variabel profitabilitas diperoleh nilai t hitung sebesar 1,651 dengan signifikansi sebesar 0,101. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa profitabilitas perusahaan tidak memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian **hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) ditolak**.
3. Hasil pengujian secara parsial variabel profil perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,416 dengan signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa profil perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian **hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) diterima**.
4. Hasil pengujian secara parsial variabel *leverage* diperoleh nilai t hitung sebesar -0,938 dengan signifikansi sebesar 0,439. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa *leverage* perusahaan tidak memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian **hipotesis keempat (H<sub>4</sub>) ditolak**.
5. Hasil pengujian secara parsial variabel likuiditas diperoleh nilai t hitung sebesar 0,439 dengan signifikansi sebesar 0,661. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa likuiditas perusahaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian **hipotesis kelima (H<sub>5</sub>) ditolak**.

### **Pembahasan**

Hasil uji regresi atas indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan



dengan ukuran perusahaan yang diwakili dengan Logaritma *market capitalization* menunjukkan bahwa secara statistik ukuran perusahaan secara positif dan signifikan mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kondisi ini sejalan dengan hasil penelitian Hackson dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubuet *et.al.* (2001), Henny dan Murtanto (2001), Hasibullah (2001), Yulianti (2003), Devina (2004), dan Rismanda (2005). Temuan-temuan penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan semakin banyak informasi tanggung jawab sosial yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Atau secara umum dinyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuat juga cenderung semakin luas.

Secara teoritis temuan penelitian ini sesuai dengan teori agensi yang dikemukakan oleh Cooke (1989), bahwa perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan. Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang kecil. Terdapat beberapa penjelasan mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap luas pengungkapan. Perusahaan besar mungkin membiayai produksi informasi yang lebih rendah atau mereka mempunyai biaya competitive disadvantage lebih rendah yang berkaitan dengan pengungkapan mereka. Perusahaan besar juga mungkin lebih kompleks dan lebih mempunyai dasar pemilikan yang luas dibanding perusahaan kecil.

Kondisi ini secara empiris konsisten dengan temuan Guthrie dan Parker (1989) yang menunjukkan bahwa profitabilitas bukan merupakan *explanatory variables* bagi *environmental disclosure*. Hogner (1989) juga membuktikan bahwa *social disclosure* merupakan respon dari dorongan dan perilaku sosial. Temuan penelitian Hackson dan Mine (1996) pun demikian, dalam buku empiris mengenai praktik pengungkapan lingkungan dan sosial pada perusahaan di New Zealand serta menguji beberapa hubungan potensial antara karakteristik perusahaan dengan konsistensi penelitiannya dengan yang sudah dilakukan di negara lain. Ukuran perusahaan dan industri berhubungan dengan jumlah pengungkapan sedangkan profitabilitas tidak. Temuan penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2003), Devina (2004), dan Rismanda (2005).

Sedangkan secara teoritis, temuan penelitian ini mendukung pendapat Kokubu *et.al* (2001) bahwa terdapat hubungan positif antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Sebaliknya seperti

dinyatakan oleh Donovan dan Gibson (2000), dari sisi legitimasi, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian ini berhasil menemukan pengaruh yang secara statistik positif dan signifikan antara profil perusahaan dan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Hasil ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara perusahaan *high profile* dan *low profile* dalam luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada laporan tahunan. Secara empiris hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Hakston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et.al* (2001), Heni dan Murtanto (2001), Dirgantari (2002), dan Rismanda (2005).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian Kokubu *et.al* (2001), dan Rismanda (2005), yang tidak berhasil menemukan hubungan yang secara statistik negatif dan signifikan antara rasio *leverage* dengan luas pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan.

Hasil uji regresi atas indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan likuiditas perusahaan yang diwakili oleh *current ratio* tidak berhasil menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan *current ratio* terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kondisi ini konsisten dengan temuan Murtanto dan Elvina (2005) yang menunjukkan bahwa rasio likuiditas yang diproksi dengan *current ratio* tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan.

Namun arah koefisien yang positif telah sesuai dengan rumusan hipotesis, hal ini menunjukkan bahwa tingkat rasio likuiditas mencerminkan kesehatan suatu perusahaan, dan untuk mengukurnya digunakan rasio lancar (*current ratio*). Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Hasil penelitian sebelumnya (Cooke, 1989) menunjukkan bahwa kesehatan perusahaan seperti yang ditunjukkan dalam rasio likuiditas yang tinggi dapat diharapkan dengan pengungkapan yang lebih luas.

Secara empiris dikatakan bahwa perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi diharapkan melakukan *disclosure* secara lebih luas. Alasan yang mendasari pengharapan itu adalah perusahaan yang *financialnya* kuat dan lebih mengungkapkan secara luas. Tetapi sebaliknya, jika likuiditas dipandang sebagai ukuran kinerja, perusahaan yang memiliki likuiditas rendah perlu memberikan informasi lebih rinci.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Size* (ukuran) perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan
3. Profil perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
4. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

### **Keterbatasan**

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menyadari adanya beberapa keterbatasan yang kemungkinan akan berpengaruh terhadap hasil penelitian, keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, penilaian indeks pengungkapan tanggung jawab sosial yang hanya dilakukan oleh peneliti memungkinkan terjadinya insubjektifitas dalam menilai item-item pengungkapan tanggung jawab sosial.
2. Penelitian ini menggunakan daftar item informasi tanpa pembobotan. Masing-masing item informasi diperlakukan sama, tanpa membedakan relatif pentingnya item informasi tersebut dalam pengambilan keputusan. Disamping itu, pengukuran luas pengungkapan yang dilakukan lebih didasarkan pada cakupan topik, bukan pada tingkat kerincian dan kandungan informasi.
3. *Adjusted R<sup>2</sup>* dalam penelitian ini masih rendah, menunjukkan bahwa penelitian ini masih belum konkrit membuktikan argumen-argumen teoritis yang telah dipaparkan pada telaah teoritis.

### **Saran**

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 59 perusahaan sehingga untuk masa mendatang mungkin perlu dilakukan penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar yang mewakili perusahaan manufaktur dan non manufaktur.
2. Mencari variabel independen lain yang sesuai dan mempengaruhi secara signifikan dengan luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan di Indonesia.
3. Menggunakan daftar item pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih sesuai dengan keadaan di Indonesia, misalnya dengan membuat daftar item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan survei yang ditujukan kepada analis, investor, manajer kredit, penyusun standar, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana Spica dan Retrinasari, Ikka, 2007, Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ, *Proceeding Seminar Nasional Inovasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis*, FE Universitas Trisakti Jakarta, 9 Juni 2007.
- Fakultas Ekonomi UNISSULA. (2006). *Pedoman Penulisan Praskripsi & Skripsi Program Studi Akuntansi*. UNISSULA Press: Semarang.
- Fitriani, 2001, Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi IV Sesi 3*, pp. 133-154
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Seminar Nasional Akuntansi VII. Solo. 379-395. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasibuan, Rizal (2001). *“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial: study empiris pada perusahaan Pengungkapan Sosial” Tesis*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indonesian Capital Market Directory*, 2008
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 1998. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Marwata, 2001. Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. *Makalah dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IV*, 2001.
- Murtanto dan Elvina, 2005, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan yang Terdaftar di BEJ”, *EKOBIS Vol. 6, No. 1, Januari 2005*.
- Rosmasita, Hardhina, 2007, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda, 2005, “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”, *SNA VIII*, Solo, 15-16 September 2005.
- [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

# PERAN MANAJER PROFESIONAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA MANAJERIAL PADA PERUSAHAAN KELUARGA

**Umar Chadhiq**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang

## **ABSTRACT**

*The remarkable achievements of many family businesses in various countries and in Indonesia has been universally recognized role and contribution to the economy and employment. It is interesting if the management of the company's family of models is further enhanced, they can be the best model of governance in family firms. On the other hand, a series of incidents or scandals concerning corporate governance of family businesses that have taken place in recent years has made people ponder and reflect on the key factors of success and failure. Popularity is a family business because of several factors such as how to maintain and enhance the value of family assets in the form of credit, reputation, networks, government connections and easier execution of ownership rights. In addition, the business founders usually expect their management philosophy, values and satisfaction to be shared and replaced by a trusted member of their family rather than an outsider. Concentrated ownership could also reduce outside influence and more free. The main strength of a family business is a flexible organization and the execution of the decision, aims at long-term fate of family ties with the company's reputation, family members actively involved in the management and decision-making more efficient under a more centralized structure. However, there are also some disadvantages or limitations of family businesses including over reliance on family networks, ordering the appointment / outer retaining senior executives, corporate transparency is lower, less emphasis on governance structure, the potential for conflict between the executive and the family of the minority shareholders, and facing the problem of succession. Obviously the family business has its strengths and weaknesses and it is important to integrate the management of the family and the manager of the family. Governance concerns include external funding sources, potential takeover activity controlling shareholders, board independence and the duality of directors, chairman / CEO, the relationship between the family shareholders, family succession, and the role of the manager of the family in the family business, Anderson and Reeb (2003).*

*Keywords : family business, manager of professional, business founders.*

## **Pendahuluan**

Keberadaan perusahaan sangat penting karena melalui aktifitas bisnis yang

diselenggarakan sesuai dengan *core business* yang dijalankan dengan menghasilkan barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran perusahaan tersebut menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Sekecil apapun aktifitas bisnis yang dilakukan oleh anggota masyarakat harus selalu didukung. Aktifitas bisnis yang dilakukan pada awalnya berskala kecil didirikan perorangan dan berbasis keluarga, tidak menutup kemungkinan akan menjadi perusahaan besar jika dengan ketelatenan dan ketekunan dalam mengelola. Perusahaan-perusahaan besar yang operasional saat ini mengalami proses pertumbuhan seperti itu.

Apabila menengok sejarah perjalanan perusahaan-perusahaan besar baik tingkat nasional maupun perusahaan kelas dunia, tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaannya tumbuh berawal dari perusahaan pribadi atau keluarga yang berskala kecil tersebut. Untuk tingkat nasional seperti perusahaan dalam Grup Bakrie pendirinya Bakrie, Grup Lippo pendirinya Muchtar Riady, Grup Djarum pendirinya Oei Wie Gwan, Grup Salim pendirinya Sudono Salim, Grup Sinar Mas pendirinya Eka Tjipta Widjaja dll, ini merupakan perusahaan berbasis keluarga. Sedang untuk perusahaan kelas dunia seperti di Jepang perusahaan otomotif Honda, Toyota dll, di Korea Selatan seperti Samsung pendirinya Lee Byung Chull, dan masih banyak lagi yang dapat dicontohkan. Keberhasilan dalam pengembangan perusahaan sehingga dapat besar tentu tidak lepas dari aspek profesionalisme dalam pengelolaan perusahaan itu sendiri. Seiring dengan bertambahnya usia, pendiri/pemilik perusahaan semakin tua dan sudah bisa menghantarkan pada skala perusahaan yang lebih besar. Keterbatasan kemampuan tentu tidak seterusnya para pendiri/pemilik perusahaan akan memimpin perusahaan. Selanjutnya akan memilih dua alternatif yaitu menyerahkan suksesi kepemimpinan kepada generasi penerusnya dalam keluarganya atau menyerahkan kepemimpinan kepada manajer profesional.

Hampir setiap perusahaan keluarga yang ingin survive, menghadapi dilema ketika pendiri mulai berpikir tentang siapa yang akan mengelola perusahaan keluarga di masa depan. Dengan demikian, pendiri akan menunjuk manajer pewaris dari keluarga sebagai pengganti atau sebaliknya, ia akan mencari manajer profesional untuk menjalankan perusahaan. Sebuah teori suksesi perusahaan keluarga di mana pendiri secara eksplisit menganggap anggota keluarga sebagai penerus potensial, maka motivasi altruistik tidak berperan bersama dengan alternatif manajer profesional dari luar keluarga. Kualitas pewaris dapat ditingkatkan dengan menghabiskan sumber daya dalam pelatihannya. Keputusan optimal diberikan dalam segi kualitas relatif dari kandidat, efektivitas proses pelatihan pewaris dan ukuran potensi kemudahan yang dimiliki oleh pemilik keluarga, Favero *et.al* (2006)

Salvato *et.al* (2011) menjelaskan tentang perbedaan antara karir Chief

Executive Officer (CEO) dalam keluarga dan perusahaan non keluarga dan perbedaan antara karir dan CEO non keluarga dalam perusahaan keluarga. Literatur yang ada berfokus pada keluarga atau sifat kepemimpinan perusahaan non keluarga, terutama di sekitar transisi CEO. Hal ini bermanfaat untuk memprediksi bahwa pertimbangan untuk mendukung pengangkatan anggota keluarga dan orang dalam sebagai CEO dan memberi mereka karir lebih cepat. Tulisan ini akan mencoba membahas tentang peran manajer profesional dalam mengelola dan meningkatkan kinerja perusahaan berbasis keluarga.

## **Landasan Teori**

### **1) Teori Entity**

Teori ini memberikan pengakuan adanya pengelolaan yang terpisah dalam perusahaan dengan para pemiliknya. Para pendiri tidak perlu diidentifikasi dengan eksistensi perusahaan. Artinya dalam operasional harian perusahaan diserahkan kepada pihak lain dan mereka memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan atas kontinuitas perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Teori entitas ini mempertegas keterpisahan secara jelas antara pemilik dengan manajemen, dimana operasionalnya dilakukan sepenuhnya oleh manajemen. Teori entity memiliki aplikasi utama dalam perusahaan berbentuk korporasi, walaupun juga ada perusahaan bentuk lain sepanjang eksistensi operasional perusahaan terpisah dari para pemiliknya (Hadi & Chadhiq, 2008). Memperhatikan kaidah teori ini mengisyaratkan bahwa antara pemilik dan pengelola (manajemen) diakui sebagai pihak yang terpisah dan masing-masing memiliki hak dan tanggung jawab yang berbeda. Dengan demikian pihak manajemen diberi kewenangan untuk menjalankan perusahaan secara profesional agar memberi hasil yang memuaskan bagi pemilik dalam wujud pengembangan dan kemajuan dari perusahaan itu sendiri.

### **2) Teori Agency**

Seperti pada teori entity, teori agency ini muncul setelah fenomena terpisahnya kepemilikan perusahaan dengan pengelolanya terjadi dimana-mana, khususnya pada perusahaan besar. Pada teori klasik, pemilik perusahaan yang berjiwa wiraswasta mengendalikan sendiri perusahaannya, mengambil keputusan untuk kehidupan perusahaannya sendiri, sehingga harapan mendapatkan keuntungan maksimal sebagai syarat untuk bertahan hidup menjadi sebuah kemutlakan bagi pemilik. Apabila perusahaan telah berkembang menjadi korporasi, terlebih bagi perusahaan yang telah go public yang kepemilikan perusahaan telah terdiversifikasi, sehingga pengelolaan perusahaan menjadi terpisah antara prinsipal /pemilik dengan agen / pengelola ( Hadi & Chadhiq, 2008). Jika perusahaan sudah menjadi besar dan telah memiliki anak usaha yang banyak, apalagi telah mengalami diversifikasi usaha serta memasuki arena bisnis yang bermacam-macam maka tidak mengherankan jika dalam menjalankan usaha diserahkan kepada agen/pengelola sebagai tenaga

yang profesional dalam bidang tersebut. Masalah tata kelola korporat timbul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan (Mudrajad, 2006).

### 3) Manajer Profesional

Praktek manajemen profesional sangat berbeda di berbagai wilayah dunia. Negara-negara maju memiliki lebih banyak manajer profesional dibandingkan dengan negara-negara berkembang. Perusahaan-perusahaan besar mempekerjakan lebih banyak manajer profesional daripada perusahaan kecil. Hal ini tentu menarik untuk dikaji. Di negara-negara majupun, manajemen oleh keluarga masih merupakan figur yang penting. Para cendekiawan bidang perusahaan keluarga tanpa kenal lelah terus meneruskan melakukan penyelidikan. Perbedaan budaya antar negara merupakan bukti praktek manajemen umum di antara negara-negara akan menjadi pembeda praktek pengelolaan perusahaan di berbagai negara. Dorfman and House (2004) menulis:

”Perusahaan dipaksa untuk berbagi informasi, sumber daya, dan melatih dalam ekonomi dunia global. Kiprah sekolah bisnis terbaik mendidik para manajer dari seluruh dunia dalam teknik-teknik manajemen terbaru. Menggunakan jargon akademis, masalah bisnis umum dan manajemen praktis yang unik dibingkai dalam istilah budaya universal terhadap budaya spesifik. Proses konvergensi budaya telah terjadi, namun dalam perspektif mempertahankan perbedaan budaya”.

Hubungan antar pihak, struktur perusahaan dan kinerja didalam perusahaan keluarga telah menumbuhkan minat para cendekiawan dan praktisi manajemen. Pengkajian untuk mengembangkan sebuah model dinamis dimana setiap generasi dalam perusahaan keluarga dapat terus beroperasi menyesuaikan dengan teknologi produksi yang diwariskan kepada penerus dalam keluarga atau melalui seorang manajer profesional untuk melakukan tugas yang sama. Menurut Peter F Drucker menyatakan:

“Di masyarakat pada sekitar tahun 1900, keluarga masih bertugas pada berbagai perusahaan di setiap negara sebagai agen, dan organ untuk tugas yang paling sosial ... Manajemen, sebagai suatu disiplin spesifik, sebagai pekerjaan yang spesifik, sebagai fungsi yang spesifik dalam kegiatan ekonomi masyarakat, dikembangkan hampir seluruhnya, dalam lima puluh tahun terakhir” Drucker (1977).

Meskipun manajer profesional kadang-kadang lebih berkualitas, kepentingannya tidak selalu selaras dengan kepentingan keluarga, Shu and Shing (2007). Sementara Burkart, *et.al* (2002) menginvestigasi model suksesi di sebuah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh pendiri dan memutuskan antara mempekerjakan seorang manajer profesional atau meninggalkan manajemen untuk diwariskan kepada sanak keluarganya.



Transfer kekuasaan atau suksesi CEO pemilik kepada generasi berikutnya sangat penting bagi keberhasilan dan kesinambungan perusahaan (Miller, 1993; Ocasio, 1999). Keberhasilan suksesi akan menjadi langkah penting bagi perusahaan agar kinerja tetap dalam keadaan baik. Literatur yang memberikan gambaran tentang suksesi CEO, melalui eksplorasi pengaruh pilihan antara orang dalam dan orang luar (Fredrickson *et al*, 1988;. Cannella dan Lubatkin, 1993). Aspek pemilihan dari dalam atau luar perusahaan, terdapat dimensi yang khas terkait dengan apakah CEO baru harus anggota keluarga atau non-keluarga (manajer profesional). Keputusan memilih antara keluarga dan CEO profesional merupakan isu penting bagi pendiri/pemilik perusahaan keluarga (Burkart *et al*, 2003; Lee *et al*, 2003). Keseriusan pengkajian yang mengkhususkan pada topik keberhasilan perusahaan keluarga, termasuk suksesi CEO dari anggota keluarga lain (Handler, 1994, Morris *et. al*, 1997;. Sharma *et al*, 2001). Namun terdapat beberapa pembahasan teoritis yang telah mempelajari perusahaan keluarga dari sudut pandang pengendali perusahaan yang menentukan pilihan antara manajemen keluarga dan manajemen yang profesional dan bagaimana hubungan karakteristik operasi dan pilihan pengelolaan (Burkart *et al*, 2003; Bhattacharya dan Ravikumar, 2004). Smith dan Amoako-Adu (1999) mengandalkan pencapaian omset bisnis dari CEO, kemudian faktor-faktor yang menentukan penunjukkan CEO dalam perusahaan keluarga dari anggota keluarga atau CEO yang berasal dari luar keluarga. Namun demikian, mereka terutama berfokus pada dampak dari kepemilikan karakteristik karakteristik dari keluarga pengendali dan kinerja sebelum perusahaan memutuskan pilihan CEO anggota keluarga atau dari luar keluarga, Lin dan Hu (2007).

Praktek tata kelola memiliki dampak yang menentukan pada operasi perusahaan. Salah satu tujuannya adalah untuk mengurangi perilaku oportunistik manajer dan menghilangkan masalah principal-agent melalui berbagai jenis skema insentif canggih atau dengan menerapkan sistem manajemen kinerja, dikembangkan, dan disempurnakan dalam konteks bisnis keluarga (Dekker & Lyabert, 2010).

Pengkajian lain dilakukan oleh Carr and Bateman (2009) tentang kinerja bisnis keluarga dengan membandingkan secara langsung dengan perusahaan non-keluarga, perusahaan yang dikelola oleh manajer profesional diseluruh dunia. Hasil studi tersebut diperkuat oleh Mannarino, *et al* (2008) bahwa kinerja perusahaan yang dikelola oleh manajer dari keluarga kurang produktif dibandingkan perusahaan yang dijalankan oleh manajer dari keluarga. Stewart and Hitt (2011) mendukung pendapat tersebut dengan mengemukakan bukti bahwa keuntungan nyata dari transisi perusahaan keluarga rendah dengan tingkat kegagalannya tinggi.

Kondisi tersebut dapat mengarah kepada kualitas manajer-pemilik yang lebih rendah daripada manajer darikeluarga, sehingga dapat mengurangi produktivitas perusahaan. Pada sisi lain keluarga yang menjalankan perusahaan ditandai

dengan kehati-hatian bahkan terkadang stagnan dalam pengambilan keputusan strategis, karena adanya hubungan pertimbangan yang terlalu hati-hati antara keluarga dan aset perusahaan. Walaupun langkah tersebut dapat dipahami, namun penghindaran risiko dapat berakibat pemilik-manajer kurang mengadopsi prinsip-prinsip manajemen baru dalam meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan. Konflik batin menyebabkan kebimbangan pemilik-manajer yang menghambat perubahan seiring dengan perubahan lingkungan, karena dianggap terlalu berisiko atau menghancurkan tradisi bisnis dan keluarga, Mannarino, *et al* (2008). Jika perusahaan keluarga menyerahkan pengelolaan kepada manajer profesional Lin dan Hu (2007) karena perusahaan membutuhkan keterampilan manajerial dengan kompetensi tinggi.

Hubungan antara latar belakang manajer dan kinerja perusahaan, itu tergantung pada karakteristik operasi dan pengendalian lingkungan perusahaan. Chahine (2007) memberikan bukti konklusif ketika perusahaan membutuhkan kemampuan manajerial yang tinggi, maka perusahaan keluarga akan menggunakan manajer dari keluarga. Kinerja perusahaan akan membaik setelah pengelolaan ditangani oleh manajer dari keluarga.

Pengujian pemilik perusahaan keluarga yang dapat mempengaruhi kinerja jangka panjang setelah penawaran awal kepada publik/*initial public offering* (IPO), dan memverifikasi apakah efek ini berbeda antara keluarga dan IPO perusahaan non keluarga yang dikelola murni oleh manajemen profesional, semakin dapat dijadikan bukti-bukti pembeda antara peran manajer dari dalam keluarga atau dari luar keluarga. Dyer (2006) melalui kajiannya menunjukkan bahwa perusahaan dengan persyaratan keterampilan manajerial yang rendah dan memiliki potensi tinggi untuk pengambilalihan kendali perusahaan lebih cenderung untuk memilih manajer dari keluarga (nepotisme). Penjelasan tersebut di atas merupakan temuan dari para peneliti terdahulu yang menyatakan bahwa peran manajer dari keluarga dalam keluarga memiliki kontribusi dan pengaruh yang positif.

Sebaliknya yaitu peran manajer dari keluarga tidak memiliki pengaruh yang positif namun justru manajer dari internal keluargalah yang memiliki pengaruh positif dikemukakan oleh McKenny *et.al* (2012) dengan menunjukkan kekuatan peran manajer dari keluarga dapat mengkomunikasikan tujuan yang berbeda kepada publik. Navarro *et., al*(2011) memperkuatnya dengan menyatakan bahwa kepemilikan dan kendali keluarga tidak mempengaruhi profitabilitas. Pembuktian kontrol keluarga melalui kepemilikan saham justru memainkan peran penting, dibandingkan dengan kendali langsung melalui manajer dari keluarga. Dalam kaitan ini Wesley (2010) mendalilkan bahwa kepemilikan keluarga positif terhadap hubungan antara jumlah keanggotaan dewan direksi dan kinerja perusahaan.

#### 4) Manajer Keluarga

Dominasi kontrol keluarga melalui manajer dari keluarga ternyata tidak menghambat kinerja perusahaan, mengingat ketika generasi berikut mengambil posisi manajer untuk mengendalikan perusahaan keluarga tidak dapat dibedakan dari perusahaan non keluarga dari aspek penilaian dan kinerja. Barontini and Caprio (2006). Classsens (2002) menemukan bahwa perusahaan meningkatkan nilai dengan kepemilikan arus kas melalui pemegang saham terbesar, konsisten dengan efek insentif positif. Molly, et al (2010), mengemukakan bukti bahwa transfer dari generasi pertama ke generasi kedua dalam perusahaan keluarga negatif mempengaruhi tingkat utang perusahaan, sedangkan di antara suksesi generasi berikutnya efek ini terbalik bagi perusahaan.

Dekker dan Lybaert (2010) berusaha untuk mengungkap tata kelola perusahaan keluarga melalui aspek-aspek akuntansi manajerial. Selanjutnya melalui perspektif ini, perilaku oportunistik manajer keluarga terdapat beberapa temuan yang berbeda. Dengan demikian kondisi tersebut dapat mengubah struktur tata kelola dan proses di dalam perusahaan, tetapi juga pelaksanaan sistem manajemen kinerja, karena menyangkut situasi keluarga. Hal ini menunjukkan keunikan tentang bagaimana perusahaan-perusahaan keluarga diatur, dikelola dan dikendalikan. Menurut Dekker dan Lybaert (2010) kekhasan bisnis keluarga tidak hanya terletak dalam penyesuaian sistem tata kelola dan kontrol untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dan keluarga, tetapi juga pada kekuatan mereka menggunakan kontrol informal.

Tidak ada bukti ditemukan bahwa profitabilitas perusahaan keluarga dipengaruhi oleh suksesi, yang menunjukkan bahwa transfer profesionalitas tidak harus selalu dilihat sebagai peristiwa negatif dalam siklus hidup dari sebuah bisnis keluarga. Mengingat bahwa hubungan konklusif antara orang luar dan kinerja perusahaan masih sulit dipahami. Core, *et.al* (1999) mencoba menelisik untuk mengkonfirmasi bukti terdapat hubungan antara tingkat kompensasi manajer dan kualitas tata kelola perusahaan dengan struktur tata kelola berpengaruh pada kinerja perusahaan. Bhagat, *et al* (2010) membahas peran manajer berdasarkan latar belakang pendidikan manajer, secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Gottesman and Morey (2006) menkonfirmasi tentang latar belakang pendidikan dan menemukan bukti bahwa perusahaan dengan manajer dari sekolah bergengsi berkinerja lebih baik dibandingkan perusahaan dengan manajer dari sekolah kurang bergengsi. Pengkajian tersebut didukung oleh Jalbert (2010) dengan hasil yang menunjukkan kelompok manajer papan atas berasal dari latar belakang asal perguruan tinggi papan atas pula.

Hasil manajer dari keluarga didalam perusahaan keluarga juga masih terfragmentasi pada latar belakang pendidikan manajer, mengingat terdapat hubungan pendidikan manajer dengan kinerja perusahaan dan latar belakang asal

manajer dari dalam keluarga atau profesional. Namun terdapat bukti lain yang menambah kontroversi, bahwa kinerja para manajer yang mengelola perusahaan juga dipengaruhi oleh tingkat kompensasi yang diperoleh manajer, sebagaimana yang disampaikan Gabaix dan Landier (2007).

Adapun perbedaan antara manajer-pemilik dan manajer-nonpemilik, dijelaskan oleh teori keagenan (*agency theory*) yang mencoba untuk memprediksi efek positif pada nilai perusahaan, karena pemilik manajemen meluruskan kepentingan pemilik dan manajer, Jensen dan Meckling (1976). Namun, efek ini dapat diimbangi oleh biaya manajemen keluarga. Situasi tersebut mengarah ke kualitas yang lebih rendah antara pemilik-manajer dibandingkan dengan manajer profesional yang berakibat dapat mengurangi produktivitas perusahaan, Carr dan Bateman (2010).

Berdasarkan bukti dari studi-studi tersebut diatas, maka studi ini akan mengeksplorasi peran manajer profesional di perusahaan keluarga yang telah terbuka terhadap kehadiran pihak dari luar keluarga yang mampu menciptakan harmoni dengan pendiri/pemilik perusahaan. Jadi studi ini akan memadukan konsep profesionalitas yang disertai ketulusan sebagai respon bentuk kepercayaan yang telah diberikan oleh pendiri/pemilik, dengan peran agar perusahaan agar meningkatkan kinerjanya dan kontinuitas pertumbuhan perusahaan keluarga.

Apa yang disampaikan dalam kajian ini juga akan mengisi gap dari studi terdahulu masih berorientasi terhadap perusahaan kecil, sedangkan perhatian terhadap perusahaan menengah dan besar relatif sedikit, baru dilakukan oleh Johannisson dan Huse (2000). Hal ini tentu saja merupakan kekurangan yang signifikan, karena perusahaan menengah dan besar merupakan bagian penting dari perekonomian hampir setiap negara.

Sedangkan untuk kenyataan yang terjadi di Indonesia, baik pada perusahaan menengah maupun besar, pada umumnya diawali kepemilikannya oleh keluarga. Eksistensi mereka telah memberikan kontribusi kepada perekonomian Indonesia karena menguasai pangsa jumlah perusahaan besar sebesar 3,87 persen sedangkan perusahaan menengah 2,35 persen dan perusahaan kecil 4,90 persen (Kementrian Koperasi dan UMKM, 2012). Oleh karena itu, pada pembahasan pada tulisan ini juga akan lebih mengakomodir peran manajer profesional di perusahaan menengah dan besar untuk menambah kasanah pembahasan tentang pengembangan perusahaan keluarga baik dikelola sendiri maupun diserahkan pada manajer profesional dari kupasan yang telah ada.

Dalam prespektif yang lebih luas sebagai pembanding pentingnya peran bisnis keluarga dalam sebuah negara, di wilayah Asia mencatat total laba kumulatif sebesar 26 persen selama tahun 2000-2010, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 13,7 persen selama periode itu. Dengan demikian, bisnis keluarga merupakan pilar yang sangat penting bagi perekonomian Asia. Data

tersebut merupakan kesimpulan dari Laporan Bisnis Keluarga Asia 2011: Tren Utama, Kontribusi, dan Kinerja Ekonomi yang dikeluarkan oleh The Credit Suisse Emerging Markets Research Institute. Studi ini dilakukan dengan menggunakan data primer dari 3.568 bisnis keluarga yang terdaftar di bursa sepuluh negara Asia, *KOMPAS.com*, Senin (31/10/2011).

Menurut hasil studi tersebut tahap perkembangan siklus kehidupan awal dari bisnis keluarga Asia inilah yang menyokong pertumbuhan umum mereka. Berbeda dengan kebanyakan bisnis keluarga di Eropa dan Amerika Serikat yang sudah berjalan di tahap generasi keempat atau kelima. Kapitalisasi pasar dari bisnis-bisnis keluarga setara dengan 34 persen dari total PDB (Produk Domestik Bruto) Asia. Bahkan bisnis keluarga merupakan tulang punggung perekonomian Asia karena bisnis ini mewakili sekitar 50 persen dari seluruh perusahaan terdaftar dalam lingkup penelitian.

Dokumen laporan The Credit Suisse Emerging Markets Research Institute juga mendeskripsikan penyebaran secara regional, Asia Selatan mempunyai jumlah bisnis keluarga yang paling tinggi dengan persentase sebesar 65 persen dari total perusahaan terdaftar. Sementara, di Asia Utara menjadi yang terendah dengan 37 persen. Berdasarkan negara, India merupakan pemilik jumlah bisnis keluarga terbanyak dengan 67 persen dari perusahaan terdaftar, sedangkan China menjadi yang terendah dengan 13 persen. Ini karena struktur perekonomian bisnis keluarga yang dimiliki keluarga.

Berdasarkan deskripsi diatas, menjadi bukti betapa masih menariknya pembahasan tentang peran manajer dari keluarga dalam perusahaan keluarga. Kompetensi manajer dari keluarga diberi pengakuan dengan ukuran bahwa mereka telah menerima pendidikan dan atau pelatihan formal dalam pengelolaan di berbagai bidang bisnis seperti keuangan, produksi, akuntansi, dan sumber daya manusia. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan keluarga memerlukan keterampilan manajerial yang tinggi dan dengan menggunakan manajer profesional untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam konteks perusahaan keluarga di Indonesia dengan bukti rendahnya kelangsungan pertumbuhan lintas generasi maka pembahasan tentang peran manajer profesional memiliki kapasitas sebagai pengganti pendiri/pemilik yang potensial sesuai atau melebihi kaliber pendiri/pemilik dalam mengelola perusahaan keluarga. Walaupun tidak dipungkiri bahwa beberapa perusahaan keluarga telah menyiapkan suksesi dengan mendidik melatih anak-anak mereka atau cucu menjadi penerusnya melalui pendidikan formal serta dengan magang diperusahaan keluarga. Namun, kegagalan terjadi ketika penerus tidak mampu menangani tugas. Oleh karena itu, kadang-kadang perusahaan keluarga harus merekrut manajer non-keluarga.

## Pendiri sebagai CEO Perusahaan

Apabila melihat praktek pengelolaan perusahaan di Indonesia dapat dilihat bahwa peran manajer dari keluarga pada perusahaan milik keluarga belum banyak dikaji sehingga masih terdapat perbedaan pandangan teoretis dan hasil empirik, atas peran manajer dari keluarga dalam mengelola perusahaan keluarga. Sedangkan dalam konteks praktis hubungan relasional antar unsur profesionalitas dan nilai-nilai dalam perusahaan keluarga belum ditemukan pola-pola yang tepat yang berdampak pada sikap pendiri/pemilik perusahaan dalam mengharmonisasi terhadap perilaku relasional manajer profesional dengan pemilik maupun dengan karyawan dibawah kendalanya. Unit analisis dalam pengkajian ini adalah para manajer dari keluarga dalam perusahaan keluarga yang berskala nasional yang memungkinkan jangkauan pelayanan melebihi basis regional provinsi dimana perusahaan didirikan.

Para ahli lainnya yang mengklaim bahwa perusahaan milik keluarga dan dikelola oleh manajer dari dalam keluarga mencapai kinerja yang lebih tinggi daripada mereka yang dikelola oleh manajer profesional dari luar keluarga, Colli (2011). Villalonga dan Amit (2006) menemukan bahwa kepemilikan keluarga hanya menciptakan nilai ketika pendiri menjabat sebagai CEO atau sebagai Chairman dengan manajer profesional yang disewa. Anderson dan Reeb (2003) menunjukkan hasil bahwa perusahaan keluarga tampil lebih baik ketika pendiri adalah CEO perusahaan, tetapi tidak di bawah manajemen keturunan itu. Namun, penelitian di India oleh Johl, Jackling dan Joshi (2010) juga menunjukkan hasil yang signifikan ketika CEO adalah dari keluarga keturunan itu bukan dari pendiri. Pendiri/pemilik perusahaan keluarga yang memulai bisnis mereka dari nol pada umumnya menginginkan pendekatan yang kokoh dalam manajemen, dan mereka bahkan hadir untuk setiap detail pribadi, di mana pemegang saham utama masih berpegang pada kekuatan kontrol manajemen setelah perusahaan terdaftar di bursa saham, walaupun harus menyesuaikan dengan aturan dari regulator.

Molly, *et. al.*, (2010) mengungkapkan transfer dari pertama ke generasi kedua negatif mempengaruhi tingkat utang perusahaan, sedangkan di antara suksesi generasi berikutnya efek ini terbalik. Berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan, analisis menunjukkan bahwa pada generasi pertama tingkat pertumbuhan perusahaan menurun setelah transisi, sedangkan di perusahaan generasi berikutnya tidak berpengaruh pada tingkat pertumbuhan. Akhirnya, tidak ada bukti yang ditemukan bahwa profitabilitas perusahaan keluarga dipengaruhi oleh suksesi, yang menunjukkan bahwa transfer tidak harus selalu dilihat sebagai peristiwa negatif dalam siklus hidup dari sebuah bisnis keluarga. Argumen tersebut nampaknya diperkuat oleh Kellermanns *et.al.* (2008) bahwa tidak ditemukan hubungan signifikan usia CEO dengan perilaku enterpreneurial yang berkontribusi secara baik pada pertumbuhan lapangan kerja. Ada kemungkinan bahwa hal ini menjadi

sebuah temuan yang unik pada perusahaan keluarga. Meski perilaku kewirausahaan secara umum mungkin sangat terkait dengan usia, adalah mungkin bahwa tekanan di perusahaan keluarga dapat mengurangi efek seperti itu. Jadi apabila anggota perusahaan keluarga menjadi CEO di usia muda, ia mungkin tidak memiliki kekuatan untuk memberlakukan perilaku kewirausahaan yang berakibat juga kebutuhan untuk berdampingan dengan manajer profesional dari luar keluarga.

Selanjutnya, Bhattacharya dan Ravikumar (2001) mengembangkan model antar generasi dari model bisnis keluarga. Generasi yang lebih muda, dan hidup selama dua periode, mewarisi usaha kecil dengan hasil yang konstan atas skala teknologi. Output diproduksi menggunakan modal dan tenaga kerja dari lingkungan keluarga atau seorang manajer profesional. Ketika generasi pemegang kendali telah menjadi tua, ia membagi output antara konsumsi sendiri dan warisan kepada generasi berikutnya dan, jika agen dipekerjakan harus dialokasikan pembayaran upah. Keputusan penting yang dihadapi oleh generasi muda adalah apakah untuk mengoperasikan bisnis keluarga atau untuk menyewa seorang profesional. Jika generasi memutuskan untuk bekerja sendiri, ada ketidakpastian sehubungan dengan upaya dimasukkan ke dalam atau output yang diamati. Jika seorang profesional yang dipekerjakan sebagai manajer, ada ketidakpastian sehubungan dengan tingkat upaya profesionalisasi profesional dan juga ketidakpastian sehubungan dengan output yang dihasilkan. Namun demikian hasil analisis juga menunjukkan bahwa masalah bisnis dan kekhawatiran yang berkaitan dengan kemampuan CEO, kepercayaan diri, pengetahuan dan juga faktor eksternal seperti konflik keluarga, persaingan antarsaudara, kecemburuan, tetap menjadi tantangan besar bagi pemilik generasi menghambat kinerja bisnis dan menghambat pertumbuhan dan pembangunan.

Temuan Wilklund dan Shepherd (2003) yang isinya menyatakan bahwa tidak semua pengusaha memiliki tujuan untuk tumbuh, karena mereka dapat mengharapkan beberapa konsekuensi dari pertumbuhan menjadi negatif dan bertentangan dengan tujuan pribadi mereka. Oleh karena itu generasi berikutnya dihadapkan pada pengaruh berbagai faktor mulai dari lingkungan, orang, perusahaan dan industri.

### **Menekan Friksi /Konflik Kepentingan (Perbedaan)**

Untuk membuktikan bahwa manajer profesional akan memberikan keberhasilan transisi yang mengarah pada kinerja bisnis yang lebih baik, hubungan yang kuat di antara anggota keluarga dan mitra serta pengalaman suksesi positif adalah dua bahan penting, Sharma et al (2001) dan Morris *et al* (1997). Selanjutnya ditunjukkan bahwa perkembangan yang baik sesuai dengan rencana suksesi meningkatkan kemungkinan kerjasama antar pemangku kepentingan dalam bisnis, sehingga meningkatkan kemungkinan suksesi yang mulus dan efektif. Konsisten dengan Morris *et al* (1997), temuan menyimpulkan bahwa transisi terjadi lebih

lancar ketika ahli waris yang lebih siap, didorong oleh kepercayaan yang tinggi dan hubungan yang baik antara anggota keluarga dan teman-teman. Dalam lingkungan yang kondusif seperti itu, bisnis -perusahaan keluarga kelangsungannya dijamin.

Utama (2012) dapat menunjukkan bahwa praktek tata kelola perusahaan, kompetisi, dan ukuran memiliki pengaruh positif pada keterbukaan perusahaan dan pengungkapan perusahaan kepada publik. Ketika kepemilikan blockholder dibagi menjadi tiga kelompok: kepemilikan yang rendah (kurang dari atau sama 20 persen), kepemilikan media (antara 20,1 persen dan 50 persen, dan kepemilikan yang tinggi (lebih dari 50 persen), ditemukan bahwa perusahaan dengan kepemilikan blockholder menengah memiliki keterbukaan lebih rendah dibandingkan dengan tingkat pengungkapan kepemilikan yang rendah, sementara perusahaan dengan kepemilikan yang tinggi memiliki tingkat keterbukaan yang lebih tinggi.

Terkait dengan porsi kepemilikan yang pada akhirnya menjadi kekuatan kendali terhadap perusahaan keluarga, Carr and Bateman (2009), berhasil membuktikan bahwa perusahaan keluarga dapat mencapai kinerja belanja modal yang lebih tinggi/ rasio penjualan yang lebih menguntungkan, dalam jangka panjang. Kinerja meningkat disebabkan keluarga meningkatkan kepemilikan, walaupun kemudian menurun, pada akhirnya (meskipun tidak konsisten) hubungan kinerja positif pada tingkat kepemilikan keluarga yang tinggi.

Anderson dan Reeb (2003) menemukan bukti kuat bahwa struktur ekuitas kepemilikan berpengaruh secara signifikan terhadap konflik kepentingan antara pemegang saham dan pemegang obligasi. Karena insentif yang unik yang dihasilkan oleh komitmen jangka panjang bagi perusahaan, portofolio didiversifikasi, dan tekanan keluarga, keluarga pendiri muncul untuk mengurangi konflik keagenan antara ekuitas perusahaan dan pengadu utang dan dengan demikian mengurangi biaya pembiayaan utang. Lebih lanjut dikemukakan bahwa pemegang obligasi melihat kepemilikan keluarga pendiri sebagai struktur organisasi yang lebih baik melindungi kepentingan mereka.

Lee (2006) melalui kajiannya menjelaskan bahwa keluarga memang menghasilkan pengaruh positif pada kinerja perusahaan. Jika perusahaan non keluarga lain konstan, perusahaan keluarga cenderung tumbuh lebih cepat dan lebih menguntungkan. Perusahaan dapat melakukan lebih baik jika anggota keluarga pendiri berpartisipasi dalam manajemen. Meskipun pertumbuhan mereka lebih kuat, tidak ada bukti bahwa perusahaan keluarga kurang stabil daripada perusahaan lain dalam jangka panjang. Ia melanjutkan dengan bukti bahwa setelah resesi pada tahun 2001 di Taiwan, pemutusan hubungan kerja/PHK besar-besaran yang umum di kalangan perusahaan besar. Namun, perusahaan keluarga menanamkan lebih pada kontinuitas dan stabilitas dari waktu ke waktu terutama pada stabilitas kerja. Meskipun bukti empiris dalam mendukung



pengaruh yang masuk akal pada stabilitas jangka panjang adalah lemah, data melalui siklus bisnis terbaru menunjukkan bahwa selama penurunan pasar yang bersifat sementara, walaupun perusahaan keluarga mungkin menderita sebanyak perusahaan lain tetapi mereka lebih bijaksana dengan tidak melakukan pemutusan hubungan kerja pada karyawan.

### **Peran Manajer dari Luar Keluarga berpengaruh terhadap Pertumbuhan Perusahaan**

Studi empiris yang memberikan bukti, bahwa perusahaan yang dikelola oleh para manajer non keluarga berperforma lebih baik dibandingkan para pendiri dikemukakan oleh Lauterbach & Vaninsky (1999). Karyawan non-keluarga memainkan peran penting dalam perusahaan keluarga (Chrisman, Chua, & Sharma, 1998; Gallo, 1995; Ibrahim, Soufani, & Lam, 2001). Chittoor & Das (2007) menegaskan bahwa perusahaan dijalankan oleh manajer non keluarga memiliki dampak positif pada kinerja. Mengingat bahwa para manajer non keluarga memiliki pengetahuan tertentu yang berharga dalam mentoring masa depan generasi pemimpin atau dalam mengisi peran kepemimpinan (Lee et al, 2003.). Dalam perusahaan besar, eksekutif non-keluarga juga berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis (Chua, Chrisman & Sharma, 2003).

Menurut argumen dimana pengelolaan perusahaan harus mengedepankan profesionalitas maka perusahaan keluarga memerlukan keterampilan manajerial yang tinggi dan dengan menggunakan CEO non keluarga untuk membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Berbagai tipe keterlibatan anggota keluarga dalam bisnis keluarga, di Barat (Eropa dan Amerika Serikat) mengadopsi pendekatan yang longgar. Sebaliknya di Timur (Asia) keterlibatan dalam perusahaan relative ketat. setelah mereka mendapatkan pijakan perusahaan dan berjalan pada jalur yang benar, pemegang saham pengendali cenderung untuk menyewa manajer profesional untuk mengambil alih penuh operasional rutin perusahaan, sambil mundur ke posisi komisaris untuk menjalankan tugas penasihat dan mengawasi. Manajemen dengan mudah dapat mengalihkan sumber daya perusahaan untuk optimalisasi manfaat melalui kebijakan manajerial. Jika suatu perusahaan memerlukan pengeluaran diskresi yang besar dalam teknologi produksi, CEO perusahaan dapat melaksanakannya melalui beragam kebijakan manajerial, Chrisman, Chua, & Sharma (1998).

Navarro *et., al* (2011) menemukan bahwa kepemilikan saham oleh pemegang saham selain keluarga, tidak signifikan meningkatkan perusahaan keluarga. Struktur tata kelola perusahaan keluarga secara umum mengungguli perusahaan non keluarga bila ketepatan kombinasi semua pemegang saham terjadi, sementara berbagi jabatan CEO dan Ketua Dewan Komisaris oleh orang yang sama menurunkan

kinerja perusahaan keluarga.

Argumen lain menyarankan bahwa pilihan latar belakang CEO dipengaruhi oleh karakteristik operasi perusahaan kombinasi individu non keluarga dengan keluarga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Secara keseluruhan, kecenderungan menunjukkan bahwa identitas dan sifat dari pemegang saham besar dalam perusahaan keluarga bukan menjadi arus utama pertimbangan pilihan latar belakang asal CEO, tetapi itu tergantung pada cara perusahaan keluarga merancang struktur tata kelola perusahaan mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi dari dua keluarga atau/ dan individu sebagai pemegang saham besar mungkin menurunkan nilai bagi perusahaan jika salah satu keluarga mengontrol perusahaan dan terutama ketika CEO dan Ketua Dewan dibagi oleh anggota keluarga yang sama. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan manfaat kontrol pribadi dari keluarga yang mungkin mengendalikan, Gordini (2012).

Gordini (2012) menunjukkan hasil yang memiliki beberapa implikasi bagi pemilik bisnis keluarga. Hasil menunjukkan bahwa, lintas generasi, orang luar memiliki efek positif pada kinerja perusahaan. Mereka menambah nilai perusahaan melalui saran dan arbitrase, membawa sumber daya baru dan kemampuan ke perusahaan serta menghubungkan perusahaan dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu ia merekomendasikan di perusahaan dijalankan oleh generasi kedua atau berikutnya bahwa pemilik membangun keseimbangan yang seimbang antara orang dalam dan orang luar karena peran, penting namun berbeda, mereka bermain.

Menurut model TFP (*Total Factor Productivity*) digunakan sebagai ukuran terhadap kinerja perusahaan, studi yang dilakukan oleh Mannarino, *et al* (2011) membandingkan pengaruh manajemen perusahaan yang dijalankan oleh manajer profesional dengan perusahaan keluarga yang dijalankan oleh manajer dari keluarga. Analisis tersebut memungkinkan untuk menunjukkan fitur-fitur utama dari model tata kelola perusahaan dari perusahaan, sebagian besar adalah perusahaan keluarga yang dimiliki dan dijalankan keluarga yang tidak dijalankan oleh keluarga pemilik, lebih produktif, dan tenaga kerja mereka lebih terampil dari pada rekan-rekan mereka yang menjalankan perusahaan keluarga. Adapun hasil rata-rata, dari TFP mereka lebih tinggi baik secara keseluruhan dan untuk semua subkelompok perusahaan; status ekspor, kegiatan inovatif, ukuran dan wilayah teritorial, Mannarino, *et al* (2011)

### **Pentingnya Manajer Profesional :Alterenatif Pengelola Perusahaan**

Hasil pengkajian memberikan bukti negatif bahwa pemegang blok kepemilikan berperan terhadap kinerja pasar. Blok pemegang kepepemilikan terbesar lebih cenderung untuk berkubu. Mereka tidak mampu untuk meningkatkan kinerja, dan tidak selalu bertindak dalam kepentingan terbaik para investor luar.

Dari kepentingan lebih lanjut, menunjukkan terdapat hubungan asimetris antara kepemilikan keluarga dengan kinerja pasar, dimana terjadi penurunan pada tahap awal, kemudian meningkat dan akhirnya menurun pada tingkat kepemilikan keluarga yang lebih tinggi. Chahine (2007)

Tsao, *et. al.*, (2009) menawarkan temuan yang agak kontroversial dimana kinerja tinggi dan rendah dari perusahaan keluarga yang dikendalikan oleh non keluarga. Ia menawarkan konteks yang unik di mana untuk mempelajari peran moderator dengan model sistem kerja kinerja tinggi (HPWS/*high performance work system*) pada efek kepemilikan keluarga pendiri. Dalam contoh perusahaan publik yang berbasis di Taiwan pendiri-keluarga kepemilikan ditemukan tidak terkait dengan kinerja perusahaan. Namun, ketika tingkat HPWS menghadapi kepemilikan keluarga hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara kepemilikan keluarga pendiri dengan kinerja perusahaan secara signifikan negatif untuk perusahaan dengan tingkat HPWS yang lebih rendah, tetapi secara signifikan positif bagi perusahaan dengan tingkat HPWS yang lebih tinggi.

Salvato (2011) melaporkan pengkajian yang menawarkan jawaban pemisahan langsung bahwa perusahaan keluarga sebagian besar dikelola oleh manajer profesional, perusahaan keluarga lebih mungkin untuk memiliki pengalaman eksternal.

Selanjutnya apabila manajer dari keluarga memiliki orientasi yang tepat baik kepada pemilik maupun kepada kolega dan bawahannya maka akan sangat signifikan kontribusinya bagi kinerja perusahaan. Hal tersebut penting menjadi perhatian sebab sebuah bisnis diatur atau dikelola dengan maksud untuk membentuk dan mengejar visi bisnis oleh pemilik dan karyawan. Stewardship merupakan keyakinan bahwa pemimpin yang sangat bertanggung jawab kepada orang lain serta ke organisasi, termasuk terhadap generasi mendatang (Daft,2005). Selanjutnya menurut Young (2010) menjelaskan stewardship terdiri atas pemilik dan steward. Steward memiliki sikap yang kuat untuk bertindak atas nama semua kelompok stakeholder, bukan hanya atas nama pemegang saham atau diri mereka sendiri dan bertindak berdasarkan nilai-nilai yang selaras dengan organisasi. Teori tersebut bermanfaat bagi peneliti untuk memeriksa situasi di mana manajer sebagai pelayan termotivasi untuk bertindak dalam kepentingan terbaik bagi prinsipal. Davis *et al.*(1997) menawarkan anteseden karakteristik intrinsik seperti kolektivisme, kepercayaan, dan perilaku pro-organisasi, melalui argumen bahwa steward akan termotivasi oleh kebutuhan yang lebih tinggi, memiliki identifikasi yang kuat dengan organisasi mereka, *self-efficacy* yang tinggi, dan memiliki daya tingkat tinggi dalam berhubungan dengan rekan-rekan, atasan dan bawahan. Teori stewardship menggambarkan orang sebagai kolektivis, pro-organisasi, dan dapat dipercaya. Secara khusus, seorang penganjur teori keagenan akan berpendapat bahwa perbedaan antara prinsipal dan agen akan

mengakibatkan kerugian bagi prinsipal karena perilaku oportunistik agen jika tidak diimbangi dengan mekanisme yang sistematis.

Dekker dan Lybaert (2010) telah memberikan perspektif baru dalam menganalisis orientasi manajer dari keluarga dalam perusahaan keluarga. Sebelumnya tipologi terutama berkonsentrasi pada bagaimana perusahaan keluarga sebagai entitas statis; representasi keluarga dalam kepemilikan atau manajemen. Tawaran melalui kerangka dinamis yang berkonsentrasi pada bagaimana perusahaan keluarga beroperasi melalui kerangka kerja yang terdiri dari dua kontinum, yaitu profesionalisasi dan formalisasi, dimana keduanya dibedakan empat jenis baru dari perusahaan keluarga. Berdasarkan fitur yang menggambarkan setiap jenis yaitu (1) label otokrasi, (2) konfigurasi domestik, (3) *clench hybrid* dan (3) administrasi hibrid. Perusahaan keluarga memiliki kemampuan untuk beralih antara jenis ini, untuk mengurangi perilaku oportunistik manajer dan menghilangkan masalah principal-agent melalui berbagai jenis skema insentif canggih atau dengan menerapkan sistem manajemen kinerja, dikembangkan dan disempurnakan oleh organisasi. Perusahaan keluarga memiliki keunikan terkait dengan dinamika interaksi mereka yaitu kepemilikan, bisnis dan keluarga. Analoginya seperti sarang laba-laba dimana tiga komponen saling terkait dan terus-menerus saling mempengaruhi. Gersick *et al.* (1997) menambahkan bahwa selain hal tersebut diatas, perusahaan keluarga memiliki struktur, strategi dan operasi yang berbeda dari perusahaan-perusahaan non - keluarga

Yu et al (2011) mempromosikan pengembangan teori dalam pengkajian bisnis keluarga, dengan mengkategorikan variabel melalui pengembangan taksonomi numerik dengan tujuh kluster yaitu: 1) kinerja, 2) strategi, 3) dampak sosial dan ekonomi, 4) tata kelola, 5) suksesi, 6) peran keluarga, dan 7) dinamika keluarga. Dibuktikan bahwa peran bisnis keluarga, suksesi, dan dinamika keluarga menjadi ranah bisnis keluarga yang unik dan kinerja nonekonomi

## Penutup

Kelahiran sebuah perusahaan tentu berharap untuk memiliki usia yang panjang dan pasti ingin meraih kemajuan, keberhasilan dan perkembangan baik melalui intensifikasi usaha maupun diversifikasi usaha. Sesuai dengan konsep ILC (*Industry Life Cycle*) atau daur hidup perusahaan bahwa setiap perusahaan pasti melalui siklus yaitu 1) *introduction* atau perkenalan yaitu menunjukkan eksistensi kepada masyarakat melalui aktifitas bisnis dengan menghasilkan *good and services* dalam memenuhi kebutuhan konsumen 2) *growth* atau pertumbuhan dalam arti perusahaan tersebut melalui tata kelola perusahaan yang baik akan berkembang dan tumbuh menguasai pangsa pasar, memiliki kemampuan bersaing dengan kompetitor. 3) *maturity* atau kematangan/kedewasaan artinya perusahaan telah mencapai tahap kekuatan dalam berusaha baik melalui kekuatan bisnis berbasis

intensifikasi maupun diversifikasi usaha bahkan mencapai tahap konglomerasi usaha. 4) *saturation* atau penurunan yaitu perusahaan mengalami penurunan pangsa pasar sehingga berpengaruh pada perolehan laba perusahaan, pada tahap ini perusahaan harus mengadakan evaluasi dan mencari jalan keluarnya. Jika keadaan tidak dapat diselamatkan bisa menuju tahap *decline*. Perusahaan tentu berusaha sekuat tenaga untuk mempertahankan tahap *maturity* tersebut. Untuk mengembangkan perusahaan pada tahap ini pemilik perusahaan bisa mengangkat manajer profesional untuk menjalankan unit usaha strategis diluar *core business* utamanya yang dikembangkan karena menangkap peluang bisnis yang *marketable* sehingga untuk keberhasilannya harus diserahkan pada manajer profesional.

## Kesimpulan

Dari pembahasan sebagaimana disebutkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa peran manajer profesional pada perusahaan keluarga berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Point-point yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- a) Keberadaan perusahaan berawal dari skala kecil yang biasanya didirikan sebagai usaha pribadi/keluarga, namun dalam perkembangannya dapat menjadi perusahaan berskala besar baik melalui kegiatan intensifikasi usaha maupun diversifikasi usaha sampai pada pencapaian konglomerasi usaha.
- b) Dalam keberadaan perusahaan disebut sebagai principal/pemilik dan dilain pihak ada yang disebut agent/mandatory atau manajer profesional yang dapat diajak kerjasama dalam memimpin perusahaan sekiranya dari pihak principal tidak memiliki keahlian untuk menjalankan usaha tersebut.
- c) Ketika keterlibatan keluarga berkurang, dan semakin banyak manajer dari luar keluarga mulai memasuki bisnis keluarga maka perusahaan keluarga tersebut akan mengacu pada proses profesionalisasi. Namun untuk membangun proses profesionalisasi memerlukan lebih dari sekedar mempekerjakan manajer dari luar keluarga, lebih dari itu dibutuhkan manajer profesional untuk mengoptimalkan kinerja manajerial sehingga perusahaan tetap bisa berkembang dan maju.
- d) Perusahaan pada tahap berkembang pemilik perusahaan harus mulai mempersiapkan Sikap positif manajer dari keluarga menjadi faktor penting untuk diperhatikan sebagai pendorong dari keluarga untuk bertanggung jawab kepada organisasi, termasuk terhadap generasi mendatang.
- e) Manajer harus memiliki sikap yang kuat untuk bertindak atas nama semua kelompok stakeholder, bukan hanya atas nama pemegang saham atau diri mereka sendiri dan bertindak berdasarkan nilai-nilai yang selaras dengan organisasi.

- f) Ketika keterlibatan keluarga berkurang, dan semakin banyak manajer dari keluarga mulai memasuki bisnis keluarga maka perusahaan keluarga tersebut akan mengacu pada proses profesionalisasi. Namun untuk membangun proses profesionalisasi memerlukan lebih dari sekedar mempekerjakan manajer keluarga, lebih dari itu dibutuhkan manajer profesional untuk mengoptimalkan kinerja manajerial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, Ronald C. and Reeb, David M. "Founding-Family Ownership and Firm Performance." In Craig E. Aronoff, Joseph H. Astrachan, and John L. Ward, *Family Business Sourcebook II*, Marietta, GA: Business Owner Resources, 1996.
- Barber, Brad M. and Lyon, John D. "Detecting Abnormal Operating Performance: The Empirical Power and Specification of Test Statistics." *Journal of Financial Economics*, 1996, 41 (3), pp. 359-99.
- Bhattacharya, Utpal and Ravikumar, B. "From Cronies to Professionals: The Evolution of Family Firms." In Klein E., ed., *Capital Formation, Governance and Banking*. Hauppauge: Nova Science Publishers, 2005.
- Burkart, et.al (2002) *Founding Family Ownership and Innovation*, The authors acknowledge financial support provided by National Central University and National University of Singapore, respectively.
- Dorfman, P.W. and House, R.J. (2004) *Cultural Influences on Organizational Leadership: Literature Review, Theoretical Rationale, and GLOBE Project Goals*,
- Hadi, Nor & Chadhiq, Umar, 2008, "Tawaran Extent of Disclosure Terhadap Penciptaan Pareto Optimal pada Agency Problem", *Jurnal Among Makarti, STIE AMA Salatiga*.
- Favero, 2006. *Understanding Depression: A Transcultural Approach*
- Kuncoro, Mudrajad, 2006, *Strategi, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?*, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Morck, Randall, Shleifer, Andrei, and Vishny, Robert W. "Characteristics of Hostile and Friendly Takeover Targets." In Alan J. Auerbach, ed., *Corporate Takeovers: Causes and Consequences*. Chicago: National Bureau of Economic Research and The University of Chicago Press, 1988a, pp. 101-29.
- Performance: Evidence from the S&P 500." *Journal of Finance*, 2003, 58 (3), pp. 1301-28.
- Peter F Drucker 1977. *People and Performance: The Best of Peter Drucker on Management* (New York: Harper's College Press)
- Rosen Stanley, 1987. *Hermeneutics as politics*, oxford university Press
- Shu-Shing Lee, 2007. *Creative information seeking: Part II: empirical verification*. *Aslib Proceedings* 59(3): 205-221

- Smith, Brian F. and Amoako-Adu, Ben. "Management Succession and Financial Performance of Family Controlled Firms." *Journal of Corporate Finance*, 1999, 5 (4), pp. 341-68.
- Steven Walter Salvato, 2011 *Publisher Comparative Analysis of a Nontraditional General Chemistry Textbook and Selected Traditional Textbooks Used in Texas Community Colleges*.
- Sutedi, Adrian, 2011, *Good Corporate Governance*, Jakarta, Penerbit Sinar Grafika.

# STUDI INTERPRETATIF NILAI-NILAI ISLAM DALAM PENGUNGKAPAN LAPORAN TAHUNAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

**Atieq Amjadallah Alfie**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang

## **ABSTRACT**

*Disclosure of Islamic values in the annual report the information content of Islamic financial institutions is one of the instruments to verify whether the Islamic financial institutions are already running the provisions of Islamic law in their operations. It can be done by analyzing whether the disclosure of the annual report disclosure form required mandatory or voluntary.*

*Formulation of the problem in this study: first, is Islamic financial institutions have expressed the values of Islam in the annual report? Secondly, how to group any information disclosed in the annual report Islamic financial institutions? and third, is the information disclosed in the financial statements of Islamic financial institutions are in accordance with Islamic standards under GAAP 101-111?*

*This study use content analysis to explore and interpretate Islamic values in the content of annual reports Islamic financial institutions in Indonesia, namely PT. Bank Syariah Mandiri (BSM), and PT. Bank Rakyat Indonesia Sharia (BRISyariah). The selection of those financial institutions was do because those institutions operate as commercial banks with sharia system. The results of the annual report of PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) and PT. Bank Rakyat Indonesia (BRISyariah) showed that they already disclose the value of Islam based on Qur'an and sunna. Their presentation and reporting of the financial statements are also in accordance with Statement of Financial Accounting Standards (SFAS) No. 101.*

*Keywords : Disclosure, islamic value, annual report*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pengungkapan laporan tahunan sangat bermanfaat bagi pemakai laporan keuangan baik pihak internal maupun eksternal sebagai salah satu sarana untuk mengambil keputusan ekonomi. Sehingga nilai informasi yang relevan dan reliable yang terkandung di dalam pengungkapan (*disclosure*) laporan tahunan lembaga keuangan syariah menjadi faktor penting, karena pengungkapan yang detail akan memberikan gambaran kinerja dan operasionalisasi lembaga keuangan syariah yang sesungguhnya.



Pengungkapan ini akan menimbulkan kepercayaan dari pihak *stakeholders* akan kinerja manajemen dan kapabilitas perusahaan (Sidarta dan Juniarti, 2003), seperti investor dalam mengestimasi resiko kegagalan terhadap dana yang diinvestasikan kepada perusahaan. Begitu juga, apabila lembaga keuangan syariah telah mengungkapkan nilai-nilai Islam di dalam laporan tahunannya maka akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap penerapan syariah di dalam aktivitas dan operasional lembaga keuangan syariah.

Penelitian yang mengeksplorasi nilai-nilai Islam di dalam pengungkapan laporan tahunan pernah dilakukan oleh Harahap (2003) yang meneliti tentang pengungkapan laporan tahunan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk (PT. BMI, Tbk), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. BMI, Tbk masih menggunakan standar akuntansi kapitalis dalam mengungkapkan posisi keuangan dan hasil operasional kepada *stakeholders*.

Syafei (2004) melakukan penelitian tentang pengungkapan laporan tahunan perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia. Hasilnya, berkaitan produk dan operasi perbankan yang dilakukan telah sesuai tujuan syariah (*maqasid syari'ah*), tetapi ketika berkaitan dengan laporan keuangan tahunan yang diungkapkan, baik bank-bank di Malaysia maupun Indonesia tidak murni melaksanakan sistem akuntansi yang sesuai syariah.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan keterangan diatas dapat dirumuskan permasalahan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Apakah lembaga keuangan syariah sudah mengungkapkan nilai-nilai Islam di dalam laporan tahunan ?
- 2) Pengelompokan informasi apa saja yang diungkapkan di dalam laporan tahunan lembaga keuangan syariah ?
- 3) Apakah informasi yang diungkapkan di dalam laporan keuangan lembaga keuangan syariah sudah sesuai dengan standar syariah berdasarkan PSAK syariah ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Menentukan laporan tahunan lembaga keuangan syariah telah mencerminkan nilai-nilai Islam.
- 2) Mengevaluasi keberadaan komponen informasi yang diungkapkan di dalam laporan tahunan lembaga keuangan syariah dalam rangka penerapan nilai-nilai Islam.
- 3) Menentukan penyajian informasi laporan keuangan di dalam laporan tahunan lembaga keuangan syariah telah sesuai dengan PSAK syariah.

## TELAAH PUSTAKA

### Teori Institusi (*Institutions Theory*)

Teori institusi memberikan pandangan yang kaya dan kompleks terhadap institusi. Teori ini menggambarkan keberadaan dan kekuatan yang mendasari aturan, kepercayaan, nilai dan norma. teori institusi juga digunakan untuk menjelaskan bagaimana struktur institusi dan perilaku individu yang dibentuk oleh budaya, politik dan sosial disekitar institusi tersebut (Fogarty, 1996).

Pandangan ini serupa dengan ide Zucker (1987), yang percaya bahwa institusi dipengaruhi oleh tekanan normatif yang timbul dari sumber eksternal dan internal. Menurut pandangan tersebut, struktur institusi dapat dilihat sebagai refleksi dari aturan institusi yang dirasionalisasikan (Meyer dan Rowan, 1977), atau sebagai pengetahuan bersama dari sistem kepercayaan (Scott 1995).

Dalam kerangka teori institusi ada dua prinsip yang harus dipahami yaitu pertama, teori institusi pada dasarnya dibangun secara sosial. Hal ini berarti bahwa lingkungan institusi dapat dibentuk melalui perilaku dan aktivitas individu yang terdapat di dalam lingkungan tersebut. Cara berpikir dan perilaku individu dapat digunakan untuk membentuk tindakan yang diprogram dan menghasilkan tanggapan umum terhadap situasi (Mead, 1934 didalam Berger dan Luckman, 1990).

Kedua, teori institusi memandang institusi sebagai sistem yang terbuka. Hal ini berarti bahwa lingkungan internal dan eksternal berperan aktif di dalam institusi untuk membentuk struktur dan aktivitas institusi (Scott, 1987). Lingkungan merupakan variabel eksternal yang berpengaruh terhadap institusi. Sedangkan institusi merupakan bentuk khusus dari ekspresi manusia yang terorganisir dengan memiliki struktur sebagai simbol dan makna dari pola hubungan manusia melalui proses interaksi yang berkelanjutan secara terus-menerus (Smircich, 1983).

### Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Chen (2006) menyatakan bahwa teori kepatuhan dalam literatur ilmu perilaku, psikologi, dan sosiologi menekankan pada pendorong internal perilaku manusia dan faktor-faktor penentu secara sosial dalam suatu analisis normatif perilaku patuh (Pardede, 2009). Teori yang menjelaskan kepatuhan adalah teori *compliance* dan teori *obedience*.

*Compliance* menurut Green dan Kreuters (2005) adalah perubahan-perubahan dalam perilaku karena permintaan langsung (*changes in behavior that are elicited by direct request*). Sedangkan *obedience* adalah suatu tindakan yang merespon permintaan otoritas tertentu (*an act in response to a request from authority*).

Tuntutan akan kepatuhan terhadap pelaksanaan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan unit usaha syariah di Indonesia telah diatur dalam surat edaran Bank Indonesia No. 7/56/DPbS tahun 2005 tentang laporan tahunan, laporan

keuangan publikasi triwulan dan bulanan serta laporan tertentu dari bank yang disampaikan kepada Bank Indonesia. Peraturan-peraturan tersebut secara hukum mengisyaratkan adanya kepatuhan setiap perilaku individu maupun organisasi (lembaga keuangan syariah) untuk menyampaikan laporan keuangan tahunan perusahaan secara tepat sesuai dengan prinsip syariah dan transparansi dengan kondisi keuangan lembaga keuangan syariah.

### **Nilai – Nilai Islam**

Menurut Harahap (2003) nilai-nilai Islam yang perlu diungkapkan di dalam kandungan informasi laporan tahunan lembaga keuangan syariah yaitu :

- 1) Informasi dasar tentang bank syariah.
- 2) Pembatasan pengawasan yang luar biasa
- 3) Pendapatan dan pengeluaran yang dilarang syariah
- 4) Metode yang digunakan oleh bank syariah untuk mengalokasikan keuntungan dan kerugian didalam investasi antara pemegang rekening investasi yang tidak terikat atau yang setara dan bank syariah sebagai *mudharib* atau sebagai investor.
- 5) Laporan perubahan dana investasi terikat
- 6) Pernyataan sumber dan penggunaan dana dalam zakat dan amal
- 7) Pernyataan sumber dan penggunaan dana *qardhul hasan*

Badroen (2006) menyatakan bahwa nilai-nilai Islam yang menjadi landasan filosofi perbankan syariah meliputi tiga prinsip utama yaitu :

- a) Kejujuran (*Honesty, As- Shidq*)
- b) Kesetaraan (*Faithful, Al Musawah*)
- c) Keadilan dan Kebenaran (*Justice and Equity, Al-Adil*)
  - 1) *'Adala* (Keadilan)
  - 2) *Ihsan* (Kebajikan)

Selain itu, persyaratan yang harus dipenuhi di dalam transaksi lembaga keuangan syariah, yaitu :

1. *'an taradlin*, sikap saling ridho antara penjual dan pembeli.
2. *Halalan thoyyibah*, objek yang diperjualbelikan adalah barang yang baik dan halal.
3. *Wa harrama Riba*, transaksi tidak mengandung unsur riba / bunga (*adh'afan mudho'afa*)
4. *La Gharar*, transaksi tidak mengandung unsur penipuan
5. *La dzalama*, transaksi tidak mengandung unsur kezaliman

### **Kandungan Informasi (*Information content*)**

Informasi merupakan fungsi penting untuk membantu mengurangi rasa cemas seseorang. Menurut Notoatmodjo (2008) bahwa semakin banyak informasi dapat

mempengaruhi atau menambah pengetahuan seseorang dan dengan pengetahuan menimbulkan kesadaran yang akhirnya seseorang akan berperilaku sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya.

Sedangkan kandungan informasi (*information content*) di dalam laporan tahunan merupakan isi/kandungan dari data laporan yang berkaitan dengan perusahaan/lembaga keuangan/perbankan yang digunakan bersama didalam pengungkapan dan laporan keuangan lainnya untuk membantu investor, karyawan, kreditur, dan pihak-pihak lain dalam hal menilai (Nurhadi, 2010) :

- a) Kemampuan organisasi untuk memberikan jasa secara berkelanjutan; dan
- b) Likuiditas, fleksibilitas keuangan, kemampuan untuk memenuhi kewajibannya, dan kebutuhan pendanaan eksternal.

### **Pengungkapan (*Disclosure*)**

Menurut Chariri dan Ghozali (2003), pengungkapan (*disclosure*) dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu :

- 1) Pengungkapan Wajib (*mandatory disclosure*)

Pengungkapan wajib merupakan pengungkapan tentang informasi yang diharuskan oleh peraturan yang telah ditetapkan oleh badan otoriter.

- 2) Pengungkapan Sukarela (*voluntary disclosure*)

Pengungkapan sukarela merupakan informasi yang tidak diwajibkan oleh suatu peraturan yang berlaku, tetapi diungkapkan oleh entitas karena dianggap relevan dengan kebutuhan pemakai.

Sedangkan untuk luas pengungkapan laporan keuangan, menurut Chariri dan Ghozali (2003) terdapat tiga konsep, di bawah ini.

- 1) Pengungkapan yang cukup (*adequate disclosure*)

Pengungkapan yang cukup, mencakup pengungkapan minimal yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.

- 2) Pengungkapan yang wajar (*fair disclosure*)

Pengungkapan secara wajar menunjukkan tujuan etis agar dapat memberikan perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan.

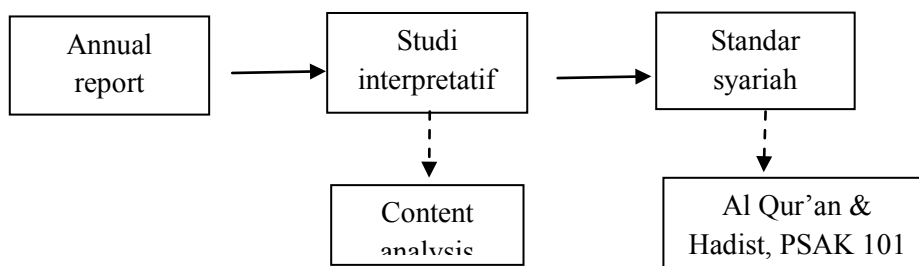
- 3) Pengungkapan yang lengkap (*full disclosure*)

Agar dapat diandalkan, informasi dalam laporan keuangan harus lengkap dalam batasan materialitas dan biaya. Pengungkapan yang lengkap menyangkut kelengkapan penyajian informasi yang diungkapkan secara relevan. Pengungkapan yang lengkap memiliki kesan penyajian informasi secara melimpah sehingga beberapa pihak menganggapnya tidak baik (Na'im dan Rakhman, 2000). Terlalu banyak informasi akan membahayakan, karena penyajian rinci dan yang tidak penting justru mengaburkan informasi yang signifikan membuat laporan sulit ditafsirkan (Hendriksen dan Vanbreda, 2002).

## Kerangka Pemikiran Teoritis

Secara sistematis, kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Laporan tahunan (*annual reports*) yang diterbitkan oleh lembaga keuangan/perbankan syariah mulai tahun 2007 – 2009 mengungkapkan laporan keuangan dan laporan manajemen baik yang bersifat wajib (*mandatory*) maupun sukarela (*voluntary*). Selanjutnya pengungkapan laporan tahunan tersebut dieksplorasi tentang kandungan/isi informasi (*information content*) dengan analisis isi (*content analysis*) berpedoman dengan standar syariah yang berlaku (PSAK no. 101-108 dan *ilmu fiqh muamalah al qur'an dan hadist*). Setelah dieksplorasi dan dianalisis akan diketahui hasil tentang penerapan dan pelaksanaan syariah di dalam operasi lembaga keuangan Islam atau perbankan syariah.

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Salah satu desain penelitian ini adalah dengan pendekatan interpretatif yaitu dengan metode analisis isi (*content analysis*) laporan tahunan lembaga keuangan syariah dengan model *semiotics*. Sedangkan *Content analysis* sendiri dilakukan dengan cara (Bozzolan, didalam Solikhah, 2010) :

1. Memilih *framework* yang digunakan untuk mengklasifikasikan informasi.

Hal ini dilakukan dengan mengklasifikasikan kandungan informasi di dalam pengungkapan laporan tahunan lembaga keuangan syariah dalam beberapa kelompok, seperti pengungkapan wajib (*mandatory*), pengungkapan sukarela (*voluntary*).

2. Menentukan unit pencatatan

Cara yang digunakan di dalam hal pencatatan ini dengan membaca laporan tahunan setiap lembaga keuangan syariah sebagai sampelnya dicatat setiap kandungan informasi yang mengandung nilai-nilai Islam.

## Setting Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi nilai-nilai Islam di dalam kandungan informasi atas pengungkapan laporan tahunan lembaga keuangan syariah di Indonesia, yakni di PT. Bank Syariah Mandiri (BSM), dan BRI syariah. Alasan pemilihan lembaga keuangan tersebut sebagai obyek penelitian ini, dikarenakan kedua lembaga keuangan syariah tersebut bermula sebagai bank konvensional dengan sistem bunga namun pada akhirnya membuka layanan baru sebagai bank syariah umum dengan sistem bagi hasil.

## Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui data sekunder, yaitu data yang berasal dari bahan pustaka, yang meliputi dokumen-dokumen tertulis, yang bersumber dari PSAK syariah (101 – 108), maupun Al Qur'an, Hadist, Ijma dan Qiyas para Ulama, hasil-hasil penelitian, artikel-artikel ilmiah, buku-buku (literatur). Selain itu juga, data diperoleh dari pojok BEI Undip dan internet ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) yang berupa laporan tahunan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) 2007 – 2009 dan Bank Rakyat Indonesia syariah (BRIsyariah) tahun 2010.

Laporan tahunan ini dijadikan sebagai data penelitian karena laporan tersebut terdapat berbagai sumber informasi baik laporan keuangan maupun laporan manajemen yang dilaporkan oleh perusahaan setiap akhir periode. Selain itu, laporan tahunan dijadikan sumber informasi bagi para pemakai laporan keuangan untuk mengambil keputusan ekonomi.

## Reliabilitas dan Validitas Data

*Reliabilitas* dan *validitas* data di dalam penelitian ini menggunakan *triangulasi*, yaitu memandang satu obyek yang sama dari tiga sudut yang berbeda, untuk mendapatkan konsistensi dan komprehensi pemahaman atas obyek tersebut. (Creswell dan Miller (2000) di dalam Chariri (2009)) :

1. Menggunakan sumber data, yaitu data laporan tahunan lembaga keuangan syariah tahun 2007-2009 (Mandiri syariah dan BRI syariah).
2. Metode dan investigator agar informasi yang disajikan konsisten.

Hal ini metode yang digunakan adalah metode *observasi*/pengamatan terhadap laporan tahunan lembaga keuangan syariah dan menganalisis laporan tahunan tersebut dengan alat analisis, yakni *content analysis*.

Selain itu, *triangulasi* di dalam penelitian ini juga dilakukan *audit trail*, yaitu dengan cara mengkonsultasikan hasil temuan penelitian dengan pihak eksternal untuk menilai kredibilitas metode pengumpulan data, temuan, dan interpretasi yang dibuat.

## Analisis data

Setelah data diperoleh dan dikumpulkan, langkah selanjutnya di dalam penelitian ini adalah melakukan eksplorasi interpretatif terhadap laporan tahunan lembaga keuangan syariah (BSM dan BRIsyariah) dengan cara menelaah dan membaca secara teratur dan sistematis. Menurut Newmen (2003) di dalam menganalisa studi *interpretif* ini ada beberapa tahapan yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut :

1. *Narrative*

Menceritakan secara detail tentang kandungan informasi atas pengungkapan laporan tahunan lembaga keuangan syariah.

2. *Domain analysis*

Pada tahapan ini menunjukkan istilah-istilah asli (nilai-nilai Islam) yang menunjukkan ciri khas lembaga keuangan syariah.

3. *Analytical Comparison*

Mengidentifikasi berbagai karakter dan temuan kunci (nilai-nilai Islam) yang diperoleh di dalam kandungan informasi atas pengungkapan laporan tahunan lembaga keuangan syariah, kemudian membandingkan persamaan dan perbedaan karakter tersebut untuk menentukan mana yang sesuai dengan temuan kunci (nilai-nilai Islam).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### Pengungkapan Nilai – Nilai Islam di dalam Laporan Manajemen

Pengungkapan nilai – nilai Islam pada visi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) tercermin pada kata terpercaya (bahasa di dalam al qur'an dan hadist nabi *amanah*, artinya dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan). Begitu juga visi BRIsyariah sudah mengungkapkan nilai – nilai Islam yakni hidup lebih bermakna artinya hidup yang bermanfaat. Hal ini sesuai dengan hadist nabi bahwa “*sebaik – baik manusia adalah orang yang bermanfaat bagi orang lain*”.

Adapun misi kedua bank syariah tersebut sudah mengungkapkan nilai – nilai Islam, hal ini tercermin pada pengembangan nilai – nilai syariah secara universal dan penerapan prinsip – prinsip syariah, hal ini menunjukkan bahwa BSM menjalankan syariah Islam secara *kaffah* atau sempurna, artinya tidak hanya muamalahnya saja yang dijalankan namun ubudiyahnya kepada Tuhan juga dipertanggungjawabkan.

Selain visi misi tersebut kedua bank syariah tersebut juga mengungkapkan nilai – nilai Islam yang diungkapkan di dalam nilai-nilai perusahaan (*shared values*) bagi BSM yakni :

1. *Excellent*,

Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan

berkesinambungan, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT :

“ kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”(al Imron : 110).

Ayat di atas menjadi bagian dari landasan normatif *excellence* bagi insan Bank untuk memastikan bahwa setiap pikiran dan tindakan harus mengarah pada *amar ma’ruf nahi munkar* dan berbuat kebaikan (pelayanan yang baik) bagi orang lain (pelanggan). Hal ini dapat dilihat di laporan tahunan BSM tahun 2009 halaman 2.

### 2. *Teamwork*,

Laporan tahunan BSM tahun 2009 halaman 2, *Teamwork* merupakan upaya untuk mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi, dalam hal ini nilai-nilai Islam dikembangkan, yakni kerja saling sinergi, dimana al qur’an mengajarkan di dalam surat al maidah ayat 5 :

“Dan saling tolong-menolonglah kalian dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan kalian saling tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Q.S. Al Maidah : 2)

### 3. *Humanity*,

*Humanity* merupakan upaya untuk menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius (laporan tahunan 2009 halaman 2). Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan nilai-nilai religius dalam konteks bekerja adalah upaya mewujudkan keseimbangan kerja dan ibadah, membina hubungan vertikal (*Hablun min Allahu*), hubungan horizontal (*Hablun min Al Naas*), serta hubungan dengan sesama makhluk Allah. Nilai-nilai Islam yang terkandung dalam *humanity* ini sesuai dengan firman Allah SWT, yaitu :

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”. (Q.S Al Baqarah (2) : 177).

Ayat di atas secara jelas menerangkan kebajikan yang dalam penerapannya berlaku secara universal (yaitu: memberikan harta yang dicintainya kepada



kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya). Pesan Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi seluruh alam sangatlah kuat dan menjadi sangat jelas bahwa Islam mengajarkan kita untuk memiliki kepedulian sosial dan lingkungan yang sangat tinggi, di dalam hadist Nabi yang diriwayatkan Sahl Ibn Sa'ad al Saa'idi r.a berkata: Rasulullah SAW telah bersabda: *'Orang beriman menyayangi dan disayangi. Dan tidak ada kebaikan sedikitpun untuk orang yang tidak menyayangi dan tidak disayangi.'* (H.R. Imam Ahmad). Hadist lain mengatakan bahwa *"Seorang muslim adalah saudara muslim lainnya yang tidak menzhalmi, tidak menghinakan, dan tidak mencemooh satu sama lain."* (H.R. Imam Muslim).

#### 4. Integrity

*Integrity* merupakan upaya untuk menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji. Hal ini tercermin di laporan tahunan BSM 2009 halaman 2 sebagaimana dengan firman Allah SWT di dalam al Qur'an surat *al Maidah* ayat 8, yaitu :

"Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan".

Menurut hadist Nabi yang diriwayatkan Abdullah Ibn Masud berkata: telah bersabda Rasulullah SAW: *"Berlakulah jujur, karena sesungguhnya kejujuran itu menunjukkan kepada kebajikan, dan kebajikan itu menunjukkan kepada surga, dan tidaklah seseorang itu berlaku jujur dan membiasakannya dalam hidupnya kecuali ditulis di sisi Allah sebagai orang yang selalu jujur. Dan janganlah kalian berperilaku dusta, karena dusta menunjukkan kepada keburukan, dan keburukan itu menunjukkan kepada api neraka, dan tidaklah seseorang itu berdusta dan membiasakannya dalam hidupnya, kecuali ditulis di sisi Allah sebagai tukang dusta."* (H.R. *Muttafaq 'alaihi*).

#### 5. Customer focus

Laporan tahunan BSM tahun 2009 halaman 2, *Customer Focus* merupakan upaya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan. *Customer Focus* ini telah mengungkapkan nilai-nilai Islam yang terkandung di dalam al qur'an surat *al isro'* ayat 7, yaitu :

"Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri....

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan tidak berakhir saat pelanggan puas, tetapi juga harus berorientasi pada upaya menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Hadist Nabi: dari Abu Hurairah r.a berkata: Rasulullah SAW telah bersabda: *"Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir maka hendaknya untuk berkata yang baik-baik atau diam, dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir hendaknya menghormati tetangga dan tamunya."* (H.R. Imam Bukhari dan Muslim).

Sedangkan nilai-nilai perusahaan (*7 core values*) bagi BRISyariah (laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 13), yaitu :

1. Tawakkal,

BRISyariah melakukan aktivitasnya selalu optimis yang diawali dengan doa yang sungguh-sungguh, dimanifestasikan dengan upaya yang sungguh-sungguh dan diakhiri dengan keikhlasan atas hasil yang dicapai. Pengungkapan sikap ini tercermin di dalam laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 43, yaitu " Sambutan hangat akan keberadaan PT. Bank BRISyariah dan produk-produk unggulan merupakan picu utama kami untuk semakin optimis dalam memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia di tahun-tahun mendatang".

2. Integritas,

Etika kerja BRISyariah diterapkan dengan menyesuaikan antara kata dan perbuatan, nilai-nilai Islam, kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga dapat dipercaya dan senantiasa memegang teguh etika profesi dan bisnis, meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukannya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT di dalam al Qur'an surat *al Maidah* ayat 8, yaitu :

*"Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan"*.

Pengungkapan integritas ini tercermin di dalam laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 72, yaitu "Selama tahun 2010, Dewan Komisaris telah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik sebagaimana yang telah ditetapkan dalam Anggaran Dasar dengan merujuk kepada Undang- undang Perseroan Terbatas dan Undang-undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dan Peraturan Bank Indonesia".

3. Antusias

Semangat dan dorongan yang dilakukan BRISyariah adalah untuk berperan aktif dan mendalam pada setiap aktivitas kerja. Pengungkapan sikap antusias BRISyariah tercermin di dalam laporan tahunannya tahun 2010 halaman 42,

“Semakin kuat menembus pasar dimana emas menjadi sebuah asosiasi brand PT. Bank BRISyariah.

#### 4. Profesional

Kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan standar teknis dan etika yang telah ditentukan. Pengungkapan sikap profesional ini tercermin di dalam laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 43, yaitu “berbekal dengan semangat nilai budaya kerja yang menjadi etos utama, kami (BRISyariah) berkarya dengan menciptakan produk-produk unggulan yang dapat menjawab kebutuhan nasabah PT. Bank BRISyariah di mana saja mereka berada”.

#### 5. Kepuasan pelanggan

Memiliki kesadaran sikap serta tindakan yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan eksternal dan internal di lingkungan perusahaan. Pengungkapan kepuasan pelanggan ini tercermin di dalam laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 43, yaitu “tabungan BRISyariah iB merupakan produk unggulan di mana di setiap kegiatan komunikasi yang kami lakukan, kami menjunjung tema: hujan emas tabungan BRISyariah iB. Emas menjadi sebuah asosiasi brand PT. Bank BRISyariah. Semua elemen emas merupakan simbol dari komunikasi promosi dan pencitraan. Emaslah yang kami canangkan sebagai sebuah nilai yang dapat kami berikan kepada semua nasabah PT. Bank BRISyariah karena mempunyai nilai investasi dan nilai lindung nilai”.

#### 6. Berorientasi bisnis

BRISyariah tanggap terhadap perubahan dan peluang, selalu berpikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dalam pekerjaannya. Pengungkapan ini tercermin di dalam laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 43, yakni “didukung oleh kekuatan jaringan dan layanan perbankan modern berbasis IT, terbukti kami mampu mencapai percepatan bisnis pada semester awal tahun 2010.

#### 7. Penghargaan terhadap sumber daya manusia (SDM).

Menempatkan dan menghargai karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan upaya-upaya yang optimal mulai dari perencanaan, perekrutan, pengembangan dan pemberdayaan SDM yang berkualitas serta memperlakukannya baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.

Pengungkapan ini tercermin di dalam laporan tahunan BRISyariah tahun 2010 halaman 92, yaitu “Berbagai cara dilakukan untuk menanamkan nilai-nilai budaya organisasi mulai dari pelatihan kepada para pelatih utama dan mitra pengubah terpilih yang akan menularkan nilai inti tersebut kepada karyawan lain. Juga melalui berbagai media komunikasi yang beragam; majalah, intranet, diskusi, doa pagi, dan sebagainya yang diharapkan 7 Nilai tersebut yakni; Tawakal, Integritas, Antusias, Profesional, Berorientasi Bisnis, Kepuasan Pelanggan, dan Penghargaan kepada SDM dapat terinternalisasi kepada seluruh karyawan PT. Bank BRISyariah”.

## Pengungkapan Nilai – Nilai Islam di dalam Laporan Keuangan

Pada dasarnya komponen penyajian laporan keuangan syariah berdasarkan PSAK 101 meliputi: neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, laporan sumber dan penggunaan dana zakat, laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, dan catatan atas laporan keuangan.

Pengungkapan Nilai – Nilai Islam di dalam Laporan Keuangan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM)

Penyajian laporan keuangan PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) mulai tahun 2007 sampai dengan tahun 2009 sudah memenuhi kriteria dari PSAK 101, yaitu :

### 1) Neraca

Laporan neraca yang disajikan Bank Syariah Mandiri (BSM) sudah mengungkapkan berbagai unsur posisi keuangan yang diperlukan bagi penyajian secara wajar. Secara umum penyajian pos-pos neraca sudah sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK syariah no. 101), yaitu :

#### a. Aset

Bank Syariah Mandiri (BSM) sudah mengikuti ketentuan syariah di dalam penilaian kualitas aset bank umum berdasarkan prinsip syariah yang diatur di dalam peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 10/24/PBI/2008 tanggal 16 Oktober 2008 tentang perubahan kedua PBI No. 8/21/PBI/2006 tanggal 05 Oktober 2006 tentang penilaian kualitas aset Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

#### b. Kewajiban, Dana Syirkah Temporer dan Ekuitas

Kewajiban, Dana Syirkah Temporer dan Ekuitas, meliputi :

##### 1. Kewajiban Segera

Kewajiban segera merupakan kewajiban bank kepada pihak lain yang sifatnya wajib segera dibayarkan sesuai dengan perintah pemberi amanat atau perjanjian yang ditetapkan sebelumnya. Kewajiban segera dinyatakan sebesar kewajiban bank.

##### 2. Bagi Hasil yang Belum Dibagikan

Pembagian hasil usaha dilakukan berdasarkan prinsip bagi hasil usaha yaitu dihitung dari pendapatan bank yang diterima berupa laba bruto (*gross profit margin*) dengan porsi nisbah bagi hasil yang telah disepakati bersama sebelumnya. Pendapatan yang dibagikan adalah pendapatan yang telah diterima (*cash basis*).

##### 3. Simpanan *Wadiah*

Simpanan *wadiah* merupakan simpanan pihak lain di Bank Syariah Mandiri dalam bentuk giro *wadiah* dan tabungan *wadiah*. Giro *wadiah* dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran dan dapat ditarik

#### 4. Ekuitas

Ekuitas pemegang saham 99,9% dimiliki oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk dan 1% dari PT. Mandiri Sekuritas.

### 2) Laporan Laba – Rugi

Penyajian laporan laba rugi BSM sudah menyajikan informasi kinerja keuangan sebagaimana yang telah diwajibkan PSAK No. 101 tentang penyajian laporan keuangan yaitu pendapatan usaha, bagi hasil untuk pemilik dana, beban usaha, laba atau rugi usaha, pendapatan dan beban nonusaha, laba atau rugi dari aktivitas normal, beban pajak, dan laba atau rugi bersih untuk periode berjalan. Penghitungan pendapatan di dalam laporan laba rugi untuk tujuan pembagian hasil usaha, BSM menggunakan dasar kas. Dalam hal prinsip pembagian hasil usaha berdasarkan bagi hasil, pendapatan atau hasil yang dimaksud adalah keuntungan bruto (*gross profit*).

Meskipun PSAK Syariah ada yang mengatur bahwa selain pengakuan pendapatan untuk tujuan pembagian hasil usaha mempergunakan asumsi dasar kas juga menggunakan dasar akrual. Hal ini menunjukkan bahwa PSAK Syariah memperkenankan penggunaan dua metode pencatatan sekaligus dalam proses akuntansi untuk menyajikan laporan keuangan syariah. Namun demikian tetap asumsi dasar akuntansi syariah dalam hal ini berdasarkan asumsi dasar akrual.

### 3) Laporan Perubahan Ekuitas

Catatan atas laporan keuangan tentang laporan perubahan ekuitas PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) tahun 2007–2009 hampir sama yaitu mengungkapkan perubahan penambahan modal saham yang diperoleh dari PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Setoran modal saham tersebut dalam bentuk uang tunai dan barang berupa tanah dan bangunan.

Meskipun seperti itu, laporan perubahan ekuitas PT. Bank Syariah Mandiri tahun 2007-2009 sudah menyajikan informasi yang berkaitan dengan perubahan ekuitas yang disyaratkan oleh PSAK 101, yaitu :

- a. Laba atau rugi bersih periode yang bersangkutan
- b. Setiap pos pendapatan dan beban, keuntungan atau kerugian beserta jumlahnya yang berdasarkan PSAK terkait diakui secara langsung dalam ekuitas
- c. Pengaruh kumulatif dari perubahan kebijakan akuntansi dan perbaikan terhadap kesalahan mendasar sebagaimana diatur dalam PSAK terkait
- d. Transaksi modal dengan pemilik dan distribusi kepada pemilik
- e. Saldo akumulasi laba atau rugi pada awal dan akhir periode serta perubahannya
- f. Rekonsiliasi antara nilai tercatat dari masing-masing jenis modal saham,

agio, dan cadangan pada awal dan akhir periode yang mengungkapkan secara terpisah setiap perubahan

#### 4) **Laporan Arus Kas**

Mulawarman (2008) menyarankan agar laporan arus kas mengubah basis akrual murni dalam metode pengakuan dan pencatatan transaksi keuangan pada lembaga keuangan syariah dengan sinergi antara dasar akrual dan dasar kas. Asumsi dasar dengan basis akrual tersebut beliau menyatakan bahwa asumsi tersebut sangat bertentangan dengan prinsip dan akhlak syariah bahkan tujuan laporan keuangan akuntansi syariah. Sebagaimana diketahui bahwa prinsip akrual melakukan pencatatan fakta (merekam arus kas masa kini), potensi (merekam arus kas masa depan) dan konsekuensi (merekam arus kas masa lalu). Dalam hal pencatatan potensi menggunakan prinsip nilai sekarang (*present value*) yang sarat dengan penghitungan bernuansa *riba* dan *gharar*.

Menurut PSAK Syariah nomor 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah dalam paragraf standarnya menyatakan bahwa entitas Syariah harus menyusun laporan keuangan atas dasar akrual, kecuali Laporan Arus Kas dan penghitungan pendapatan untuk tujuan pembagian hasil usaha. Dalam penghitungan pembagian hasil usaha didasarkan pada pendapatan yang telah direalisasikan menjadi kas (dasar kas).

Hal ini juga dipertegas dengan penjelasan PSAK Kerangka Dasar Penyajian dan Pelaporan Laporan Keuangan Syariah (KDPPLKS), yaitu untuk mencapai tujuannya, laporan keuangan disusun atas dasar akrual. Dengan dasar ini, pengaruh transaksi dan peristiwa lain diakui pada saat kejadian (dan bukan pada saat kas atau setara kas diterima atau dibayar) dan diungkapkan dalam catatan akuntansi serta dilaporkan dalam laporan keuangan pada periode yang bersangkutan

#### 5) **Laporan Perubahan Dana Investasi Terikat**

Laporan ini merupakan laporan keuangan yang mencerminkan perubahan dalam investasi terikat yang dikelola oleh Bank untuk pemanfaatan pihak-pihak lain berdasarkan akad *mudharabah* atau agen investasi. Perbankan Syariah akan menerima pendapatan jasa sebagai pendapatan operasional lain.

Berdasarkan laporan tahunan Bank Syariah Mandiri yang menyediakan laporan tersebut berdasarkan PSAK Syariah Nomor 101-108 tentang Akuntansi Perbankan Syariah. Kebijakan akuntansi ini juga sejalan dengan standar yang dikeluarkan oleh AAOIFI khususnya berkaitan dengan *statement of changes in restricted investments* (FAS 1 paragraf 61 – 64).

#### 6) **Laporan Sumber dan Penggunaan Zakat, Infaq dan Shadaqah**

Pertanggungjawaban dana Zakat seharusnya dipisahkan dari sumber

penerimaan lain dan penggunaannya dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Surat *At Taubah*: 60, kepada delapan golongan (*asnaf*) yang berhak menerima Zakat, yaitu :

Artinya : “*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.*”

Adapun maksud dari ayat diatas bahwa yang berhak menerima zakat adalah: (1). orang fakir: orang yang Amat sengsara hidupnya, tidak mempunyai harta dan tenaga untuk memenuhi penghidupannya. (2). orang miskin: orang yang tidak cukup penghidupannya dan dalam Keadaan kekurangan. (3). Pengurus zakat: orang yang diberi tugas untuk mengumpulkan dan membagikan zakat. (4). *Muallaf*: orang kafir yang ada harapan masuk Islam dan orang yang baru masuk Islam yang imannya masih lemah. (5). memerdekakan budak: mencakup juga untuk melepaskan Muslim yang ditawan oleh orang-orang kafir. (6). orang berhutang: orang yang berhutang karena untuk kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup membayarnya. Adapun orang yang berhutang untuk memelihara persatuan umat Islam dibayar hutangnya itu dengan zakat, walaupun ia mampu membayarnya. (7). pada jalan Allah (*sabilillah*): Yaitu untuk keperluan pertahanan Islam dan kaum muslimin. di antara mufasirin ada yang berpendapat bahwa fisabilillah itu mencakup juga kepentingan-kepentingan umum seperti mendirikan sekolah, rumah sakit dan lain-lain. (8). orang yang sedang dalam perjalanan yang bukan maksiat mengalami kesengsaraan dalam perjalanannya.

## 7) Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan (Qardhul Hasan)

Bank Syariah Mandiri mengungkapkan sumber dan penggunaan dana *Qardhul Hasan* yang diperoleh dari denda yang dikenakan kepada nasabah yang kurang disiplin dalam memenuhi kewajibannya, dan bukan dari nasabah yang tidak mampu. Sumber lain yang digunakan untuk aktivitas ini adalah pendapatan bunga bank yang diperoleh dari penempatan pada bank konvensional jika memang secara terpaksa diterima. Selanjutnya, dana yang dihimpun akan disalurkan melalui organisasi-organisasi sosial yang kompeten dalam membantu golongan *dhuafa* dan pembangunan infrastruktur publik (khususnya dari sumber dana non-halal).

Pengungkapan Nilai – Nilai Islam di dalam Laporan Keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRISyariah)

Penyajian dan pelaporan keuangan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRISyariah) juga sudah mengikuti standar PSAK No. 101, yaitu sebagai berikut :

### 1. Neraca

Laporan neraca yang disajikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah

(BRISyariah) sudah mengungkapkan berbagai unsur posisi keuangan yang diperlukan bagi penyajian secara wajar. Secara umum penyajian pos-pos neraca sudah sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK syariah no. 101), yaitu : Aktiva dan Pasiva.

## **2. Perhitungan Laba Rugi dan Saldo Laba**

Penyajian laporan laba rugi BRISyariah sudah menyajikan informasi kinerja keuangan sebagaimana yang telah diwajibkan PSAK No. 101 tentang penyajian laporan keuangan yaitu pendapatan operasi utama kegiatan syariah, hak pihak ketiga atas bagi hasil dana *syirkah* temporer, beban usaha dan operasi lainnya, laba atau rugi usaha, dan laba atau rugi bersih untuk akhir periode.

Meskipun di dalam laporan keuangan laba rugi BRISyariah mengungkapkan dan menyajikan Pendapatan dan Beban dari kegiatan usaha syariah disajikan kedalam pos Pendapatan dan Beban Syariah, namun Pendapatan dan Beban dari kegiatan usaha konvensional tahun 2009 masih disajikan pada pos Konvensional (Bunga) pada publikasi laporan keuangan BRISyariah tahun 2010. Hal ini dapat memberikan perspektif yang kurang baik terhadap kinerja BRISyariah secara filosofi tidak mengenal adanya riba/bunga.

## **3. Kualitas Aktiva Produktif dan Informasi Lainnya**

BRISyariah menetapkan kualitas aktiva produktif berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.7/2/PBI/2005 tanggal 20 Januari 2005, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia No.8/2/PBI/2006 tanggal 30 Januari 2006 yang kemudian diubah kembali dengan Peraturan Bank Indonesia No.9/6/PBI/2007 tanggal 30 Maret 2007 dan Peraturan Bank Indonesia No.8/21/PBI/2006 tanggal 5 Oktober 2006 tentang “Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum yang melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah” sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia No.9/9/PBI/2007 tanggal 18 Juni 2007.

## **4. Perhitungan Rasio Keuangan**

Perhitungan rasio keuangan ini di dalam laporan keuangan untuk mengetahui kondisi BRISyariah terhadap prosentase dari permodalan, aktiva produktif, rentabilitas, likuiditas, dan kepatuhan (*compliance*).

## **5. Distribusi Bagi Hasil**

Laporan distribusi bagi hasil BRISyariah menyajikan pendapatan yang dibagihasilkan dari masing-masing simpanan baik giro, tabungan maupun deposito dengan nisbah yang telah ditetapkan sehingga dapat diketahui porsi bonus/bagi hasil dan *rate of return*nya bagi pemilik dana (nasabah).

## **6. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat**

Laporan sumber dan penggunaan dana zakat BRISyariah tahun 2009-2010 menyajikan perolehan dana zakat yang berasal dari zakat profesi dan zakat dari pihak luar bank. Adapun penyaluran/penggunaan dana zakat tersebut ada yang



disalurkan bank sendiri ada pula melalui bebearap lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS, Dompot Dhuafa Republika, Baitul Maal Hidayatullah dan sebagainya sebagaimana yang disajikan di dalam laporan keuangan BRI syariah tersebut.

#### **7. Laporan Komitmen dan Kontijensi**

Laporan komitmen dan kontijensi ini menyajikan tagihan, kewajiban dari pembiayaan, dan tagihan, kewajiban kontijensi seperti garansi (*kafalah*).

#### **8. Perhitungan Kewajiban Penyediaan Modal Minimum**

Laporan perhitungan kewajiban penyediaan modal minimum hampir sama dengan laporan perubahan ekuitas, namun laporan penyediaan modal ini disertai dengan perincian modal pelengkap dan modal tambahan serta disajikan pula rasio-rasio keuangan seperti rasio kewajiban penyediaan modal minimum yang tersedia dan yang diwajibkan.

#### **9. Laporan Perubahan Dana Investasi Terikat**

Laporan ini merupakan laporan keuangan yang mencerminkan perubahan dalam investasi terikat yang dikelola oleh BRI syariah untuk pemanfaatan pihak-pihak lain berdasarkan akad *mudharabah* atau agen investasi.

#### **10. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan**

BRI syariah mengungkapkan sumber dan penggunaan dana kebajikan yang diperoleh dari denda yang dikenakan kepada nasabah yang kurang disiplin dalam memenuhi kewajibannya, dan bukan dari nasabah yang tidak mampu. Sumber lain yang digunakan untuk aktivitas ini adalah pendapatan bunga bank (pendapatan non halal) yang diperoleh dari penempatan pada bank konvensional Selanjutnya, dana yang dihimpun akan disalurkan melalui organisasi-organisasi sosial yang kompeten dalam membantu golongan *dhuafa* dan pembangunan infrastruktur publik.

Hal yang membedakan dengan BSM adalah dimasukkannya sumber dana infaq dan shadaqah pada laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, padahal berdasarkan PSAK No. 101 penyajian dan pengungkapan laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan hanya menyajikan dana non halal saja.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badroen, Faisal Suhendra, Mufraeni, Arief Bashori, Ahmad D. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Bandi. 2000. *Timeliness of Companies' Financial Statement in Indonesia*, Working Paper, National Symposium of Accounting III. September, Unpublished.
- Bank Syariah Mandiri. 2011. *Perbankan Syariah: Perkembangan dan Penjelasan*. [www.syariahamandiri.co.id/en/category/edukasi-syariah/](http://www.syariahamandiri.co.id/en/category/edukasi-syariah/),
- Chariri, Anis. 2006. "The Dynamics Of Financial Reporting Practice In An Indonesian Insurance Company : A Reflection Of Javanese Views On An Ethical Social Relationship". *Disertasi tidak dipublikasikan*, School of Accounting and Finance, University of Wollongong.

- Chariri, Anis. 2009. *Landasan Filsafat dan Metode Penelitian Kualitatif*, Paper disajikan pada Workshop Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Laboratorium Pengembangan Akuntansi (LPA), Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 31 Juli – 1 Agustus 2009
- Erwinomic. 2011. *Pengantar dasar akrual: syariahkah?*. Erwinomic.blogspot.com., Diakses pada hari Kamis tanggal 29 Desember 2011.
- FASB. 1976. *Basic Concepts and Accounting Principles Underlying Financial State- ments of Business Enterprises*, APB Statement No 4, High Ridge park, Stamford, Connecticut.
- Gunawan, Yuniati. 2000. *Analysis of Disclosure of Information on Annual Report of Listed Companies at Jakarta Stock Exchange*, Working Paper, National Symposium of Accounting III. September, Unpublished.
- Haniffa, Ross and Mohammed Hudaib. 2001. *A Conceptual Framework for Islamic Accounting: The Shariah Paradigm*. a Working Paper, International Conference on Accounting, Auditing and Finance, Unpublished article. Palmerstone North: New Zealand,
- Harahap, Sofyan Syafri. 1993. *Teori Akuntansi*, Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2004. *Akuntansi Syariah*, Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ikantan Akuntan Indonesia (IAI). 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama BPFE. Yogyakarta
- Iqbal, Munawar. 2000. *Islamic and Conventional Banking in the Nineties: A Comparative Studies*, Conference Papers, 4th International Conference on Islamic Economics and Banking, Loughborough University, UK, August 13-15 pp 409-430
- Latiff, Radziah Abdul. 2001. *Conceptual and Practical Issues in Reporting Islamic Finance*, a Working Paper, International Conference on Accounting, Auditing and Finance, Unpublished article. New Zealand: Palmerstone North.
- Moloeng, lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosda. Bandung
- Muhammad. 2007. *Pengungkapan dalam Pelaporan Keuangan Bank Syariah : Kajian Filosofis-Teoritis dan PSAK 59*, Journal Of Islamic Business And Economics Vol. 1, No. 1 edisi Desember 2007.
- Nurhayari, Sri; Wasilah. 2009. *Akuntansi Syariah di Indonesia*, Edisi Kedua, Salemba Empat.
- Peraturan perundang-undangan Indonesia, *Bank Islam disebut sebagai Bank Syariah*, Tazkia Cendekia

- Sartono, Agus. 1996. *Manajemen Keuangan*. Edisi Ketiga. BPFE. Yogyakarta.
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi : Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga BPFE, Yogyakarta.
- Triuwono, Iwan. 2001. *Organization and Syariah Accounting*, LKiS, Yogyakarta

# **PENGARUH AKSES MODAL, KUALITAS SDM, DAN KELUARGA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PADA PEREMPUAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL**

**Yulekhah Ariyanti**

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang

## ***ABSTRACT***

*In developing countries, women is strongly related with poor and marginalized people. Generally, small business women are independent business and related with family business. This study focused on women business, particularly traditional market traders as informal business. The development of this business will increase the family welfare. Considering the importance of the development effort of traditional market women, the purpose of writing this article is to investigate and analyze the effect of access to capital, quality of human resources, and the role of the family on the development of women's enterprises in the traditional market that have a unique role as well as important influence to the family welfare.*

*Key words: capital access, Human resource quality, family, business development, women enterprise.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Berkembangnya usaha jenis skala mikro sebetulnya sudah lama terjadi, tetapi pasca krisis ekonomi terjadi lonjakan jumlah dan variasi jenis usaha serta serapan tenaga kerja pada sektor tersebut. Krisis memperlihatkan kemampuan sektor-sektor ini untuk bertahan ditengah tekanan kondisi ekonomi dan politik. Di tengah krisis ini, usaha mikro memberikan harapan bagi kelompok miskin untuk dapat mempertahankan kelangsungan kehidupannya. Namun demikian, bersama harapan itu masih banyak masalah yang menghambat kelangsungan usaha para perempuan (Titik Hartini, 2004).

Fenomena perempuan bekerja dan berusaha bukanlah hal baru dalam kehidupan kelompok-kelompok marjinal dan miskin, seperti yang diungkapkan oleh Titik Hartini, (2004). Lebih lanjut dia menjelaskan bahwa usaha-usaha kecil-mikro seperti perdagangan, pengolahan makanan, industri berteknologi rendah, konveksi, dan jasa adalah jenis-jenis usaha yang banyak dijalankan perempuan baik secara mandiri maupun sebagai bagian dari sistem produksi keluarga.

Usaha skala mikro sangat dekat dengan perempuan. Di satu sisi hal ini

memberikan peluang bagi perempuan untuk menjalankan kegiatan-kegiatan produktif, tetapi di sisi lain kondisi usaha itu sendiri senantiasa berada dalam keadaan buruk dan hampir tidak mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Kebanyakan usaha mikro yang melibatkan perempuan di dalamnya bersifat sederhana dan khas perempuan. Penghasilan yang diperoleh dari usaha seperti ini sebagian besar habis untuk konsumsi keluarga sehari-hari. Dalam kasus ini, usaha mikro tidak dapat dipandang sebagai bagian dari capaian pembangunan, tetapi sebagai alat potensial untuk menghasilkan pendapatan dan kesejahteraan.

Meutia Hatta Swasono saat melakukan Jumpa Pers berkaitan dengan acara Sarasehan Sehari Penguatan Usaha Mikro dan Kecil Perempuan di Auditorium BKKBN Pusat dalam Piet Budiono (2005) mengatakan bahwa permasalahan utama dalam ekonomi pemberdayaan perempuan erat hubungannya dengan masih rendahnya akses perempuan terhadap kepemilikan faktor-faktor produksi termasuk modal. Ketertinggalan perempuan dalam bidang ekonomi ini menyebabkan akses perempuan di bidang informasi permodalan, teknologi, bahan baku, pasar untuk distribusi produk yang dihasilkan menjadi sangat terbatas didukung masih lemahnya pengetahuan tentang manajemen usaha. Lebih lanjut Meutia menjelaskan bahwa usaha yang dirintis kaum perempuan lebih banyak tidak berbadan hukum yang menjadikan usaha yang dilakukan sulit berkembang.

Dalam pada itu di sektor perdagangan, terutama pasar tradisional yang selalu ada di setiap daerah di Indonesia, merupakan salah satu tempat yang dapat menampung para perempuan (M. Firdaus dan Ratih Dewayanti, 2001). Keterlibatan mereka dalam kegiatan perdagangan di pasar bervariasi dari satu tempat ke tempat lain. Bagi perempuan, keterlibatannya dalam pekerjaan di luar rumah mempunyai arti tersendiri dalam kehidupannya sebagai individu dan sebagai anggota rumah tangga. Banyak perempuan pekerja yang menjalankan usaha kecil-kecilan khususnya berdagang di pasar atau istilah lazimnya adalah unit usaha mikro. Produk yang sering digeluti adalah berkisar pada makanan, nyamikan atau barang-barang kebutuhan pokok, pakaian dan kerajinan tangan.

Sebagai perempuan pedagang, mereka juga mengalami persoalan yang dihadapi oleh pelaku usaha kecil-mikro pada umumnya (Titik Hartini, 2004). Dari hasil penelitian tentang persoalan usaha kecil-mikro di bulan Januari 1996, menunjukkan bahwa persoalan-persoalan usaha skala mikro yang dialami antara lain, terbatasnya modal, sulitnya akses ke permodalan, kesulitan pemasaran, persaingan ketat, terbatasnya ketrampilan teknis produksi, dan terbatasnya ketrampilan manajemen.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan usaha yang dilakukan oleh perempuan dan laki-laki**

UKM Perempuan	UKM Laki-laki
Berorientasi memenuhi kebutuhan rumah tangga	Orientasi kebutuhan sendiri dulu baru rumah tangga
Jenis usaha perempuan	Semua jenis usaha
Ketergantungan pengambilan keputusan kepada suami	Tidak ada ketergantungan, mandiri dalam pengambilan keputusan
Segmen pasar lebih sempit	Segmen pasar lebih luas
Alokasi waktu usaha lebih sempit	Lebih luas
Akses terhadap informasi dan modal terbatas	Lebih terbuka dan luas
Sosialisasi rendah/jaringan terbatas	Sosialisasi meningkat/ jaringan lebih luas

Sumber: Tri Ratna, dalam Piet Budiono (2005)

Bertitik tolak dari kondisi tersebut, maka proposal kali ini diajukan dalam rangka mengembangkan usaha mikro perempuan pedagang pasar tradisional dalam rangka pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi .

#### Tujuan

Berdasar dari latar belakang diatas, maka penulisan artikel ini bertujuan untuk:

1. Memberikan kemudahan mengakses modal usaha bagi pedagang perempuan untuk mengembangkan usahanya
2. Meningkatkan SDM pedagang perempuan di pasar tradisional
3. Meningkatkan peranan keluarga dalam mendukung perkembangan usaha pedagang perempuan pasar tradisional

#### Urgensi

Ada beberapa alasan mengapa artikel ini difokuskan pada perempuan pekerja terutama pedagang pasar tradisional (M. Firdaus dan Ratih Dewayanti, 2001) yaitu, keberhasilan usaha yang dikelola oleh laki-laki akan membuat kesejahteraan laki-laki tersebut lebih menonjol dibanding anggota keluarga lain dalam kehidupan rumah tangganya, sementara bila yang berhasil adalah usaha yang dikelola oleh perempuan maka kesejahteraan yang pertama dan utama biasanya dinikmati oleh anak-anak dengan indikator lebih terjaga atau terjamin kesehatan dan pendidikan anak-anak, prioritas kedua adalah suami lebih terjamin gizi makanannya dan terakhir baru pemenuhan perempuan itu sendiri. Lebih lanjut M. Firdaus (2007), menjelaskan

bahwa melalui bekerja ternyata juga dapat meningkatkan status perempuan sebab dengan begitu mereka memiliki kemampuan secara ekonomi, memiliki kepercayaan diri karena meningkatnya andil mereka dalam ekonomi rumah tangga. Yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan keluarga.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perempuan pedagang dan Keluarga

Julia Cleves Mosse (1996) dalam Titik Hartini (2004) mengungkapkan, sebagai individu perempuan mempunyai hak untuk mewujudkan dan mengembangkan kepribadiannya, tidak perlu membatasi diri hanya sebatas mengabdikan diri pada suami dan anak-anaknya. Jika kaum perempuan memiliki kesempatan didengar, dimintai pendapat serta dilibatkan dalam perencanaan dan penerapan proyek pembangunan, dampak dan keuntungan bagi kaum perempuan dan seluruh komunitas akan lebih besar. Setiap individu dalam masyarakat mempunyai potensi untuk mempengaruhi terjadinya perubahan sosial.

Kedudukan dan peranan perempuan yang pada awalnya hanya sebagai penanggung jawab urusan rumah tangga, sekarang sudah ikut serta mencari nafkah keluarga. Sehingga peranannya tidak lagi sekedar mengurus kebutuhan domestik rumah tangga namun sudah memiliki peran ganda. Perempuan yang bekerja di luar rumah tangga dikelompokkan kepada perempuan bekerja, sedangkan perempuan yang mempunyai kegiatan berupa kegiatan rutin melakukan tugas-tugas rumah tangga dan atau mengurus keluarga sama sekali tidak termasuk kelompok perempuan bekerja (Saptari, 1991).

Bagi perempuan karena skalanya kecil, usaha berdagang di pasar tradisional mudah dilakukan dan diatur, serta kegiatannya dapat disesuaikan dengan kesibukan rumah tangga mereka. Keuntungan lain adalah perempuan umumnya mampu mengelola arus keluar-masuk uang agar dapat menyisihkan hasil usahanya sedikit demi sedikit untuk keperluan lain. Kesabaran dan kegigihan dalam mengelola usahanya telah mendorong keberhasilan perempuan dalam mencari tambahan penghasilan keluarga (M. Firdaus, 2007).

Menurut Sumiati dkk.(2000) adapun dengan perempuan pedagang, usaha yang dilakukan merupakan salah satu komponen utama pengembangan ekonomi lokal, dan berpotensi meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) perempuan dalam keluarga. Dalam keluarga perempuan, pentingnya penghasilan tambahan yang diperoleh oleh perempuan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari keluarga, yang pada gilirannya, keluarga mendorong perempuan untuk terus berusaha agar dapat menyangga ekonomi rumah tangga.

Irwan Abdullah (2003) mengungkapkan bahwa bagaimana upaya perempuan

yang bergerak dari sektor domestik ke sektor publik dengan berperan aktif dalam kegiatan perekonomian. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan ekonomi keluarga, salah satu contohnya adalah dengan berdagang di pasar tradisional. Lebih lanjut Irwan menyatakan bahwa perempuan pedagang atau bakul memiliki kebanggaan dan kepercayaan diri yang tinggi karena melalui berdagang ternyata dapat meningkatkan kemampuan secara ekonomi, dan meningkatnya andil mereka dalam ekonomi rumah tangga.

### **Pasar Tradisional**

Pasar adalah sebagai suatu tempat di mana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk menjual beli barang (M.Firdaus, 2004). Pasar mempunyai peranan penting dalam mendorong kegiatan perekonomian, baik bagi konsumen, produsen, maupun pemerintah. Bagi konsumen, pasar memberikan kemudahan untuk memperoleh barang dan jasa. Bagi produsen, pasar berperan sebagai tempat untuk memperoleh barang-barang yang akan digunakan dalam suatu proses produksi. Selain itu, pasar juga berperan sebagai tempat untuk memasarkan dan mempromosikan hasil produksi.

1. Pasar tradisional, merupakan tempat penting bagi perempuan pedagang kecil-mikro (PPK-mikro) (M. Firdaus, 2007). Hal itu bisa dilihat pada pasar-pasar tradisional di perdesaan dan juga di perkotaan, dimana sebagian besar dihuni perempuan pedagang kecil-mikro. Pasar bisa diibaratkan sebagai “urat nadi” sebagian besar usaha PPK-mikro.
2. Pada pasar tradisional, komoditi yang diperjualbelikan tidak jauh berbeda dengan apa yang dikerjakan di rumah tangga, yaitu urusan rumah tangga, baik bumbu masak, kosmetika, alat-alat masak, baju, sayur dan buah. Gaya manajemennya pun tidak jauh dari manajemen rumah tangga informal, yang menurut Basilica D.Putranti dalam Amin (2006) bahwa informalitas itu merupakan upaya survival dari sistem pasar yang terkonsentrasi pada modal besar saja.
3. Memasuki pasar tradisional tak ubahnya memasuki sebuah dapur yang besar. Berisi berbagai komoditi basah dan kering rumah tangga beserta alat pelengkapannya, yang oleh Habermas disebut sebagai material keseharian. Glen Chandler dalam Amin (2006) memaparkan bahwa kebanyakan pedagang perempuan tidak punya modal, sehingga lebih memilih untuk berjualan makanan dan buah-buahan yang cepat habis, ataupun alat-alat rumah tangga yang kecil. Juga dengan keadaan seperti itu, perempuan dapat menghentikan kegiatan berjualan dengan sementara ketika ada keperluan lain yang lebih mendesak (Amin, 2006).



## Akses Modal Pada Perempuan Pedagang

Kaitanya dengan usaha perdagangan di pasar tradisional, modal disini merupakan sumber pembiayaan untuk kegiatan bisnis dan investasi. Seperti yang diungkapkan oleh Kresna Wijaya (2002) bahwa sumber pembiayaan sangat bervariasi, bisa dalam bentuk tabungan pribadi, pinjaman atau bantuan keuangan dari keluarga atau kenalan, pinjaman dari pemasok bahan baku biasanya dalam bentuk barang dagangan, pinjaman dari pedagang lain, *informal money lenders*, sampai dengan bagian keuntungan yang diinvestasikan.

Mubyarto dalam Piet Budiono (2005) memberikan penjelasan bahwa, akses modal usaha skala kecil dan mikro dibagi dalam dua kelompok menurut sumbernya, yaitu; sumber formal dan informal. Sumber formal terdiri dari bank, dan lembaga atau perusahaan keuangan formal lainnya seperti Perum Pegadaian, Koperasi, dan lainnya. Sedang sumber informal terdiri dari tabungan pribadi, warisan orang tua, pinjaman atau bantuan dari keluarga, pinjaman dari pembeli atau bandar, dan lainnya.

M. Firdaus dalam *newsletter* SMERU (2007) menyebutkan bahwa untuk usaha skala mikro yang dilakukan oleh para perempuan pedagang biasanya akan mencari akses modal terutama keuangan yang cepat, tidak birokratis (tidak berbelit-belit), bahkan bunganya pun tidak dipersoalkan baginya. Yang penting, menurut nasabah itu pinjamannya lekas dikucurkan dan gampang didapat. Posisi seperti itu, selama ini biasanya ditempati oleh para tengkulak dan rentenir.

### Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat menentukan dalam upaya menciptakan pembangunan yang lebih mantap dan maju (Todaro, 1999). Karena manusialah sebagai pelaku yang secara langsung akan memanfaatkan alam berikut isinya. Untuk memahami pengertian sumber daya manusia (untuk selanjutnya disingkat SDM) perlu dibedakan antara pengertiannya secara makro dan mikro. Pengertian SDM secara makro adalah semua manusia sebagai penduduk atau warga negara suatu negara atau dalam batas wilayah tertentu yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah memasuki usia angkatan kerja, baik yang sudah maupun belum memperoleh pekerjaan. Di samping itu SDM secara makro berarti juga penduduk yang berada dalam usia produktif, meskipun karena berbagai sebab dan/atau masalah masih terdapat yang belum produktif karena belum memasuki lapangan kerja yang terdapat di masyarakatnya.

Menurut Mangum dalam Saptari (1991) SDM adalah semua kegiatan manusia yang produktif dan semua potensinya untuk memberikan sumbangan produktif kepada masyarakat. Dapat juga diartikan dengan daya yang bersumber pada manusia, yang dapat berupa tenaga (energi) ataupun kekuatan (*power*). Tenaga dan kekuatan yang bersumber dari manusia itu dapat berupa ide, ilmu pengetahuan, endapan pengalaman, dan lain-lain yang berupa potensi fisik, moral dan intelektual

yang berwujud dalam bentuk pendidikan, keterampilan, kesehatan, dan lain-lainnya.

Sinungan yang disunting oleh Sukarni dan Rachmad Safa,at (1997) mendefinisikan bahwa SDM adalah pemanfaatan potensi yang ada pada kemampuan manusia itu sendiri dalam melakukan pekerjaan dengan baik dan dengan tingkat keterampilan yang sesuai dengan isi kerja yang akan mendorong kemajuan setiap usaha yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan pencapaian tujuan usaha bisa terselenggarakan dengan baik, efektif dan efisien.

Menurut Gregory Mankiw yang disunting Andi Sularso dalam Jurnal manajemen dan kewirausahaan (2004), SDM adalah akumulasi investasi pada manusia. Adapun faktor yang menunjang kualitas dari SDM antara lain:

1. Tingkat Pendidikan, dengan pendidikan diharapkan dapat mengatasi keterbelakangan ekonomi lewat efeknya pada peningkatan kemampuan manusia dan motivasi manusia untuk berprestasi. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang diharapkan semakin tinggi kinerjanya.
2. Bakat, bakat disini sangatlah penting bagi SDM dan biasanya bawaan dari lahir yang meliputi keahlian dan kemampuan. Bakat antara satu orang dengan orang yang lain tentunya sangatlah berlainan.
3. Upaya, upaya disini menentukan seberapa besarkah kemauan seseorang untuk merubah kondisi kehidupannya biasanya dari tidak produktif menuju lebih produktif.

Menurut Boulter yang disunting Andi Sularso dalam Jurnal manajemen dan kewirausahaan (2004) level kualitas SDM adalah sebagai berikut : *Skill, Knowledge, Self-concept, Self Image, Trait*.

1. *Skill* adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas dengan baik misalnya seorang progamer computer.
2. *Knowledge* adalah informasi yang dimiliki seseorang untuk bidang khusus (tertentu), misalnya bahasa komputer.
3. *Social role* adalah sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang dan ditonjolkan dalam masyarakat (ekspresi nilai-nilai diri), misalnya : pemimpin, loyalitas.
4. *Self image* adalah pandangan orang terhadap diri sendiri, merefleksikan identitas, contoh : melihat diri sendiri sebagai seorang ahli.
5. *Trait* adalah karakteristik abadi dari seorang karakteristik yang membuat orang untuk berperilaku, misalnya : percaya diri sendiri dan tanggung jawab.

Kompetensi *Skill* dan *Knowledge* cenderung lebih nyata (*visible*) dan relatif berada di permukaan (ujung) sebagai karakteristik yang dimiliki manusia. *Social role* dan *self image* cenderung sedikit visibel dan dapat dikontrol perilaku dari luar. Sedangkan *trait* letaknya lebih dalam pada titik sentral kepribadian.

## Keluarga

Keluarga menurut Soenarno, Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah Dalam Sarasehan Bisnis Hari Keluarga Nasional X yang disunting oleh Bambang dan Sugiarti dalam jurnal pemberdayaan perempuan (2003), sebagai unit terkecil dari masyarakat, secara sosiologis merupakan kelompok manusia yang didasarkan pada pertalian sanak saudara yang memiliki tanggung jawab utama atas sosialisasi anak-anaknya dan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok tertentu lainnya. Keluarga terdiri dari sekelompok orang yang memiliki hubungan darah, tali perkawinan, atau adopsi dan yang hidup bersama-sama untuk periode waktu tidak terbatas. Dengan demikian dalam kehidupannya keluarga mengemban banyak fungsi seperti fungsi biologis, fungsi sosial, termasuk salah satunya fungsi ekonomi berupa upaya yang dilakukan oleh anggota keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup bersama. Hal ini bisa dilakukan mulai dari skala kecil hingga skala besar.

Menurut Paul B. Horton dan Chester L. Hunt dalam Sukarni, dkk.(1997), bahwa keluarga memiliki beberapa fungsi di dalam kehidupan bermasyarakat yaitu:

1. Fungsi pengaturan seksual  
Keluarga adalah lembaga pokok yang merupakan wahana bagi masyarakat untuk mengatur dan mengorganisasikan kepuasan keinginan seksual, dimana semua masyarakat mengharapkan bahwa sebagian besar hubungan seksual akan terjadi antara orang-orang yang oleh norma-norma mereka ditentukan sebagai boleh berhubungan satu sama lain secara sah.
2. Fungsi reproduksi  
Disini keluarga berperan dalam hal "memproduksi" anak, dimana dalam hal "memproduksi" anak tentunya tergantung dari setiap keluarga, karena nantinya anak akan menjadi bagian dari keluarga tersebut.
3. Fungsi sosialisasi  
Fungsi keluarga disini adalah dalam hal mensosialisasikan kepada anak-anak mereka ke dalam alam dewasa agar nantinya dapat berfungsi dengan baik di dalam masyarakat.
4. Fungsi afeksi  
Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan akan kasih sayang. Di sini keluarga berperan dalam memberikan tanggapan akan kasih dan sayang kepada setiap individu dalam masyarakat.
5. Fungsi penentuan status  
Dalam memasuki sebuah keluarga, seseorang akan mewarisi suatu rangkaian status. Seseorang menerima atau disertai beberapa status dalam keluarga, yang mungkin berdasarkan umur, jenis kelamin, urutan kelahiran, dan lainnya. Keluarga juga berfungsi sebagai dasar untuk memberi beberapa status sosial kepada setiap individu, misal; seorang

- kulit putih, orang-orang Islam, kelas menengah, dan lainnya.
6. Fungsi perlindungan  
Dalam setiap masyarakat, keluarga tentunya keluarga memberikan perlindungan fisik, ekonomis, dan psikologis bagi seluruh anggota keluarganya. Bahkan beberapa masyarakat menganggap bahwa serangan terhadap seorang anggota keluarga berarti serangan terhadap seluruh anggota keluarga orang itu.
  7. Fungsi ekonomis  
Disini keluarga dapat memudahkan seorang individu dalam bekerjasama sebagai tim untuk menghasilkan sesuatu, walaupun ada beberapa pengecualian didalamnya.

Pada saat ini sedang terjadi pergeseran nilai di masyarakat, termasuk nilai-nilai yang berlaku dalam keluarga, misalnya pembagian peran di dalam keluarga dan juga mengakibatkan terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa dalam keluarga. Perubahan nilai yang ada dalam masyarakat membuat perempuan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk terjun ke lapangan kerja sehingga mempengaruhi pembagian peran antara suami dan istri dalam suatu keluarga. Struktur keluarga sudah berubah dari keluarga berukuran besar (jumlah anak banyak) ke keluarga berukuran kecil atau sedikit anak (Irwan Abdullah, 2003).

Lebih lanjut Irwan Abdullah mengungkapkan bahwa bersamaan dengan perubahan struktur keluarga, maka terjadi pula perubahan fungsi dalam keluarga. Masing-masing anggota keluarga karena hubungannya dengan masyarakat lingkungannya akan mengembangkan perannya sesuai dengan tuntutan yang diharapkan oleh lingkungan tersebut. Salah satu fenomena yang terjadi adalah masuknya perempuan dalam pasar kerja, yang mau tidak mau akan menyebabkan terjadinya perubahan status dan peran yang mereka mainkan sebelumnya (BKKBN, 2002). Dengan masuknya perempuan dalam angkatan kerja, berarti akan memberikan peranan ekonomi yang lebih besar terhadap keluarga, terutama dalam membantu meningkatkan pendapatan keluarga yang selanjutnya berdampak pada kesejahteraan keluarga.

### **Perkembangan Usaha**

Perkembangan berasal dari kata berkembang yang dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia artinya adalah menjadi besar, luas atau banyak. Dan Perkembangan adalah menjadikan besar, luas atau banyak. Sedangkan usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga dan pikiran untuk mencapai suatu maksud atau pekerjaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perkembangan usaha adalah kegiatan mengerahkan tenaga dan pikiran agar pekerjaan dapat menjadi besar dan luas.

Sulikanti Agusni (2006) mengungkapkan bahwa dalam masyarakat tradisional, perempuan biasanya telah memanfaatkan sumber daya sekitar dan menggunakan kearifan lokal untuk bertahan dan melanjutkan kehidupannya. Dalam dunia modern, peran-peran tradisional tersebut tetap menjadi satu kekuatan tersendiri dalam menyikapi perubahan-perubahan yang cepat terjadi. Industri-industri kerajinan rumah, tenun, batik, jamu, makanan khas daerah, hingga perdagangan umum dan industri jasa telah menjadi satu kekuatan tersendiri bagi kaum perempuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga dan untuk meningkatkan kualitas hidup keluarga.

Usaha mikro perempuan diartikan oleh Mubyarto yang disunting Piet Budiono (2005) adalah suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menumbuhkan kapasitas serta kapabilitas perempuan untuk mengontrol kehidupan beserta sumberdaya dalam tatanan masyarakat secara luas. Dengan ciri-ciri: skala bisnisnya Rp. 50.000,- s/d Rp. 1 juta, omzetnya kurang dari Rp. 1,5 juta, tenaga kerjanya kurang dari lima orang, manajemennya sederhana, misalnya dengan melakukan pembukuan yang sederhana dan statusnya tidak berbadan hukum.

Menurut Ratih Dewayanti dalam Jurnal Perempuan (2007), bila dilihat dari sisi lokasi dan jenis usaha, maka umumnya jenis dan lokasi usaha yang selama ini dilakoni perempuan memiliki beberapa ciri yaitu antara lain:

1. Pertama, ranah yang selama ini dan bahkan bertahun-tahun perempuan mempunyai keahlian melalui kegiatan domestik yang sudah dilakukannya sebagai “kebiasaan”, seperti memasak, mencuci, menyetrika dan menjahit. Dalam hal ini usaha “katering” menjadi salah satu contohnya.
2. Kedua, jenis usaha yang ketika memulai tidak memerlukan persediaan modal besar. Biasanya untuk memulai usaha perempuan menggunakan peralatan usaha atau alat produksi dari alat domestik yang sudah dimilikinya dengan harga yang murah.
3. Ketiga, areal usaha yang tempat melakukan transaksi dan produksi usahanya (tempat usahanya) di tempat yang dekat dengan jenis pekerjaan domestiknya. Hal itu dilakukan supaya semua pekerjaan dilakukan dengan tidak jauh dari areal domestik. Sehingga tekadang pekerjaan dikerjakan sambil mengerjakan tugas-tugas rumah tangga atau sebaliknya.
4. Keempat, pengerjaan proses produksi usahanya tidak dilakukan dengan kompleksitas yang memerlukan alat berat yang mahal serta membutuhkan teknologi tinggi. Sehingga alat yang digunakan amat sederhana dan lokasi pemasarannya juga tidak jauh dari tempat tinggalnya. Kalau pun pemasaran melampaui desanya, maka mereka akan menggunakan jasa perantara atau pedagang.

5. Kelima, seperti sudah banyak disampaikan, pengelolaan keuntungan dari hasil usaha, biasanya digunakan untuk membiayai kehidupan sehari-hari.

Mengutip penjelasan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil-Menengah dalam Piet Budiono (2005) bahwa indikator utama sebuah usaha yang berkembang adalah pertumbuhan omset (penjualan)-nya. Sebuah usaha mikro yang berkembang diperkirakan akan melipatduakan omset sentranya dalam waktu 2 hingga 5 tahun. Selain omset, indikator perkembangan usaha dapat dilihat dari pertumbuhan produksi dan penambahan jumlah tenaga kerja. Sedangkan Bhaduri dalam Anoraga, (2002), berpendapat bahwa salah satu indikator perkembangan usaha kecil-mikro adalah dengan melihat pertumbuhan usaha, yaitu Pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba

### Penelitian Terdahulu

Yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Sukarni, dan Rachmad Safa'at (1997) terhadap perempuan pedagang di pasar tradisional dengan judul **Kemandirian Perempuan Yang Bekerja Sebagai Pedagang di Pasar Tradisional Kabupaten Bangkalan**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang seberapa jauh tingkat kemandirian kaum perempuan sebagai pedagang terutama dalam hal pengambilan keputusan. Dan hasilnya didapatkan bahwa dalam hal pengambilan keputusan tentang memulai suatu usaha dan jenis usaha yang dipilih, sebagian besar mengambil keputusan sendiri tanpa melibatkan suami, sedang sebagian kecil tetap melibatkan suami dalam merundingkan pemilihan jenis usaha yang dipilih.

Penelitian yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh M. Firdaus dari Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK) di Kabupaten Klaten dan Kota Surakarta tahun 2003 dengan judul **Pemberdayaan Terpadu Perempuan Pedagang Kecil dan Mikro**. Dalam jurnal penelitian ini dihasilkan beberapa hal yaitu:

1. PPK-mikro di pasar tradisional, seperti pengusaha mikro-kecil umumnya, masih bergulat dengan permasalahan modal. Sebagaimana halnya dengan usaha mikro lainnya, bank-bank formal biasanya tidak bisa melayani kegiatan PPK-mikro: pertama, karena rata-rata penghasilan PPK-mikro tidak menentu; kedua, standar pembukuan usaha PPK-mikro dinilai tidak memenuhi standar atau tidak *bankable*; ketiga, pada umumnya PPK-mikro, seperti pengusaha mikro-kecil lainnya, mempunyai keterbatasan dalam kepemilikan aset yang bisa dijadikan jaminan kredit (kolateral) menurut standar yang telah ditetapkan bank.
2. Persoalan lain yang secara khusus menjadi kendala perempuan pengusaha termasuk PPK-mikro untuk berusaha, yakni izin suami atau keluarga.

Yang ketiga adalah dari Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM NO. 1 Tahun

2006, dengan judul **Studi Peran Serta Perempuan Dalam Pengembangan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi**, dari jurnal penelitian ini diperoleh informasi bahwa:

- Keberhasilan perempuan sebagai pelaku usaha ditunjang oleh beberapa faktor dominan, antara lain telaten, jujur sehingga lebih dipercaya, ulet, sabar, teliti, cermat, serius, tekun, berani mengambil resiko, tangguh, tidak mudah menyerah, memiliki jiwa bisnis atau wira usaha, kemauan keras, semangat, dedikasi dan loyalitas tinggi, terbuka, bekerja dengan ikhlas, selalu menjaga nama baik, tidak egois, disiplin dalam administrasi maupun pengelolaan keuangan.
- Sebaliknya perempuan memiliki pula kelemahan-kelemahan yang dapat menjadi penyebab kegagalannya sebagai pelaku bisnis antara lain: memanfaatkan kesempatan untuk kepentingan pribadi, tidak berani mengambil resiko, kurang percaya diri, atau terlalu percaya diri, terlalu berambisi sehingga menangani usaha diluar kemampuannya, wawasan sempit, tidak bisa membagi waktu atas peran gandanya, sibuk dengan urusan keluarga sehingga curahan waktu untuk kegiatan usahanya minimal, kurang sabar atau emosi tinggi, menetapkan keputusan dengan tergesa-gesa, masih bergantung atau didominasi suami, konsumtive, tidak terbuka.
- Permasalahan-permasalahan yang sering kali dialami antara lain kurang modal, lemahnya SDM, kurang sarana/ prasarana, sulitnya akses ke perbankan, kurang menguasai pasar, kurang menguasai penggunaan teknologi, yang meskipun pelaku usaha perempuan mempunyai kompetensi lebih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan; 2003. Penelitian Berwawasan Gender Dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Humanoria Vol. 15*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Agusti, Sulikanti; 2006. Jurnal Koperasi Wanita Dengan Perbankan Dalam Penyaluran Kredit Mikro Bagi Usaha Perempuan. [www.smeru.com](http://www.smeru.com)
- Agusti, Sulikanti; 2006. Jurnal Usaha Mikro untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga. [www.smeru.com](http://www.smeru.com)
- Amin, dan Annisa, Rifka; 2007. Perempuan di Pasar Tradisional. [www.multiply.com/PerempuanDiPasarTradisional/html.com](http://www.multiply.com/PerempuanDiPasarTradisional/html.com)
- Anonim; 2006. Studi Peran Serta Perempuan Dalam Pengembangan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi, *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM NO. 1*, Badan Penelitian dan Pengembangan Koperasi, Departemen Koperasi.

- Anoraga, Pandji, dan Sudantoko, Djoko;. 2002. *Koperasi Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 1998; *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, edisi revisi IV. PT. Rineka Cipta, Jakarta
- Azwar, Saifuddin, 2002; *Sikap Manusia : Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Asian Development Bank, 2002. *SME Development Bank's Technical Assistance Survey*, Report.
- BKKBN; 2002. *Jurnal Usaha Mikro dan Kecil Perempuan*. [www.bkkbn.com](http://www.bkkbn.com)
- Budiono, Piet; 2005. *Tesis: Pendampingan Perempuan Pedagang Pasar Tradisional Melalui Kredit mikro*. Universitas Dponegoro, Semarang.
- Fakih, Mansour; 2005. *Analisis Jender dan Transformasi Sosial*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Firdaus, M dan Dewayanti, Ratih. 2001. Situasi Tanpa Perlawanan Perempuan Usaha Mikro di Jawa Tengah. *Jurnal Perempuan*, No.35. ASSPUK, Jakarta.
- Firdaus, M; 2007. Pasar Tradisional perempuan pedagang kecil mikro, *Newsletter SMERU*, [www.smeru.com](http://www.smeru.com)
- Hadi, Nor; 2006. *Metode Penelitian*. Universitas Wahid Hasyim, Semarang
- Hadi, Sutrisno; 1997. *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai*. Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hartini, Titik; 2004. *Jurnal Upaya Pemberdayaan Perempuan Usaha Kecil*, [www.smeru.com](http://www.smeru.com)
- Mas'ud, Fuad; 2004. *Survai Diagnosis Organisasional*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Marzuki; *Metodologi Riset*, 2002. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Poerwadarminta; 2003. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Edisi ke-3, Balai Pustaka, Jakarta.
- Pristiwati, Yuni; 2005. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil-Mikro untuk Penguatan Perempuan*, Media Informasi Bank Perkreditan Rakyat.
- Saptari, R; 1991. *Menuju Kemandirian Perempuan: Persoalan Buruh Perempuan Dalam Industri*”, *Citra Kemandirian Perempuan Indonesia*, Kelompok Studi Wanita Universitas Brawijaya, Malang.
- Singarimbun, Efendi; 1992. *Metode Penelitian Survei*. Pustaka LP3ES. Jakarta
- Sukarni dan Safa,at, Rachmad; 1997. *Kemandirian Perempuan Yang Bekerja Sebagai Pedagang di Pasar Tradisional Kabupaten Bangkalan*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Sularso, Andi dan Mardijanto; 2004. Pengaruh penerapan Peran Total Quality Management Terhadap Kualitas Sumberdaya Manusia, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 6*. [www.puslit.petra.ac.id](http://www.puslit.petra.ac.id).



- Sumiati dan Muljaningsih, S; 2000. Wanita dan Sektor Informal: Peran dan Kedudukanya Dalam Rumah Tangga, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Vol.12*, Universitas Brawijaya, Malang.
- Todaro, Michael; 1999. *Ekonomi Pembangunan di Dunia ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Umar, Husein. 1997. *Metode Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*. Gramedia Pustaka. Jakarta
- Widagdo, Bambang dan Sugiarti; 2003. *Jurnal Pemberdayaan Perempuan Dalam Kegiatan Ekonomi Produktif Di Kota Blitar*, Universitas Brawijaya Malang, Malang.
- Wijaya, Kresna. 2002. *Kumpulan Pemikiran: Analisis Pemberdayaan Usaha Kecil*. Pustaka Wirausaha Muda, Bogor.
- Wiradi, Gunawan; 2006. *Capital Formation di pedesaan*. [www.blogger/gunawanwiradi/.com](http://www.blogger/gunawanwiradi/.com)
- Dinas Pasar Jarakah; 2009. *Data Pedagang Pasar Jarakah 2008 – 2009*, Semarang

# ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA IKATAN EMOSIONAL UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA MINI MARKET MADINA KEC. KEDUNGUMUNDU SEMARANG

Wachjuni

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang

## ABSTRACT

*Retailers began to be noticed by many small entrepreneurs. Based on the data obtained through the website information Data Consult ( Business Research Studies Report ) over a period of last five years ( 2007-2011 ) the number of modern retail outlets grew by 17.57 % per year . Unknown number of outlets in 2007 as many as 10 365 pieces , and in 2011 the number of stores reached 18 152 units. Everything is scattered in cities - big cities in Indonesia . Semarang is one of the cities that have increased retail business. But in proses retail business , they have obstacles because of their bad performance , uncompetence and threatening their existence. Retail performance in this study was measured through the quality of core services , peripherals services , the experience of visiting , and emotional attachment to increase customer loyalty . Result from the research suggests that core service quality giving positive impact significantly on experience after visiting. Beside that peripheral quality service has influence on emotional ties after visiting too. And after all the emotional ties gives positive implication on costumers loyalty. **Keywords** : Customer Loyalty , Quality of Service Core , Peripheral Services , perceived experience after visiting , and Emotional Relation .*

## PENDAHULUAN

### LATAR BELAKANG

Usaha ritel sekarang sudah banyak dilirik oleh pengusaha kecil. Berdasarkan data informasi yang diperoleh melalui website Data Consult ( Business Research Studies Report ) selama periode lima tahun terakhir ini ( 2007 – 2011 ) jumlah gerai ritel modern mengalami pertumbuhan hingga 17,57% per tahun. Diketahui jumlah gerai di tahun 2007 sebanyak 10.365 buah , dan di tahun 2011 jumlah gerai mencapai 18.152 buah. Semuanya tersebar di kota – kota besar Indonesia.

Pada 2003, seluruh aktivitas ekonomi tercatat Rp.1.786,7 triliun nilai tambahnya mengalami peningkatan. Jumlah unit usaha kecil menengah pada 2003 sebanyak 42,2 juta, naik 9,5% dibandingkan tahun 2000. Sementara, pada tahun 2003 yang bekerja di sektor usaha kecil menengah sebesar 79 juta pekerja,

meningkat 8,6 juta pekerja dibandingkan tahun 2000 atau selama periode 2000-2003 meningkat sebesar 12,2% dengan rata-rata 4,1% per tahun (BPS, 2004).

Berdasarkan fakta di lapangan bahwa usaha kecil ritel yang bergerak dibidang penjualan barang – barang kebutuhan sehari-hari menjadi alternatif pilihan banyak pihak yang ingin membuka usaha sendiri karena kemudahan menjalankan dan kebutuhan modal yang relatif kecil serta tidak sedikit yang mampu bertahan sekian lama walaupun persaingan dari usaha sejenis cukup besar.

Semarang adalah salah satu kota yang mengalami peningkatan pertumbuhan usaha ritel yang cukup pesat. Tetapi diperjalanannya usaha ritel mengalami berbagai kendala yang disebabkan oleh kinerja yang kurang baik, bahkan ketika usaha ritel ini tidak mampu bersaing dengan yang lain, kegiatan usaha tersebut akan berhenti. Kinerja usaha ritel banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain : penelitian sebelumnya menyatakan bahwa pelayanan (Homburg, Hoyer dan Fassmacht, 2002), orientasi pengusahanya (Lumpkin dan Dess, 1996; Dess, Lumpkin dan McGee, 1999), orientasi pasar (Morgan dan Hunt, 1995; Baker, Simpson, dan Siguaw, 1999) lokasinya (Iamb, Hair, dan McDaniel, 2001; Lusch, Dunne, dan Berhardt, 1993), pilihan produk (Samli, Kelly, dan Hunt, 1998) hubungan dengan perusahaan lain (Johnson, 1999) kontrol pegawai dalam hubungan dengan perusahaan lain (Robert dkk, 1996), kualitas layanan inti Yu-Jia Hu (2009), kualitas layanan peripheral (Wijaya & Thio, 2007), dan pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi (Rachmawati, 2009).

Mengukur kinerja usaha ritel lebih mudah jika yang melakukan evaluasi adalah konsumen. Menurut Mowen (2002) memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memberi perasaan puas/tidak puas. Dalam proses pelanggan akan mengevaluasi terhadap kinerja dengan membanding apa yang diharapkannya dengan kenyataan yang diterima pada saat pelanggan melakukan transaksi. Di sini pelanggan akan mengalami emosi positif emosi negatif atau emosi netral tergantung apakah harapan mereka terpenuhi. Hal ini akan berpengaruh pada ikatan emosional pelanggan terhadap keloyalan mereka pada perusahaan.

Dalam penelitian ini untuk mengukur kinerja usaha ritel lebih difokuskan pada sisi ikatan emosional pelanggan kepada usaha ritel melalui kualitas layanan inti, kualitas layanan peripheral, dan pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Gronroos (1997), Wilkie dan Moore (1994) dalam Homburg, Hoyer dan Fassmacht (2002) menyatakan bahwa pelayanan merupakan sumber dalam upaya menciptakan nilai bagi pelanggan sebagai tambahan pada produk yang mereka jual. Oleh karena itu, ritel yang menerapkan strategi bisnis yang berorientasi pada pelayanan akan mempunyai keuntungan yang tinggi.

Menurut Samli, Kelly, dan Hunt, 1998, dalam penelitiannya mengenai usaha

ritel menekankan pada orientasi pelayanan, orientasi pasar, dan pilihan produk sebagai strategi bisnisnya. Dan memasukkan variabel ikatan emosional usaha ritel yaitu kualitas layanan inti, kualitas layanan peripheral, dan pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi. Sebagai tambahan penelitian Homburg, Hoyer dan Fassmacht (2002).

### **Perumusan Masalah**

Rumusan permasalahan penelitian, selanjutnya dijabarkan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa pengaruh kualitas layanan inti terhadap pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi?
2. Apa pengaruh kualitas layanan peripheral terhadap pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi?
3. Apa pengaruh pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel?
4. Apa pengaruh ikatan emosional inti terhadap loyalitas pelanggan ritel

### **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan.

Oleh karenanya tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan inti pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi.
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan peripheral terhadap pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi.
3. Menganalisis pengaruh pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel.
4. Menganalisis pengaruh ikatan emosional pelanggan dengan ritel terhadap loyalitas pelanggan.

#### **Kegunaan Penelitian**

##### **Bagi Perusahaan**

Hasil dari kajian yang dikembangkan dalam implikasi manajerial pada penelitian ini diharapkan sebagai pedoman arah dan langkah perusahaan ritel untuk dapat mengelola manajemen ritel secara lebih baik.

Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini, diharapkan memberikan sumbangan bagi pengembangan pengetahuan mengenai manajemen ritel..

## **Telaah Pustaka**

### **Usaha Kecil Ritel**

#### **Pengertian Retail**

Retail adalah penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari bahasa Perancis yaitu ” Retailer” yang berarti ” Memotong menjadi kecil kecil” (Risch, 1991 ).Pengertian Retailing adalah semua aktivitas yang mengikut sertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan. Pengertian Retailer adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualannya dari retailing ( lucas, bush dan Gresham, 1994) di Indonesia sangat beragam.

Sedangkan pengertian usaha kecil menurut beberapa instansi terdapat perbedaan baik menurut Undang - Undang, Perbankan, Biro Pusat Statistik dan Lembaga - Lembaga lain nya, apa yang menjadi batasan usaha kecil masih sulit untuk dijelaskan, penentuan batasan usaha kecil cenderung melihat kepada modal awal, asset dan pendapatan, menurut Kanisius (2003:7) beberapa batasan usaha kecil dilihat dari modal awal, asset pendapatan antara lain:

1. Usaha kecil menurut Bank Indonesia adalah usaha yang mempunyai total assetmaksimal Rp. 600.000.000,- tidak termasuk rumah dan tanah yang ditempati.
2. Usaha kecil menurut Biro Pusat Statistik :  
Usaha rumah tangga yaitu, mempunyai 1 - 5 tenaga kerja. Usaha kecil yaitu, mempunyai 6 -19 tenaga kerja. Usaha Menengah, mempunyai 20 – 99 tenaga kerja. Usaha Besar, mempunyai lebih dari 100 tenaga kerja.
3. Undang – undang no. 9 tahun 1995, usaha kecil adalah kegiatan ekonommi rakyat bersakal kecil dan memiliki kekayaan bersih Rp 200.000.000,- atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- serta kepemilikannya telah ditetapkan dalam pasal 5 UU usaha kecil harus dimiliki oleh WNI. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.
4. Departemen Perdagangan membatasi usaha kecil berdasarkan modal kerjanya bernilai kurang dari Rp25 juta (Baswir,1998).
5. KADIN membedakan usaha kecil menjadi dua kelompok.
  - Kelompok pertama bergerak dalam bidang perdagangan, pertanian, dan industri yang modal kerja kurang dari Rp. 150 juta dan memiliki

usaha kurang dari Rp 600 juta.

- Kelompok kedua bergerak dalam bidang konstruksi yang memiliki modal kerja kurang dari Rp 250 juta dan memiliki nilai usaha kurang dari Rp1 milyar (Baswir,1998).

### **Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi**

Pengalaman yang dirasakan seseorang setelah mengunjungi suatu tempat dipengaruhi oleh beberapa hal . Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.Salah satu faktor yang dijadikan dasar oleh konsumen dalam memilih sebuah tempat berbelanja adalah faktor atmosfer kenyamanan ketika berbelanja ke tempat itu. Atmosfer kenyamanan dapat ditimbulkan dari banyak hal misalnya lokasi, keramahamtaman (*hospitality*) dan keamanan. Atmosfer kenyamanan suatu lokasi lebih ditentukan oleh tipe konsumen sendiri. Beberapa konsumen lebih menyukai toko yang lokasinya berada jauh dari perkotaan, namun lainnya merasa kurang nyaman bila jauh dari perkotaan.

Lokasi yang strategis merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat berpengaruh terhadap masa depan serta pertumbuhan riteler, sehingga mempunyai implikasi yang besar ( Lamb, Hair dan Mc. Daniel, 2001). Pemilihan lokasi dimulai dengan memilih komunitas yang sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan maupun iklim politik. Lusch, Dunne, dan Berhardt (1993) menyatakan bahwa pemilihan lokasi termasuk juga kemudahan parkir maupun jarak perjalanan, yang juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen. Putler et. al. (1996) menyatakan lokasi ritel yang dekat dengan pemukiman akan mampu menghasilkan pelanggan lebih banyak di banding lokasi yang jauh dari pemukiman. Kotler (2002) menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sukses dalam bisnis ritel adalah lokasi, lokasi dan lokasi. Hal ini mengidentifikasi adanya kecenderungan pelanggan yang memilih tempat berbelanja yang mudah dicapainya. Metode dalam memilih lokasi perlu mempertimbangkan mengenai lalu lintas pembeli, survei kebiasaan berbelanja pelanggan maupun menganalisis lokasi.

Pihak manajemen toko harus mempertimbangkan unsur keamanan dan perlindungan yang diberikan supaya calon konsumen toko akan merasa aman selama berbelanja di toko tersebut. Selain keamanan, atmosfer kenyamanan juga mencakup keramahamtaman dari para karyawan toko. Para konsumen sangat membutuhkan suasana di mana dia merasa menjadi orang orang yang diperhatikan dan layak mendapat pelayanan yang baik. Atmosfer kenyamanan menjadi faktor penentu terpenting bagi para konsumen dalam memilih belanja di suatu toko. Kenyamanan seperti karyawan toko, desain ruangan, suhu, dekorasi, serta warna-warna yang ada dalam toko tersebut. Berdasarkan telaah pustaka yang telah dilakukan maka

hipotesis penelitian ini adalah:

***Hipotesis 3: Semakin tinggi Pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi, maka maka semakin tinggi ikatan emosional pelanggan dengan ritel.***

### **Kualitas Pelayanan Inti**

Konseptual kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang sesungguhnya. Kualitas pelayanan menurut perusahaan merupakan alat untuk mengikat pelanggan. Dalam kenyataannya, praktek bisnis sekarang ini telah memasukkan pelayanan sebagai syarat utama selain kualitas produk (Chiou dkk, 2002).

Parasuraman *et.al.* (1985, 1988) mendeskripsikan lima dimensi kualitas layanan : keandalan, berwujud, daya tanggap, jaminan dan empati. Akan tetapi aspek inti (aspek hasil dari layanan) dan aspek hubungan (aspek proses dari layanan telah dikenali sebagai dua dimensi yang melewati pada kualitas layanan (Levesque dan McDougall, 1996; McDougall dan Levesque, 1994; Parasuraman *et.al.*, 1991). Parasuraman *et.al.* (1991) mengatakan bahwa keandalan pada dasarnya dihubungkan dengan hasil dari layanan, sedang berwujud, daya tanggap, jaminan dan empati dihubungkan dengan proses penyampaian layanan. Pelanggan tidak hanya menilai satu dimensi dari layanan yang sedang diberikan (Parasuraman *et.al.*, 1991).

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian yang telah dikemukakan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang disampaikan perusahaan maka semakin tinggi tingkat keberhasilan perusahaan dalam membangun loyalitas pelanggannya. Berdasarkan telaah pustaka yang telah dilakukan maka hipotesis penelitian ini adalah:

Hipotesis1:Semakin tinggi kualitas layanan inti, maka semakin tinggi Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi.

### **Kualitas Pelayanan Peripheral**

Gronroos (1997), Wilkie dan Moore (1994) dalam Homburg, Hoyer dan Fassmacht (2002, p.92) menyatakan bahwa setiap pelayanan akan menciptakan nilai bagi pelanggan sebagai tambahan pada produk yang mereka jual. Oleh karena itu, ritel yang menerapkan strategi bisnis yang berorientasi pada pelayanan akan mempunyai keuntungan yang tinggi. Hal ini berarti bahwa bila ritel memutuskan untuk menciptakan suatu strategi produk dengan suatu pelayanan, maka mereka membuat suatu perubahan sistematis dan berorientasi jangka panjang (Hamburg, Hoyer, Fassmacht, 2002, p.86). Dwyer, Schull dan Oh (1987) serta Heide dan John (1990) dalam Hamburg, Hoyer dan Fassnacht (2002, p.27) menyatakan bahwa ritel yang menerapkan strategi bisnis orientasi pada pelayanan akan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan para pelanggannya. Dengan adanya hubungan

pribadi yang baik antara pegawai dan pelanggan, maka riteler dapat memperoleh informasi yang penting dari pelanggan sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan nilai tambah yang diberikan pada pelanggan (Hamburg, Hoyer dan Fassnacht, 2002, p. 92).

Hamburg, Hoyer dan Fassnacht (2002, p.88) juga menyatakan strategi bisnis yang berorientasi pada pelayanan dapat diukur dengan tiga indikator, yaitu (1) banyaknya jenis pelayanan yang ditawarkan, (2) banyaknya pelanggan yang ditawarkan pelayanan, dan (3) keaktifan menekankan pada pelayanan. Hamburg, Hoyer dan Fassnacht (2002, p.89) mengemukakan bahwa strategi bisnis yang berorientasi pada pelayanan secara positif mempengaruhi kinerja perusahaan dan terlebih lagi berpengaruh terhadap keuntungan perusahaan. Berdasarkan telaah pustaka yang telah dilakukan maka hipotesis penelitian ini adalah:

Hipotesis 2: Semakin tinggi kualitas layanan peripheral, maka semakin tinggi Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi.

### **Ikatan Emosional**

Menurut Park, et al., 2005 *Emotions* adalah sebuah efek dari *mood* yang merupakan faktor penting konsumen dalam keputusan pembelian. Secara tipikal, emosi diklasifikasikan menjadi dua dimensi ortogonal, yaitu positif dan negatif (Waston and Telegen, 1985, dalam Park, et al., 2005). Beberapa penelitian kualitatif melaporkan bahwa konsumen mengalami perasaan yang bersemangat dan bergairah dalam hidup setelah berbelanja (Bayley and Nancarrow, 1988; Ditmar, et al., 1996; Rock, 1987 dalam Park, Kim and Forney, (2005)). Emosi positif dapat didatangkan dari sebelum terjadinya *mood* seseorang, kecondongan sifat afektif seseorang dan reaksi pada lingkungan yang mendukung.

Lingkungan ritel tertentu menimbulkan emosi di antara orang yang berbelanja dan bisa diringkas melalui tiga dimensi dasar *pleasure*, *arousal* dan *dominance* serta emosi ini adalah faktor penyebab yang menjelaskan perilaku konsumen dan pembuatan keputusan (Darden dan Babin, 1994; Dawson et al, 1990; Bonovan dan Rositter, 1982; Hui dan bateson, 1991 dalam Park, Kim and Forney, (2005)). Orang yang berbelanja mengalami kesenangan yang relatif tinggi yang menggerakkan secara umum meluangkan waktu lebih di toko dan lebih berkeinginan untuk melakukan pembelian daripada yang tidak senang atau bagain yang tidak tergerak. Temuan dengan menurut *dominance* adalah lebih jelas tetapi kunci ketertarikan pada perilaku-perilaku ritel lain karena kaitan terdekat antara tata letak toko dan kontrol dari pergerakan orang yang berbelanja selama di toko.

Dewasa ini Aplikasi emosi bagi *marketer* ini semakin luas. Faktor emosi membuat pekerjaan riset pemasaran menjadi lebih *challenging*. *Marketer* harus mendesain riset dan pertanyaan kepada konsumen lebih hati-hati. Perlu



memperhatikan bentuk *style* dan tema dari desain toko, gerai, *dealer* atau kafe. Desain ini akhirnya yang memberikan sinyal emosi kepada konsumen. Inilah saatnya melakukan audit secara menyeluruh terhadap merek, iklan, kemasan, desain dan kualitas pelayanan. Berdasarkan telaah pustaka yang telah dilakukan maka hipotesis penelitian ini adalah:

**Hipotesis 3: Semakin tinggi Pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi, maka semakin tinggi ikatan emosional pelanggan dengan ritel.**

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas pelanggan menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan layanan. Aaker (1991) mengemukakan hal ini termasuk kemungkinan pembelian di masa depan atau pengulangan dari kontrak layanan sebaliknya, bisa juga pelanggan akan berganti merek lain atau penyedia layanan yang lain. Pelanggan mungkin akan setia (*loyal*) karena mereka puas dengan layanan yang diberikan sehingga ingin meneruskan hubungan. Elemen penting lain kesetiaan adalah dukungan yang diharapkan dari ekspresi layanan dalam komunikasi orang yang berpengalaman. Saat konsumen merekomendasikan kepada orang lain mengenai layanan yang diterimanya dengan maksud orang lain akan membeli atau menggunakan hal yang sama maka hal itu menggambarkan tingkat loyalitas yang tinggi.

Kesetiaan pelanggan pada hakikatnya akan mencerminkan sikap yang loyal pada merek. Adapun kesetiaan merek didefinisikan sebagai tingkatan dimana seorang pelanggan memperyahankan sikap positif terhadap sebuah merek, memiliki komitmen, dan berharap untuk terus membeli di masa depan. Dengan demikian, Mowen (1995) mengatakan bahwa kesetiaan merek dipengaruhi langsung oleh kepuasan pelanggan pada merek yang didapatkannya pada waktu yang lama.

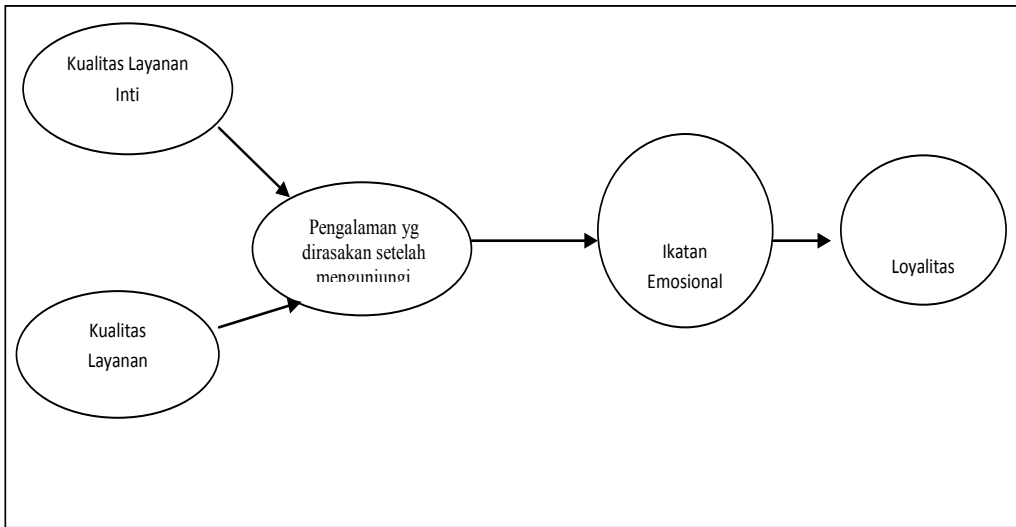
Berdasarkan telaah pustaka yang telah dilakukan maka hipotesis penelitian ini adalah:

Hipotesis 5: Semakin tinggi ikatan emosional, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan ritel.

### **Kerangka Pikir Teoritis**

Berdasar penelitian-penelitian terdahulu dan telah pustaka yang telah dilakukan, maka model penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



Sumber : Yu-Jia Hu (2009); Wijaya & Thio (2007); Rachmawati (2009) dikembangkan untuk penelitian ini

#### Dimensionalisasi Variabel

Variabel Kualitas layanan inti dibentuk dari lima indikator, yaitu : Nyata (tangible) (X1), Responsif (X2), Reliabel (X3), Empati (X4), dan Jaminan (X5).

Variabel Kualitas Layanan Peripheral dibentuk dari lima indikator, yaitu : kebersihan (X6), temperatur (X7), interior (X8), musik (X9), dan parkir (X10).

Variabel Pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi dibentuk dari tiga indikator, yaitu : pleasure (X11), Arousal (X12) dan Dominance (X13).

Variabel Ikatan emosional dibentuk dari tiga indikator, yaitu : pengalaman mendalam (X14), prioritas layanan (X15), dan personifikasi diri (X16).

Variabel Loyalitas Pelanggan dibentuk dari empat indikator, yaitu : rekomendasi ke orang lain (X20), tidak komplain (X21), kemauan membayar lebih (X22), dan Keengganan pindah belanja (X23).

## METODE PENELITIAN

### Desain Dan Obyek Penelitian

#### Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam tipe desain penelitian kausal yaitu untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antar variabel dan peneliti mencari tipe sesungguhnya dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan kemudian dikembangkan suatu bentuk model penelitian yang bertujuan untuk

menguji lima hipotesis penelitian yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Dari model penelitian yang telah dikembangkan ini, diharapkan akan menjelaskan hubungan antar variabel sekaligus membuat implikasi yang dapat digunakan untuk peramalan dan prediksi. Bagian utama dari bab ini disusun dalam beberapa sub bab sebagai berikut : desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan definisi operasional serta teknik analisis data.

### **Obyek Penelitian**

Obyek penelitian ini adalah para pelanggan ritel mini market Madina Kec. Kedungmundu Semarang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Menurut Nur Indriantoro dan Supomo (1999) data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan peripheral, pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi, ikatan emosional, loyalitas pelanggan. Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan ritel mini market Madina Kec. Kedungmundu Semarang.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **Populasi**

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik Nur Indriantoro dan Supomo (1999).

#### **Sampel penelitian**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Singarimbun, 1991). Penentuan jumlah sampel sesuai dengan sampel minimal hasil perhitungan dari rumus Rao (1996) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

Dimana:

N = Ukuran populasi

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang ditoleransi berkenaan dengan populasi (biasanya moe  $\pm 10\%$ )

n = Ukuran sample

$$n = \frac{N}{1 + N(moe)^2}$$

2000 (diasumsikan)

$$n = \frac{2000}{1 + 2000(0,1)^2}$$

$$n = 100$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *incidental sampling* yaitu kuesioner diberikan kepada pengunjung yang ditemui saat pengambilan data di Ritel mini market Madina Kec. Kedungmundu Semarang.

### Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan metode survey dengan mempergunakan kuesioner sebagai media bantu baik metode tertutup maupun terbuka, yaitu dengan memberikan secara langsung pertanyaan atau kuesioner kepada para responden. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini dibuat dengan menggunakan skala 1 – 10 untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai. Penggunaan skala 1-10 (skala genap) untuk menghindari jawaban responden yang cenderung memilih jawaban ditengah, sehingga akan menghasilkan responden yang mengumpul di tengah (*grey area*).

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu *test* melaksanakan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini digunakan uji validitas item dengan menggunakan kriteria internal yaitu membandingkan kesesuaian tiap komponen pertanyaan dengan skor keseluruhan tiap komponen pertanyaan dengan skor total keseluruhan *test*.

Uji validitas juga merupakan kemampuan dari indikator-indikator untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah konsep. Artinya apakah konsep yang telah dibangun tersebut sudah valid atau belum. Uji ini melibatkan para ahli (ahli pemasaran, ahli statistik), dan pihak yang berkompeten (calon responden) untuk memberi komentar dan saran terhadap indikator yang dijabarkan dalam item pertanyaan ( Sugiyono, 1999).

### Validitas Konvergen dan Validitas Diskriminan

Validitas untuk mengukur model ialah validitas konvergen dan validitas

diskriminan. Validitas ini dapat dinilai dari *measurement model* yang dikembangkan dalam penelitian dengan menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diujinya. Sebuah indikator dimensi menunjukkan validitas konvergen yang signifikan apabila koefisien variabel indikator itu lebih besar dari dua kali *standar error*nya (Hair dkk., 1995). Bila setiap indikator memiliki *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standar error*nya, hal ini menunjukkan bahwa indikator itu secara valid mengukur apa yang seharusnya diukur dalam model yang diajukan.

### Validitas Konvergen

Validitas konvergen dapat dinilai dari *measurement model* yang dikembangkan dalam penelitian dengan menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diujinya. Sebuah indikator dimensi menunjukkan validitas konvergen yang signifikan apabila koefisien variabel indikator itu lebih besar dari dua kali standar errornya (Anderson & Gerbing, 1988). Bila setiap indikator memiliki *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standard error*nya, hal ini menunjukkan bahwa indikator itu secara valid mengukur apa yang seharusnya diukur dalam model yang disajikan.

### Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dapat dilakukan untuk menguji apakah dua atau lebih konstruk atau faktor yang diuji memang berbeda dan masing-masing merupakan sebuah konstruk independen, bebas. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan konstrain pada parameter korelasi antar dua konstruk yang diestimasi sebesar 1.0 dan setelah itu dilakukan “chi-square defferent “test” terhadap nilai-nilai yang diperoleh dari model yang dikonstrainsi serta model.

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas konstruk dalam SEM diperoleh melalui rumus Hair *et. al.* (1995, p. 642)

$$Construct-reliability = \frac{(\sum std. Loading)^2}{(\sum std. Loading)^2 + \sum. J}$$

Keterangan:

- *Standard Loading* diperoleh dari *standarized loading* untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- $\epsilon_j$  adalah *measurement error* dari tiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari 1 – reliabilitas indikator. Tingkat reliabilitas yang dapat

diterima adalah  $\geq 0,7$ .

### **Teknik Analisis Data**

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan adalah *SEM* atau *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program *AMOS*. Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat dimensional (yaitu mengukur apa indikator dari sebuah konsep) dan regresif (mengukur pengaruh atau derajat hubungan antara faktor yang telah diidentifikasi dimensinya).

### **PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN**

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis variabel-variabel yang berkaitan Variabel Kualitas layanan inti, kualitas pelayanan peripheral, pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi, ikatan emosional, terhadap loyalitas pelanggan pada Mini Market Madina Kec. Kedungmundu Semarang yang didukung oleh beberapa jurnal penelitian, antara lain : Lamb, Hair dan Mc. Daniel ( 2000), Gronroos (1997), Wilkie dan Moore (1994) dalam Homburg, Hoyer dan Fassmacht (2002 ), Levesque dan McDougall ( 1996 ); McDougall dan Levesque, ( 1994 ); Parasuraman *et.al.*, ( 1991), Waston and Telegen, (1985), dalam Park, et, al., (2005), Aaker (1991).

Hasil dari penelitian yang diharapkan dapat menjawab hipotesis yaitu : Hipotesis1 kualitas layanan inti,berpengaruh positif terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi. Hipotesis 2 kualitas layanan peripheral,berpengaruh positif Pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi. Hipotesis 3 Pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi,berpengaruh positif terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel. Hipotesis 4 ikatan emosional, berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ritel. Hipotesis 5 kepuasan, berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ritel.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara metode *incidental sampling*. Jumlah responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang datang minimal 3 ( tiga ) telah datang ke Minimarket Madina. Dalam pengumpulan data, metode yang digunakan adalah metode angket ( kuesioner terstruktur ) berupa pertanyaan – pertanyaan tertutup dan terbuka, dimana pertanyaan tertutup dibuat dengan skala interval, kemudian diolah yang menunjukkan pengaruh atau hubungan antar variabel. Sedang pertanyaan terbuka diperlukan untuk mendukung secara kualitatif dari data kuantitatif yang diperoleh dan akhirnya dapat digunakan sebagai implikasi manajerial. Teknik analisis yang dipakai untuk menginterpretasikan dan menganalisis data dalam

penelitian ini adalah dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dari *software* AMOS 16. Hasil analisis data tersebut akan menjelaskan hubungan kausalitas antara variabel yang sedang dikembangkan dalam model penelitian ini. Model yang diajukan dapat diterima setelah asumsi-asumsi telah terpenuhi yaitu normalitas dan *Standardized Residual Covariance*  $\pm 2,58$  Sementara nilai *Determinant of Sample Covariance Matrix*-nya 73,268.

Model pengukuran eksogen dan endogen telah diuji dengan menggunakan analisis konfirmatori. Selanjutnya model pengukuran tersebut dianalisis dengan *Structural Equation Model* (SEM) untuk model pengujian hubungan kausalitas antar variabel-variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh minat beli melalui keunggulan Unwahas ,citra perusahaan, dan *brand perceived quality* memenuhi kriteria *Goodness of Fit – Full Model with Modification Index* chi square= 87,616; probabilitas = 0,102; CMIN/DF = 1,217; GFI =0,924; TLI = 0,985; CFI = 0,989; RMSEA = 0,038. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima.

## Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian dengan menguji kelima hipotesis , maka akan diambil dan dijelaskan tentang kesimpulan hipotesis yang didasarkan pada bab sebelumnya. Hasil kesimpulan hipotesis adalah sebagai berikut:

Hasil Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan, bahwa hipotesis 1 **diterima** secara signifikan, dimana kualitas layanan inti,berpengaruh positif terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi.hubungan menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR=5.797$ ;  $CR \geq 2,00$  dengan taraf signifikan kurang dari 0,001 yang memenuhi syarat yaitu  $< 0.05$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif kualitas layanan inti,berpengaruh positif terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan inti,berpengaruh positif terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi akan semakin tinggi pula dan sebaliknya.

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan, bahwa hipotesis 2 **diterima** secara signifikan, dimana kualitas layanan peripheral,berpengaruh positif terhadap pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR= 5,201$ ;  $CR \geq 2,00$  dengan taraf signifikan kurang dari 0,001 yang memenuhi syarat yaitu $<0.05$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan peripheral terhadap pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi. Sehingga semakin tinggi kualitas layanan peripheral terhadap pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi semakin tinggi pula dan sebaliknya.

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan, bahwa hipotesis 3 **diterima** secara signifikan, dimana pengalaman yang dirasakan setelah

mengunjungi,berpengaruh signifikan positif terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR = 4,716$ ;  $CR \geq 2,00$  dengan taraf signifikan kurang dari 0,001. yang memenuhi syarat yaitu  $< 0,05$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif pengalaman yg dirasakan setelah mengunjungi terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel. Sehingga semakin tinggi pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel akan semakin tinggi pula dan sebaliknya.

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan, bahwa hipotesis 4 **diterima** secara signifikan, dimana ikatan emosional, berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ritel hubungan yang menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR = 2,029$ ;  $CR \geq 2,00$  dengan taraf signifikan 0,042. yang memenuhi syarat yaitu  $< 0,05$ . Sehingga semakin tinggi ikatan emosional terhadap loyalitas pelanggan akan semakin tinggi pula dan sebaliknya.

### **Kesimpulan mengenai Masalah Penelitian**

Semua loading factor yang merupakan ukuran diterima dan tidaknya indikator sebagai indikator suatu faktor mempunyai nilai  $> 0,40$ . hal ini berarti dari 14 indikator yang diajukan sebagai pembentuk faktor semuanya diterima sebagai variabel indikator laten, karena memenuhi taraf signifikansi yang ditetapkan yaitu pada taraf signifikansi 5%. Evaluasi asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis *structural equation model*, seperti evaluasi normalitas, *outlier*, *multicollinierity* dan evaluasi *standart residual covariance* telah terpenuhi.

Dengan diterimanya lima hipotesis penelitian dapat disimpulkan, kualitas layanan inti terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi. Kualitas layanan peripheral berpengaruh terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi. Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi,berpengaruh terhadap ikatan emosional pelanggan dengan ritel. Ikatan emosional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ritel.

Hasil dari analisis pengaruh membuktikan bahwa variabel kualitas layanan inti berpengaruh terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi mempunyai pengaruh positif secara langsung tertinggi (0.53) dibanding kualitas pelayanan peripheral terhadap terhadap Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi (0.20). sedangkan Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi terhadap ikatan emosional pelanggan (0.51) dibandingkan Ikatan emosional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan ritel (0.41).

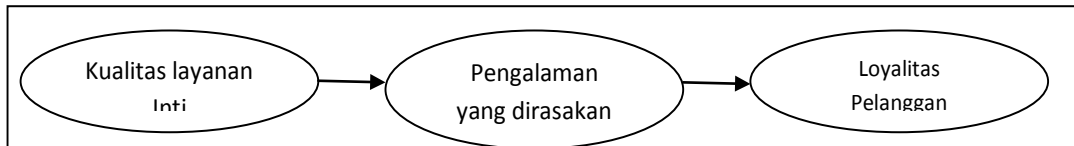
Hasil pengujian terhadap masalah penelitian seperti apa yang telah dilakukan membuktikan dan memberi kesimpulan untuk menjawab soal tersebut secara singkat menghasilkan proses dasar untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Pertama**, peningkatan kualitas layanan inti terhadap pengalaman yang



dirasakan setelah mengunjungi merupakan proses terwujudnya loyalitas pelanggan terwujud. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan peripheral yang dibangun melalui pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi mampu mengarahkan dan pada akhirnya akan mendorong tercapainya loyalitas pelanggan yang sesuai target. Proses pencapaian tersebut tersaji dalam gambar 5.1 sebagai berikut:

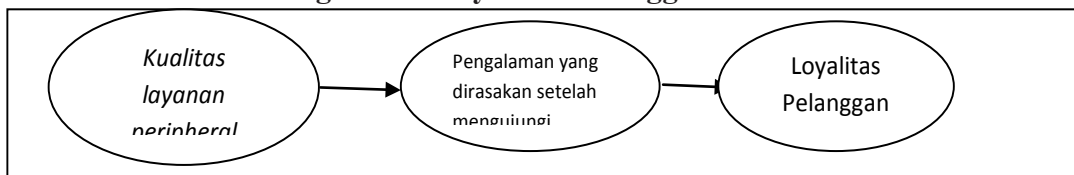
**Gambar**  
**Meningkatkan Loyalitas Pelanggan– Proses 1**



Hasil penelitian ini menyimpulkan sebuah jawaban atas rumusan masalah penelitian bahwa Peningkatan Kualitas Layanan merupakan proses terwujudnya loyalitas pelanggan. Dari hasil pengujian melalui alat analisis SEM dapat diketahui bahwa peningkatan Citra Unwahas merupakan proses terwujudnya Keunggulan Unwahas. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Unwahas yang diukur dari tindakan akan mampu meningkatkan Keunggulan Unwahas. Ini dapat diartikan Citra Unwahas secara tidak langsung berpengaruh paling dominan terhadap minat mahasiswa, sehingga untuk meningkatkan jumlah mahasiswa yang masuk ke Unwahas senantiasa meningkatkan Citra perguruan tingginya.

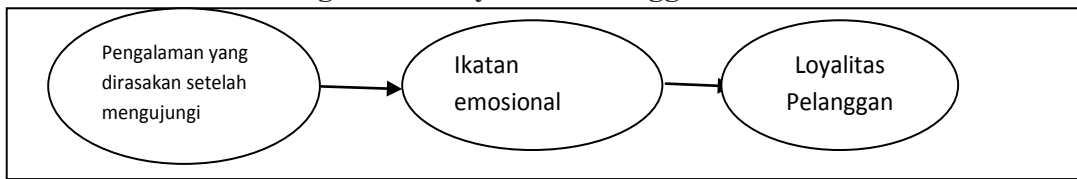
**Kedua**, Peningkatan kualitas layanan peripheral merupakan proses terwujudnya loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan peripheral yang dibangun berbasis pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi akhirnya akan mendorong tercapainya loyalitas pelanggan yang sesuai target. tersaji dalam gambar 5.2 sebagai berikut:

**Gambar**  
**Meningkatkan Loyalitas Pelanggan – Proses 2**



Ketiga, Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi dengan membangun ikatan emosional merupakan proses terwujudnya loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi yang dibangun dengan ikatan emosional akhirnya akan mendorong tercapainya loyalitas pelanggan yang sesuai target. tersaji dalam gambar 5.2 sebagai berikut:

**Gambar**  
**Meningkatkan Loyalitas Pelanggan – Proses 2**



Hasil penelitian ini menyimpulkan sebuah jawaban atas rumusan masalah penelitian

bahwa Loyalitas Pelanggan yang dibangun melalui layanan inti, layanan peripheral, pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi dan ikatan emosional tercapainya minat mahasiswa yang sesuai target. Dari hasil pengujian melalui alat analisis SEM dapat diketahui bahwa peningkatan loyalitas pelanggan Minimarket Madina Kec. Kedungmundu Semarang melalui kualitas layanan inti, layanan peripheral, dengan pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi, dan ikatan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa Minimarket Madina Kec. Kedungmundu Semarang dengan layanan inti, layanan peripheral berdasarkan pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi mampu membangun ikatan emosional pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

### Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas layanan inti, layanan peripheral, pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi akan mempengaruhi ikatan emosional dalam menentukan loyalitas pelanggan. Beberapa implikasi kebijakan sesuai dengan prioritas sebagai masukan bagi Minimarket Madina Kec. Kedungmundu Semarang, seperti yang tersajikan sebagai berikut :

**TABEL IMPLIKASI MANAJERIAL**

NO	INDIKATOR	SARAN KEBIJAKAN MANAJERIAL	JANGKA WAKTU
I	Loyalitas Pelanggan	Peran tenaga pemasaran dari Minimarket Madina Kec. Kedungmundu dalam mengelola minimarketnya perlu memperhatikan kualitas layanan inti, kualitas layanan peripheral sangat penting memperhatikan inovasi, keunikan, dan memiliki sesuatu beda dibandingkan minimarket lainya dengan mengikuti kemajuan pengetahuan dan tehnologi. Penguatan melalui ciri khas yang ada di Minimarket Madina senantiasa dipertahankan. Disamping itu sebaiknya Minimarket Madina senantiasa memperbaiki sarana prasarannya baik dalam proses pelayanan yang terkait di dalamnya sesuai dengan kebutuhan.	Jangka Pendek

2	Kualitas Layanan Inti dan layanan peripheral	Respon dari masyarakat terhadap Minimarket Madina cukup baik karena mempermudah bagi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari – hari.. Disarankan sebaiknya terus membangun layanan inti agar mencapai tujuan dan kepuasan. Untuk itu perlu adanya peningkatan mutu/ kapabilitas SDM seperti mengikuti pendidikan ke jenjang lebih tinggi dan pelatihan yang mendukung dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi sehingga kualitas layanan terus meningkat dari waktu ke waktu.	Jangka pendek
3	Pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi dan ikatan emosional	Kemampuan dalam membangun pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi bagi pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui ikatan emosional konsumen dengan menambahkan beberapa pelayanan peripheral seperti ; tempat penitipan anak, arena bermain, dan lain sebagainya Minimarket Madina memberikan banyak manfaat kepada masyarakat di sekitarnya.	Jangka Panjang

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang meningkatkan loyalitas pelanggan melalui layanan inti, layanan peripheral, pengalaman yang dirasakan setelah mengunjungi, dan ikatan emosional.

Namun dari hasil pembahasan tesis ini, dengan melihat latar belakang penelitian, justifikasi teori dan metode penelitian, maka dapat disampaikan beberapa keterbatasan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada uji kelayakan *full model - Structural Equation Model* (SEM) (Tabel 4.14), ada beberapa kriteria *goodness of fit* yang marjinal yakni AGFI yakni sebesar 0,890 karena disebabkan adanya beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel penelitian yang belum dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di satu tempat yaitu Minimarket Madina Kec. Kedungmundu saja.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Ardian; “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Di Rumah Sakit Ibu Dan Anak Di Semarang”, *Ekonomi Bisnis* Vol. 2, No.2, Mei 2002: 67-76
- Andreassen, Tor William, 1994, *Satisfaction, Loyalty and Reputation as indicators of Customer Orientation in the Public Sector*, *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7 No. 2 1994, pp. 16-34
- Berman, Barry dan Joel R. Evans, 2001, “Retail Management: A Strategic Approach”, Eighth Edition, Upper Saddle Review, NJ 07458, Prentice Hall.

- Bove, Liliana L dan Lester W Johnson, 2000, "A Customer-Services Worker Relationship Model", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.11, No.5
- Chang, Chih-hon dan Chia-Yu Tu, 2005, "Exploring Store Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty Relationship: Evidence from Taiwanese Hypermarket Industry", *The Journal of American Journal of Service Marketing*, Vol.12, No.4
- Chiou, Jyj-Shen, Cornelia Droge, dan Sangphet Hanvanich, 2002, "Does Customer Knowledge Affect How Loyalty is Formed?", *Journal of Service Research*, Vol. 5, No. 2
- Ferdinand, Augusty, (2000), *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, Augusty, 2006, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Foster, Bob.2008. *Manajemen Ritel*.alfabeta Bandung
- Foster, Brian dan John W. Cadogan, 2000, "Realtionship Selling and Customer Loyalty", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.18, No.4
- Hair, JR., Joseph F., Rolp E. Anderson, Ropnald L. Tatham and William C. Black, (1995), *Multivariate Data Analysis with Reading*, Fourth Ed., Prentice Hall International, Inc.
- Hidayati, Retno, 2002, "Analisis Model Persamaan Struktura Kepuasan Pelayanan Sebagai Strategi Menciptakan Pelayanan Prima Pada Rumah Sakit Telogorjo Semarang", *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 10/Desember/Th VII
- Homburg,Hoyer dan Fassnacht, 2002, " Service orientation of Retailers Business Strategy Dimensions,Antecedents, and Performance Outcomes", *Journal Of Marketing*, October,Vol.66,pp.86- 101.
- Hu Yu Ju, 2009, "Service Quality As Mediator Of The relationship Between Marketing Mix Strategy and Customer Loyalty: the Case of Retailing Store in Taian", *The International Journal of Organization Innovation*, Vol. 2, Num 2.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, (2002), " *Metodologi Penelitian Bisnis*", BPFE Yogyakarta
- Karsono, 2005, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota sebagai Variabel Pemeditasi", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5, No. 2, pp. 183-196.
- Lee, Moonkyu dan Lawrence F. Cunningham, 2001, "A Cost/ Benefit Approach to Understanding Service Loyalty, *Journal of Service Research*, Vol. 15, No. 2
- Mowen,J.C and M. Minor, 2002. *Customer Behaviour and Marketing Strategy*, Edisi Kelima, Singapore, The Mc.Graw Hill Companies.Inc.
- Peter., J. Oaul dan Olson Jerry C, 2005. *Customer Behaviour and Marketing*

- Strategy, 5th, Singapore, The Mc.Graw Hill Companies.Inc.
- Rachmawati, Veronika, 2009, “ Hubungan Antara Hedonic Shopping Value, Positive Emotion, dan Perilaku Impluse Buying Pada Konsumen Ritel”, Majalah Ekonomi, Tahun XIX, Nomor 2
- Rusdarti, 2004, ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang”, Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 13, Juli, pp 54-65.
- Saha, Parmita dan Zhao, Yanni, 2005, “Relationship Between Online Service Quality And Customer Satisfaction A study in Internet Banking”, Master’Thesis :083 SHU
- Samuel, Hartente, 2005, Respon Lingkungan Belanja Sebagai Stimulus Pembelian, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 17, no. 1, pp 13-30
- Serli Wijaya dan Sienny Thio. Implementasi Membership Card dan Pengaruhnya dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran di Surabaya.
- Sudarti, Ken, 2002, “ Pengaruh Nilai Bagi Pelanggan Dan Lingkungan Individu Pasien Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pasien Dalam Menggunakan Rumah Sakit”, Ekonomi Bisnis, Vol. 3, No. 2, Mei: 71-80
- Sugiyono, 2002, Metode Penelitian Bisnis, CV Alvabeta, Bandung
- Supranto, J., 2002, “Upaya Memuaskan Pelanggan Agar Menjadi Loyal”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis”, Vol. 2, No. 1
- Utami, Christina Whidya, 2006, ”Manajemen Ritel-Strategi dan Implementasi Ritel”, Jakarta, Salemba Empat
- Wijaya, S (2005), Study Eksploratif Perilaku Mahasiswa Universitas Kristen Petra dalam Memeilih Fast-Food Restaurant dan Non Fast-Food Restaurant di Surabaya, Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol. 1 (2).