



PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI, SALING KETERGANTUNGAN, KESELARASAN TUJUAN, DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA INDIVIDUAL (Studi Pada Perusahaan yang Menerapkan Teknologi Informasi di Makassar)
Bakri

PENGARUH PERSEPSIAN EFEKTIVITAS KONSUMEN, PENGETAHUAN EKOLOGI, DAN NILAI HIJAU PERSEPSIAN TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
*Elizabeth Dita Septiari
Nadia Nila Sari*

FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA PEMBIAYAAN BERMASALAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH DI INDONESIA
Irman Firmansyah

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN YANG DISEBABKAN OLEH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA PERUSAHAAN: KASUS PADA APOTEK X YOGYAKARTA
Maria Resina Restiarti

PENGARUH PENYAJIAN AKUNTANSI UNTUK LEASE RENEWAL OPTION BAGI KEPUTUSAN PEMBERIAN PINJAMAN OLEH LENDERS
Wahyu Pramesti

PENGARUH ASSET INTENSITY DAN EMPLOYEE INTENSITY TERHADAP STICKY COST PADA BIAYA PENJUALAN, ADMINISTRASI, DAN UMUM
*Yuniasih Wahyuningtyas
Yeterina Widi Nugrahanti*



Rp7.500,-

JEB	VOL. 8	NO. 2	Hal. 59-119	JULI 2014	ISSN: 1978 - 3116
-----	--------	-------	-------------	-----------	-------------------



Vol. 8, No. 2, Juli 2014

ISSN: 1978-3116

JURNAL
EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

EDITOR IN CHIEF

Djoko Susanto
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Dody Hapsoro
STIE YKPN Yogyakarta

I Putu Sugiarta Sanjaya
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dorethea Wahyu Ariani
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jaka Sriyana
Universitas Islam Yogyakarta

MANAGING EDITOR

Baldric Siregar
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL SECRETARY

Rudy Badrudin
STIE YKPN Yogyakarta

PUBLISHER

Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIE YKPN Yogyakarta
Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1406 Fax. (0274) 486155

EDITORIAL ADDRESS

Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1332 Fax. (0274) 486155
<http://www.stieykpn.ac.id> • *e-mail*: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id
Bank Mandiri atas nama STIE YKPN Yogyakarta No. Rekening **137 – 0095042814**

Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB) terbit sejak tahun 2007. JEB merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN) Yogyakarta. Penerbitan JEB dimaksudkan sebagai media penguatan karya ilmiah baik berupa kajian ilmiah maupun hasil penelitian di bidang ekonomi dan bisnis. Setiap naskah yang dikirimkan ke JEB akan ditelaah oleh MITRA BESTARI yang bidangnya sesuai. Daftar nama MITRA BESTARI akan dicantumkan pada nomor paling akhir dari setiap volume. Penulis akan menerima lima eksemplar cetak lepas (*off print*) setelah terbit.

JEB diterbitkan setahun tiga kali, yaitu pada bulan Maret, Juli, dan Nopember. Harga langganan JEB Rp7.500,- ditambah biaya kirim Rp17.500,- per eksemplar. Berlangganan minimal 1 tahun (volume) atau untuk 3 kali terbitan. Kami memberikan kemudahan bagi para pembaca dalam mengarsip karya ilmiah dalam bentuk *electronic file* artikel-artikel yang dimuat pada JEB dengan cara mengakses artikel-artikel tersebut di *website* STIE YKPN Yogyakarta (<http://www.stieykpn.ac.id>).

DAFTAR ISI

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI, SALING KETERGANTUNGAN, KESELARASAN TUJUAN,
DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA INDIVIDUAL
(Studi Pada Perusahaan yang Menerapkan Teknologi Informasi di Makassar)**

Bakri
59-70

**PENGARUH PERSEPSIAN EFEKTIVITAS KONSUMEN, PENGETAHUAN EKOLOGI, DAN NILAI HIJAU
PERSEPSIAN TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN**

Elizabeth Dita Septiari
Nadia Nila Sari
71-77

**FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA PEMBIAYAAN BERMASALAH PADA BANK PEMBIAYAAN
RAKYAT SYARIAH DI INDONESIA**

Irman Firmansyah
79-86

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN YANG DISEBABKAN OLEH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA PERUSAHAAN:
KASUS PADA APOTEK XYOGYAKARTA**

Maria Resina Restiarti
87-99

**PENGARUH PENYAJIAN AKUNTANSI UNTUK *LEASE RENEWAL OPTION* BAGI KEPUTUSAN
PEMBERIAN PINJAMAN OLEH *LENDERS***

Wahyu Pramesti
101-110

**PENGARUH *ASSET INTENSITY* DAN *EMPLOYEE INTENSITY* TERHADAP *STICKY COST*
PADA BIAYA PENJUALAN, ADMINISTRASI, DAN UMUM**

Yuniasih Wahyuningtyas
Yeterina Widi Nugrahanti
111-119

PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI, SALING KETERGANTUNGAN, KESELARASAN TUJUAN, DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA INDIVIDUAL (Studi Pada Perusahaan yang Menerapkan Teknologi Informasi di Makassar)

Bakri

E-mail: bakriwahid@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of information technology directly to individual performance, the influence of information technology on individual performance through the functioning of interdependence, harmony and communication objectives for individual performance. This study was conducted on the companies that use information technology in the city of Makassar, data collection is done by using a questionnaire that was delivered directly by the researchers to limit the charging time of the next three days taken by the researcher. Data analysis performed by the method Structural Equation Modeling (SEM) software package Partial Least Square (PLS). The results showed that 1) the information technology and significant positive impact on individual performance, 2) information technology has no effect on individual performance through the functioning of the independence between personal, departemental, and management functions, 3) information technology does not effect the functioning of individual performance through the alignment of individual and organizational goals, and 4) information technology and the significant positive impact on individual performance through the functioning of communication between departements and management functions.

Keywords: information technology, mutual dependence, goal alignment, communication, individual performance

JEL Classification: L24, O14

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan teknologi semakin pesat diiringi perkembangan sistem informasi yang berbasis teknologi. Perkembangan sistem informasi tersebut perlu didukung banyak faktor yang diharapkan dapat memberikan kesuksesan dari sistem informasi itu sendiri yang tercermin melalui kepuasan pemakai sistem informasi. Suatu sistem informasi akan sukses apabila didukung oleh beberapa faktor pendukungnya, di antaranya partisipasi pemakai. Organisasi yang memiliki kebijakan dan aturan yang memberikan keleluasan bagi kreatifitas individu akan mendorong seseorang untuk lebih memaksimalkan kesuksesan pengembangan sistem informasi.

Penggunaan teknologi informasi berkaitan dengan sistem yang berarti individu percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu akan terlepas dari suatu usaha tertentu melalui proses penggunaan aplikasi sistem. Suatu perusahaan sangat membutuhkan informasi untuk pengambilan keputusan dan salah satu yang ada yaitu informasi akuntansi manajemen pada intensitas persaingan pasar terhadap kinerja unit perusahaan. Hal ini mengindikasikan pentingnya peran mediasi yang dimainkan oleh sistem informasi dalam usaha organisasi untuk mengelola persaingan pasar dan meningkatkan kinerja karyawan.

Salah satu tujuan utama penelitian di bidang sistem informasi adalah untuk membantu tingkat pemakai akhir dan organisasi agar dapat memanfaatkan teknologi informasi secara efektif. Di bidang akuntansi, perkembangan teknologi informasi telah banyak membantu meningkatkan sistem informasi akuntansi. Peningkatan penggunaan teknologi komputer sebagai salah satu bentuk teknologi informasi telah banyak mengubah pemrosesan data akuntansi secara manual menjadi otomatis. Dengan otomatisasi atau sistem informasi yang berdasarkan pada komputer berbagai fungsi dapat dilakukan secara tepat dan cepat (Sunarta, 2005:1). Lebih lanjut dikatakan bahwa setiap organisasi yang ada saat ini telah banyak tersedia peralatan dengan teknologi tinggi yang bernilai sangat mahal. Peralatan tersebut digunakan untuk mendukung sistem informasi yang dibutuhkan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kinerja individu maupun kinerja organisasi.

Pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja individu dapat dilihat oleh manajemen untuk memastikan bahwa sistem baru yang berbasis komputer dapat digunakan untuk mengendalikan kinerja karyawan. Keberhasilan teknologi informasi suatu perusahaan tergantung bagaimana sistem dijalankan, kemudahan sistem bagi pemakainya, dan pemanfaatan teknologi yang digunakan. Saling ketergantungan adalah salah satu variabel yang perlu dipertimbangkan dalam menilai kinerja individual. Peneliti yang telah mengkaitkan secara langsung pengaruh saling ketergantungan adalah Ouwens dan Abernethy. Saling ketergantungan organisasional adalah pertukaran aktivitas yang terjadi antar-segmen yang ada dalam suatu organisasi (Chenhall, 1994). Evaluasi prestasi di dalam sub unit organisasi yang mempunyai tingkat saling ketergantungan yang tinggi kemungkinan dibantu dengan informasi non keuangan lingkup luas. Semakin tinggi tingkat saling ketergantungan menyebabkan semakin kompleksnya tugas yang dihadapi karyawan. Sebagai akibatnya karyawan membutuhkan informasi yang lebih banyak, baik itu informasi yang berkaitan dengan departemennya sendiri, atasan langsung, maupun informasi yang terkait dengan departemen lain.

Pimpinan perusahaan selalu menginginkan setiap karyawan sebagai anggota organisasi mencapai tujuan organisasi secara baik. Masalahnya adalah anggota organisasi perusahaan tersebut mempunyai kepentingan sendiri-sendiri yang terkadang cenderung

tidak sama dengan kepentingan perusahaan. Tujuan pokok sistem pengendalian manajemen adalah menjamin adanya keselarasan tujuan masing-masing karyawan kearah tercapainya tujuan perusahaan. Keselarasan tujuan dalam suatu proses berarti tindakan-tindakan yang mengarahkan setiap anggota untuk menyelaraskan tujuan pribadinya masing-masing sesuai dengan kepentingan perusahaan. Tentu saja keselarasan tujuan secara sempurna antara individu dan perusahaan itu tidak pernah ada. Satu alasan penting setiap orang bekerja, biasanya menginginkan kompensasi (dalam bentuk uang) sebesar mungkin. Sementara dari sudut pandang perusahaan, ada batas tertentu kompensasi yang dapat diberikan, sehingga minimal sistem pengendalian manajemen hendaknya tidak mendorong anggota organisasi bertindak tidak sesuai dengan kepentingan perusahaan. Keselarasan antara tujuan organisasi dan tujuan individu apabila telah didukung oleh sistem pengendalian manajemen. Pada umumnya berjalan baik, namun sisi lain ketidakpuasan dan perlawanan secara individu maupun kelompok masih terjadi sehingga timbul huru hara maupun demonstrasi.

Perkembangan komunikasi membawa pengaruh luar biasa pada kehidupan dan cara pandang seseorang terhadap teknologi. Sekarang dan di masa yang akan datang, komputer, telepon seluler, dan produk elektronik lainnya menjelma menjadi alat pendukung kerja yang utama dan telah mengubah cara pandang, perilaku karyawan dalam kehidupan sehari-hari, maupun mengubah mekanisme kerja sebuah perusahaan menjadi sebuah fenomena yang mengubah cara bekerja. Kemampuan komputasi yang berlipat ganda dengan fitur-fitur teknologi menghadirkan berbagai peluang, memberikan berbagai kemudahan bagi karyawan dalam berkomunikasi, serta memberikan pilihan-pilihan yang tidak tersedia sebelumnya untuk bekerja di mana saja dan kapan saja. Hambatan fisik yang sebelumnya mengharuskan bekerja pada lokasi tertentu untuk menyelesaikan tugas-tugasnya mulai digantikan secara spontan oleh komputer dan telepon seluler, akses kecepatan internet, serta perangkat lunak canggih kolaborasi.

Teknologi informasi, saling ketergantungan, keselarasan tujuan dan komunikasi menjadi penting artinya berkaitan dengan pencapaian kinerja individual yang tinggi. Penerapan teknologi dalam sistem informasi perusahaan hendaknya mempertimbangkan

pemakai sistem teknologi yang diterapkan dapat dimanfaatkan sesuai dengan tugas dan kemampuan pemakai. Tidak jarang ditemukan teknologi yang diterapkan dalam sistem informasi sering tidak tepat atau tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh individu pemakai sistem informasi sehingga sistem informasi kurang memberikan manfaat dalam meningkatkan kinerja individual (Irwansyah, 2003).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1) pengaruh teknologi informasi secara langsung terhadap kinerja individual, 2) pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja individual melalui berfungsinya saling ketergantungan antarpersonal, departemen, dan fungsi-fungsi manajemen, 3) pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja individual melalui berfungsinya keselarasan tujuan individu dan tujuan organisasi, dan 4) pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja individual melalui berfungsinya komunikasi antar personal, departemen dan fungsi-fungsi manajemen.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teknologi informasi yaitu teknologi komputer yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi serta teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengirimkan informasi. Definisi teknologi informasi sangatlah luas dan mencakup semua bentuk teknologi yang digunakan dalam menangkap, manipulasi, mengkomunikasikan, menyajikan, dan menggunakan data yang akan diubah menjadi informasi. Dalam penelitian sistem informasi, teknologi merujuk pada sistem komputer yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak dan data serta dukungan layanan yang disediakan untuk membantu para pemakai dalam menyelesaikan tugasnya. Kecocokan tugas dengan teknologi dapat berhubungan dengan lokabilitas data yang berkaitan dengan kemudahan dalam menemukan data yang dibutuhkan, otoritas dalam mengakses data, ketepatan waktu dalam menyelesaikan tugas, kemudahan dalam mengoperasikan sistem dan reliabilitas sistem.

Sistem informasi yang baru mencerminkan sikap individu pemakai tentang keyakinan bahwa sistem yang baru lebih baik daripada sistem sebelumnya. Kepercayaan ini dapat muncul karena kecepatan proses sistem yang baru dalam membantu pekerjaan dan rasa keadilan dalam penerapan sistem baru dapat menilai kinerja individu dengan lebih baik. Teknologi sistem

yang baru yang dipercaya oleh individu dapat meningkatkan kinerjanya yang akan menghasilkan tingkat pencapaian kinerja yang lebih baik oleh individu. Sistem yang berkualitas tinggi akan mempengaruhi kepercayaan pemakai bahwa dengan sistem tersebut tugas-tugas yang dihadapi akan dapat diselesaikan dengan lebih mudah dan cepat.

Saling ketergantungan terjadi apabila dua atau lebih individu maupun kelompok organisasi tergantung satu dengan yang lainnya menyelesaikan tugas-tugasnya. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif yang ditandai dengan perubahan-perubahan pesat di hampir semua aspek kehidupan, organisasi menghadapi ketidakpastian yang semakin besar. Organisasi harus menghadapi ketidakpastian tersebut dan berusaha mengubahnya menjadi kepastian (Laksmana 2002:5). Saling ketergantungan itu timbul apabila ada dua buah organisasi yang mempunyai fungsi dan spesialisasi yang berbeda. Misalnya perusahaan A, sebagai perusahaan *knock down furniture* kayu, melakukan proses produksi pengecatan, perakitan, dan menguasai pasaran ekspor yang cukup luas. Perusahaan B bergerak dalam bidang pembuatan komponen furnitur kayu. Oleh karena perusahaan B dekat dan menguasai sumber bahan baku, maka antara A dan B timbul saling ketergantungan satu sama lain karena perbedaan fungsi dan spesialisasi yang ada pada masing-masing organisasi tersebut. Terdapat aspek pasar, produk, dan bisnis dalam organisasi yang dapat mendorong tumbuhnya saling ketergantungan antarorganisasi baik dalam bentuk pertukaran informasi dan program kerjasama maupun pertukaran sumber daya. Semakin tinggi tingkat saling ketergantungan, menyebabkan semakin kompleknya tugas yang dihadapi karyawan. Sebagai akibatnya karyawan membutuhkan informasi yang lebih banyak, baik itu informasi yang berkaitan dengan departemennya sendiri maupun informasi yang terkait dengan departemen lain. Pengukuran kinerja terhadap unit yang mempunyai tingkat saling ketergantungan yang tinggi akan sangat bermanfaat apabila pengukuran tersebut tidak hanya mencakup penilaian pencapaian target.

Keselarasan tujuan didefinisikan sebagai seberapa jauh organisasi-organisasi secara serempak mencapai tujuannya atau seberapa jauh suatu organisasi menyadari bahwa dalam suatu hubungan kerja, pencapaian tujuan juga dipengaruhi oleh tindakan

organisasi lain sebagai mitranya. Keselarasan tujuan memungkinkan organisasi lebih terbuka dalam pertukaran informasi dan interaksi lainnya sehingga dapat mengurangi distorsi yang menghambat efektifitas hubungan kerja sama. Keselarasan tujuan mengandung unsur tujuan dalam bidang usaha, ekonomi, sosial, dan tujuan konsumen atau klien. Hubungan keselarasan tujuan dengan kinerja individual adalah dengan keselarasan tujuan yang tinggi dan tidak adanya konflik berpengaruh terhadap kinerja individual. Pengaruh ini dapat terjadi akibat tidak adanya suasana dinamis yang dapat muncul apabila terdapat ketidakselarasan atau bahkan konflik pada sebuah aktivitas.

Komunikasi dapat diartikan sebagai proses peralihan dan pertukaran informasi oleh manusia melalui adaptasi dari dan ke dalam sebuah sistem kehidupan manusia dan lingkungannya. Proses peralihan dan pertukaran informasi itu dilakukan melalui simbol-simbol bahasa verbal maupun nonverbal yang dipahami bersama. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi di antara dua orang atau lebih dengan harapan terjadinya pengaruh yang positif atau menimbulkan efek tertentu yang diharapkan. Komunikasi adalah persepsi dan apresiasi. Perusahaan dengan praktik komunikasi yang baik dilaporkan memiliki tingkat *employee engagement* empat kali lebih tinggi dibandingkan dengan yang komunikasinya buruk.

Hubungan komunikasi dengan kinerja individual menunjukkan bahwa tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang, betapa unggulnya seseorang/sebuah tim, keberhasilan tidak akan diperoleh tanpa penguasaan keterampilan komunikasi yang efektif. Keterampilan melakukan komunikasi yang efektif akan berperan besar dalam mendukung pencapaian kinerja individu dari seluruh aktifitas. Untuk dapat melakukan komunikasi yang efektif maka kemampuan untuk mengirimkan informasi yang baik, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik merupakan bagian yang sangat penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan/kinerja.

Kinerja individual merupakan penampilan hasil kerja individual pegawai baik secara kuantitas maupun kualitas. Kinerja dapat berupa penampilan kerja perorangan maupun kelompok (Ilyas, 2007). Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi determinan kinerja individu, perlu dilakukan pengkajian terhadap

teori kinerja. Secara umum faktor fisik dan non fisik sangat mempengaruhi. Berbagai kondisi lingkungan fisik sangat mempengaruhi kondisi karyawan dalam bekerja. Selain itu, kondisi lingkungan fisik juga akan mempengaruhi berfungsinya faktor lingkungan non fisik. Kinerja individual merupakan salah satu alat ukur bagi pencapaian tujuan organisasi. Kinerja hakikatnya adalah suatu hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.

Penelitian Laksmana dan Muslichah (2002) mengkaji peran karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen (SAM) terhadap hubungan antara teknologi informasi, saling ketergantungan, dan kinerja manajerial. Karakteristik SAM didefinisikan sebagai tingkat dimana manajer menggunakan informasi SAM *scope* untuk pengambilan keputusan manajerial. Respon yang diperoleh dari 110 manajer yang bekerja pada perusahaan industri manufaktur di Jawa Timur dianalisis dengan menggunakan *structural equation modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik SAM bertindak sebagai variabel antara dalam hubungan antara teknologi informasi, saling ketergantungan, dan kinerja manajerial.

Penelitian yang dilakukan oleh Laksmana (2002) menganalisis pengaruh dan implikasi beberapa karakteristik perilaku terhadap kinerja perusahaan dalam hubungan kontraktual antara perusahaan manufaktur dan pemasok. Penelitian ini dikembangkan dari kerangka hubungan kontraktual. Variabel-variabel yang diteliti terdiri saling ketergantungan, kepercayaan dan keselarasan tujuan sebagai variabel bebas yang akan diuji pengaruhnya terhadap variabel kinerja perusahaan melalui variabel kooperasi. Berdasarkan model teoritis yang diajukan dalam penelitian ini teknik-teknik statistik yang digunakan adalah analisis korelasi multivariat, analisis regresi, dan analisis jalur digunakan untuk menganalisis data dan menguji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang telah melakukan hubungan kontraktual dengan pemasoknya secara berkesinambungan minimal satu tahun dan barang yang dibeli tersebut mempunyai pengaruh dominan pada proses produksi. Sampel diambil secara *purposive* sebanyak 51 peru-

sahaan manufaktur di Jawa dan Kalimantan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara variabel-variabel saling ketergantungan dengan kooperasi, variabel kepercayaan dengan kooperasi, keselarasan tujuan dengan kooperasi, variabel kooperasi dengan kinerja perusahaan dan kinerja yang semula tidak di hipotesiskan ternyata mempunyai hubungan yang signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Salman (2005) melihat hubungan teknologi sistem informasi baru terhadap peningkatan kinerja individual. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel pada mahasiswa S1 yang telah merampungkan semua mata kuliahnya sebagai pemakai sistem jaringan LAN dan internet dan mahasiswa S2 Akuntansi UGM sebagai pemakai sistem. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sistem informasi baru dan teknologi sistem informasi baru terhadap peningkatan kinerja individu menunjukkan hasil yang positif. Penambahan variabel kepercayaan terhadap sistem informasi baru makin meningkatkan kinerja individu pemakai.

Teknologi informasi dapat membantu perusahaan dalam memperoleh informasi yang kompetitif dan dapat menyajikan informasi dalam bentuk yang berguna serta dapat digunakan untuk mengirim informasi ke orang lain atau ke lokasi lain. Teknologi informasi mengintegrasikan data dari berbagai bagian, mengurangi pekerjaan klerikal, dan mempercepat penyajian data yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan secara cepat dan tepat yang pada akhirnya dapat menjadi bahan evaluasi kinerja individu, khususnya pihak penyedia laporan. Berdasarkan uraian tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: Teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja individual.

Saling ketergantungan itu timbul apabila ada dua buah organisasi yang mempunyai fungsi dan spesialisasi yang berbeda. Terdapat aspek pasar, produk, dan bisnis dalam organisasi yang dapat mendorong tumbuhnya saling ketergantungan antarindividu maupun organisasi baik dalam bentuk pertukaran informasi dan program kerjasama maupun pertukaran sumber daya. Evaluasi prestasi terhadap individu dan sub unit organisasi yang mempunyai tingkat interdependensi yang tinggi kemungkinan dibantu dengan informasi yang mempunyai ruang lingkup luas. Ukuran kinerja terhadap unit yang mempunyai tingkat saling ketergan-

tungan akan sangat bermanfaat apabila ukuran tersebut mencakup ukuran untuk menilai reliabilitas, kerjasama, dan fleksibilitas tiap-tiap individu yang berkompeten dalam organisasi. Berdasarkan uraian tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: Teknologi informasi mempengaruhi kinerja individual melalui berfungsinya saling ketergantungan antar personel, departemen, dan fungsi-fungsi manajemen.

Dua faktor yang mempengaruhi keselarasan tujuan yaitu pertama faktor eksternal berupa norma yang mencakup sikap yang secara kolektif dan sering disebut sebagai etos kerja yang diwujudkan melalui loyalitas karyawan terhadap organisasi, keuletan, semangat dan juga kebanggaan yang dimiliki pegawai dalam menjalankan tugas. Kedua, faktor internal yang diimplikasikan dalam bentuk keyakinan bersama, nilai-nilai hidup yang dianut, norma-norma perilaku serta norma yang dimanifestasikan di seluruh jajaran organisasi. Keselarasan tujuan juga berimplikasi kepada gaya manajemen, sikap bawahan setiap individu yang mencerminkan apa yang dianggap sebagai sikap atasannya, dan sikap atasan pada akhirnya berpijak pada sikap CEO. Berdasarkan uraian tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: Teknologi informasi mempengaruhi kinerja individual melalui berfungsinya keselarasan tujuan individu dengan tujuan organisasi.

Bagi sebagian orang, cara berkomunikasi seolah dianggap baru sempurna kalau dilakukan secara lisan dengan bertatap muka secara langsung. Demikian pula dalam cara bekerja, adakalanya pergi ke kantor merupakan suatu keharusan. Padahal, di era serba cepat seperti sekarang, pekerjaan selayaknya berorientasi pada memaksimalkan *output*. Untuk pekerjaan tertentu, tidak mutlak lagi harus dikerjakan di kantor tetapi dapat juga dikerjakan di mana saja, karena pekerja di era *cyber* seperti sekarang ini, seseorang dapat mengakses data, *e-mail*, *fax*, *voice mail* di mana pun berada. Berdasarkan uraian tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H4: Teknologi informasi mempengaruhi kinerja individual melalui berfungsinya komunikasi antarpersonel, departemen, dan fungsi-fungsi manajemen.

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan yang menerapkan teknologi informasi di Makassar.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik tinjauan pustaka yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan pada berbagai pustaka dengan membaca atau mempelajari buku-buku literatur yang erat hubungannya dengan penulisan ini dan menunjang pembahasan selanjutnya. Di samping itu, pengumpulan data dilakukan dengan observasi yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung dalam penelitian ini, kuesioner atau angket yang digunakan untuk menjangkau data primer sehubungan variabel penelitian ini yaitu teknologi informasi, saling ketergantungan, keselarasan tujuan, komunikasi, dan kinerja individu, dan *interview* yang dilakukan dengan cara wawancara secara langsung pada pihak-pihak yang berwenang memberikan informasi yang sesuai dengan data yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan hipotesis deskriptif, yaitu data diperoleh dengan melakukan pengumpulan data dengan kuesioner, dari jurnal-jurnal, buku, dan literatur yang erat hubungannya dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer berupa persepsi para responden terhadap variabel-variabel yang digunakan. Modus komunikasi untuk memperoleh data dari responden dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode distribusi langsung, yaitu mendatangi para responden secara langsung untuk menyerahkan ataupun mengumpulkan kembali kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menerapkan teknologi informasi di Makassar dan yang menjadi sampel penelitian ini adalah karyawan perusahaan yang diwakili oleh departemen IT, keuangan, dan *accounting*. Untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya maka metode analisis yang digunakan adalah 1) Uji Validitas, dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. 2) Uji Reliabilitas yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau kekonsistenan alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Metode pengujian hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KI &= \alpha + \beta TI + e \\ KI &= \alpha + \beta_1 SK + \beta_2 KT + \beta_3 KOM + e \\ SK &= \alpha + \beta TI + e \\ KT &= \alpha + \beta TI + e \\ KOM &= \alpha + \beta TI + e \end{aligned}$$

Dimana:

KI : Kinerja Individual
 TI : Teknologi Informasi
 SK : Saling Ketergantungan
 KT : Keselarasan Tujuan
 KOM : Komunikasi
 α dan β : Parameter yang akan di estimasi
 e : Variabel yang tidak diteliti atau besarnya pengaruh diluar model pengganggu

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini maka akan digunakan analisis multivariat dengan model persamaan Struktural (*Struktural Equation Modelling*) menggunakan Program SMART PLS dimana data yang diperoleh minimal 100 sampel (Zulganef, 2006).

HASIL PENELITIAN

Pengambilan data lapangan dilakukan secara langsung pada perusahaan yang telah menggunakan teknologi informasi di Makassar sebanyak 12 perusahaan dengan *respon rate* cukup baik. Hal ini nampak dari 160 kuesioner yang disebarkan, sebanyak 112 kuesioner kembali (70%). Kemudian dari 112 kuesioner, sebanyak 8 kuesioner tidak dapat diolah karena data yang diisi kurang lengkap.

Hasil penelitian berdasarkan deskripsi identitas responden pada perusahaan yang menerapkan teknologi informasi di Makassar adalah sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 1, nampak mayoritas jenis kelamin responden adalah karyawan laki-laki (62%), tingkat usia responden yang paling dominan adalah usia di bawah 31 tahun (50%), rata-rata masa kerja responden didominasi oleh karyawan yang berumur 4-6 tahun (33%) karena karyawan yang masa kerjanya 7-9 tahun memegang jabatan strategis sehingga hanya berfungsi *controlling* dan manajerial, rata-rata tingkat pendidikan responden adalah setara strata 1 (82%).

Uji validitas menguji seberapa baik satu atau

Tabel 1
Deskripsi Identitas Responden

NO	KARAKTERISTIK RESPONDEN	JENIS KELAMIN	USIA RESPONDEN	MASA KERJA	TINGKAT PENDIDIKAN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE
1	LAKI-LAKI	64					62%
2	PEREMPUAN	40					38%
3	USIA < 31 THN		52				50%
4	USIA 31-35 THN		27				26%
5	USIA 36-40 THN		17				16%
6	USIA > 40 THN		8				8%
7	MASA KERJA 1-3 THN			25			24%
8	MASA KERJA 4-6 THN			34		104	33%
9	MASA KERJA 7-9 THN			26			25%
10	MASA KERJA > 9THN			19			18%
11	PEND SMU				8		8%
12	PEND DIPLOMA				7		7%
13	PEND S1				86		83%
14	PEND S2				3		3%

Sumber: Data primer.

seperangkat instrumen pengukuran mengukur dengan tepat suatu konsep studi yang dimaksudkan untuk diukur. Berikut ini disajikan hasil uji validitas dilakukan dengan melihat *cross loading* dan *convergent validity*. Hasil *cross loading* dikatakan valid apabila indikator nilai *loading*-nya di atas 0,50 (Ghozali, 2006).

Berdasarkan Tabel 2, nampak semua *loading factor* nilainya di atas 0,50 sehingga dapat dilihat

bahwa semua *construct* memiliki *convergen validity* yang baik yang berarti menunjukkan bahwa setiap pertanyaan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel teknologi informasi, saling ketergantungan, keselarasan tujuan, komunikasi, dan kinerja individual. Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan dan ketepatan suatu alat ukur atau alat uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Konstruk

Tabel 2
Cross Loadings

	TI	SK	KT	KOM	KI		TI	SK	KT	KOM	KI
X13	0.704					X34			0.578		
X14	0.775					X35			0.699		
X15	0.786					X41				0.549	
X16	0.732					X42				0.710	
X21		0.696				X43				0.743	
X22		0.531				X44				0.796	
X23		0.731				X45				0.730	
X24		0.824				Y51					0.718
X25		0.775				Y52					0.770
X31			0.717			Y53					0.772
X32			0.574			Y54					0.727
X33			0.503								

Sumber: Data primer, diolah.

dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *composite reliability*nya di atas 0,80 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50.

Tabel 3
Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Composite Reliability	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
TI	0.837	TI	0.562
SK	0.839	SK	0.516
KT	0.754	KT	0.384
KOM	0.834	KOM	0.505
KI	0.835	KI	0.558

Sumber: Data primer, diolah.

Berdasarkan Tabel 3, nampak hanya variabel keselarasan tujuan yang tidak memenuhi *composite reliability* serta *average variance extracted*, namun dominan kedua persyaratan tersebut terpenuhi sehingga dapat dikatakan bahwa memenuhi syarat uji reliabilitas dan memenuhi syarat untuk di uji.

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Berikut ini disajikan hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan *SmartPLS*.

Tabel 4
Nilai R-Square

Variabel	R-square
TI	0,00
SK	0.141
KT	0.086
KOM	0.122
KI	0.338

Sumber: Output SmartPLS 2013.

Tabel 4 menunjukkan nilai *R-square* konstruk TI sebesar 0,00 konstruk SK sebesar 0,141, konstruk KT sebesar 0,086, KOM sebesar 0,122 dan KI sebesar 0,338. Semakin tinggi nilai *R-square*, maka semakin besar kemampuan variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel dependen sehingga semakin baik persamaan struktural.

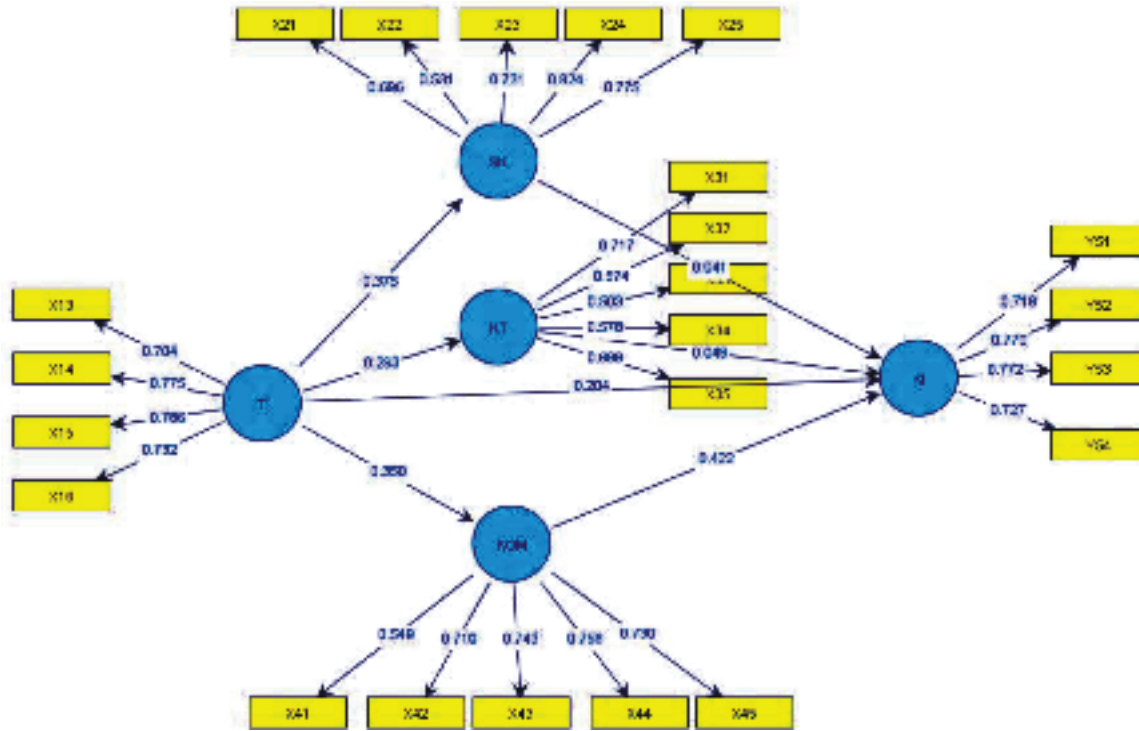
Setelah dilakukan pengujian inner model atau model structural maka dapat dilihat hubungan antar-konstruk dan antarvariabel dengan analisis SEM secara keseluruhan sebagai berikut:

Signifikasi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan adalah $\pm 1,645$ signifikan pada $p < 0.05$ (*1-tailed*) dan $\pm 1,960$ (*2-tailed*). Tabel 5 berikut ini menunjukkan *output estimasi* untuk pengujian model struktural.

PEMBAHASAN

Sebagaimana Tabel 5 dan Gambar 2 nampak *weight* masing masing indikator hubungan antara teknologi informasi dengan kinerja individual memberikan nilai estimasi parameter 0,204 dengan nilai t-statistik 2,239 signifikan pada 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada jauh diatas nilai kritis $\pm 1,960$ (*2-tailed*). Dengan demikian, hipotesis 1 teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja individual. Hal ini menunjukkan bahwa sistem yang sesuai dengan kebutuhan tugas individu mudah untuk digunakan, mudah untuk mempelajarinya dan bersifat *user friendly* menyebabkan sistem tersebut merupakan solusi yang efektif untuk kebutuhan tugas seorang individu.

Saling ketergantungan memberikan nilai estimasi parameter 0,375 dengan nilai t-statistik 3,005 dan signifikan pada 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada jauh di atas nilai kritis $\pm 1,960$ (*2-tailed*). Namun, hubungan antara saling ketergantungan dengan kinerja individu memberikan nilai estimasi parameter 0,041 dengan nilai t-statistik 0,221 berada di bawah dan tidak signifikan terhadap *crombat alpha* 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada di bawah nilai kritis $\pm 1,960$ (*2-tailed*). Hal ini menunjukkan lemahnya hubungan antara saling ketergantungan dengan kinerja individual. Dengan demikian, teknologi informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja individual melalui



Sumber: Output SmartPLS 2013

Gambar 1
Full Model SEM

Tabel 5
Result For Inner Weights

Variabel	Original Sample Estimate	Mean Of Subsamples	Standard Deviation	T-Statistic	Kesimpulan
TI → SK	0.375	0.422	0.125	3.005	Diterima
TI → KT	0.293	0.341	0.194	1.514	Ditolak
TI → KOM	0.350	0.384	0.114	3.055	Diterima
TI → KI	0.204	0.209	0.165	2.239	Diterima
SK → KI	0.041	0.039	0.184	0.221	Ditolak
KT → KI	0.049	0.065	0.202	0.244	Ditolak
KOM → KI	0.422	0.454	0.184	2.298	Diterima

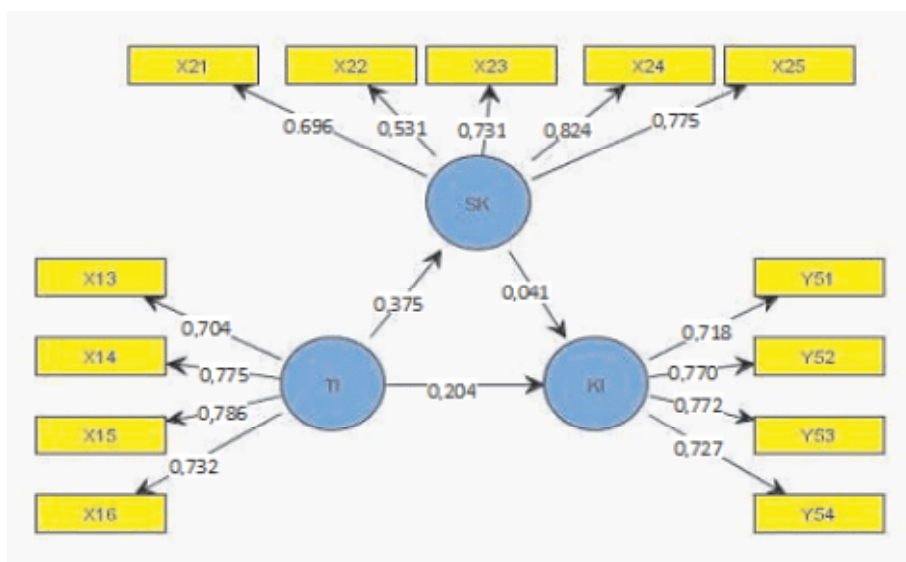
Sumber: Output SmartPLS 2013

berfungsinya saling ketergantungan antar personal, departemen, dan fungsi-fungsi manajemen. Dengan demikian, hipotesis 2 ditolak. Saling ketergantungan umumnya hanya meningkatkan kompleksitas tugas yang terkait dengan koordinasi dan kontrol yang dilakukan oleh manajer, sementara pada level individual rata-rata karyawan di lapangan saling ketergantungan hanya ada pada saat tertentu seperti permintaan laporan dan kebutuhan data yang akan diberikan kepada pimpinan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Laksmna, 2002) bahwa ditemukan pengaruh positif dan signifikan antara saling ketergantungan dengan kooperasi yang saling menguntungkan antara organisasi.

Berdasarkan Gambar 3 dan Tabel 5 nampak nilai *weigh* masing-masing indikator hubungan antara teknologi informasi dengan keselarasan tujuan memberikan nilai estimasi parameter 0,293 dengan nilai t-statistik 1,514 signifikan pada 0,05, namun Nilai t-statistik tersebut berada di bawah nilai kritis $\pm 1,960$ (*2-tailed*), hubungan antara keselarasan tujuan dengan kinerja individu memberikan nilai estimasi parameter

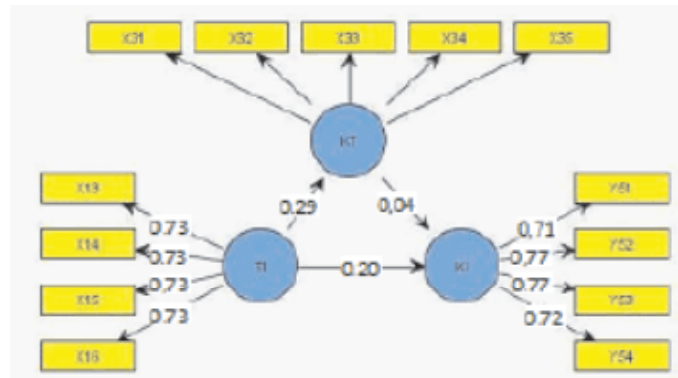
0,049 dengan nilai t-statistik 0,244 berada di bawah dan tidak signifikan terhadap *rombat alpha* 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada di bawah nilai kritis $\pm 1,960$ (*2-tailed*). Dengan demikian, teknologi informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja individual melalui berfungsinya keselarasan tujuan individu dan tujuan organisasi. Dengan demikian, hipotesis 3 ditolak. Pengaruh variabel ini sesuai dengan fakta di lapangan dapat dijelaskan bahwa dengan keselarasan tujuan yang tinggi dan tidak adanya konflik bahkan berpengaruh negatif terhadap kinerja individual. Hal ini sesuai dengan budaya karyawan. Pengaruh negatif ini dapat terjadi akibat tidak adanya suasana dinamis yang dapat muncul apabila terdapat ketidakselarasan atau bahkan konflik pada sebuah aktivitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laksmna (2002) yang menguji pengaruh keselarasan tujuan terhadap kinerja kooperasi dan kerjasama yang saling menguntungkan antarorganisasi.

Berdasarkan Gambar 4 dan Tabel 5 nampak hubungan antara teknologi informasi dengan komu-



Sumber: Output SmartPLS 2013.

Gambar 2
Hubungan Langsung dan Tidak Langsung TI terhadap KI melalui SK



Sumber: Output SmartPLS 2013.

Gambar 3
Hubungan Tidak Langsung TI terhadap KI melalui KT

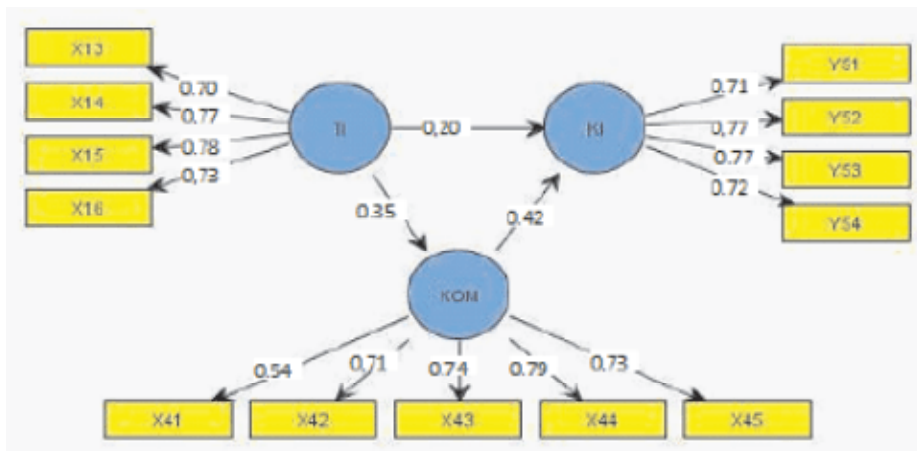
nikasi juga memberikan nilai estimasi parameter yang baik yaitu 3,50 dengan nilai t-statistik 3,055 signifikan pada *crombac alpha* 0,05 dan jauh di atas nilai kritis kritis ± 1,960 (2-tailed). Dengan demikian, teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja individual melalui berfungsinya komunikasi antara departemen dan fungsi-fungsi manajemen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardianto (2008) bahwa faktor-faktor komunikasi perlu ditingkatkan kualitasnya dengan menciptakan hubungan yang baik antara pimpinan dan pegawai serta lingkungan

kerja yang dapat memberikan kenyamanan bekerja bagi pegawai.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja setiap individual/karyawan khususnya bagi yang bekerja pada perusahaan yang telah menerapkan



Sumber: Output SmartPLS 2013

Gambar 4
Hubungan Tidak Langsung TI terhadap KI melalui KOM

teknologi informasi di Makassar. Berdasarkan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa 1) teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja individual. Penggunaan teknologi informasi memberikan manfaat yang dirasakan oleh pengguna/individu sehingga merasakan kepuasan tersendiri dan dapat meningkatkan kinerjanya, 2) teknologi informasi berpengaruh negatif terhadap kinerja individual melalui berfungsinya saling ketergantungan antarpersonal, departemen, dan fungsi-fungsi manajemen. Saling ketergantungan antara individu, unit organisasi, dan unit lain belum dirasakan manfaatnya dan kompleksitas tingginya saling ketergantungan masih berada pada jajaran manajer, 3) Teknologi informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja individual melalui berfungsinya keselarasan tujuan individu dan tujuan organisasi. Adanya keselarasan tujuan yang tinggi dan tidak adanya konflik bahkan berpengaruh negatif terhadap kinerja individual sesuai dengan budaya karyawan dimana suasana dinamis dapat muncul apabila terdapat ketidakselarasan atau bahkan konflik pada sebuah aktivitas, 4) teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja individual melalui berfungsinya komunikasi antara departemen dan fungsi-fungsi manajemen. Komunikasi menciptakan harmonisasi antara pimpinan, pegawai, serta lingkungan kerja yang dapat memberikan kenyamanan bekerja bagi pegawai. Komunikasi memelihara motivasi kepada karyawan tentang apa yang harus dilakukan dan seberapa baik melakukan pekerjaan.

Saran

Penelitian ini diharapkan mempunyai implikasi bagi manajemen perusahaan di Makassar, peneliti, dan akademisi, yaitu 1) bagi pihak manajemen perusahaan, penerapan teknologi informasi lebih ditekankan dominan kepada individu yang terbuka sehingga pemakai tidak hanya menggunakan sebatas jembatan menghasilkan laporan namun lebih dimaknai kepada tujuan penerapan dan fungsi khususnya terhadap individu sendiri, *stakeholder* sehingga membawa dampak kemajuan perusahaan yang lebih baik, 2) bagi pihak manajemen diharapkan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya baik berupa *software*, *hardware*, sistem, dan sumber daya manusia yang profesional di bidang teknologi informasi yang mendukungnya serta

diimbangi dengan meningkatkan keterampilan para pengguna teknologi informasi sehingga memperoleh manfaat yang potensial yang dapat meningkatkan nilai bisnis (kinerja) individual dan perusahaan, 3) bagi para peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong dan memotivasi peneliti berikutnya dan harapannya sampel yang digunakan lebih homogen sehingga hasil yang didapatkan lebih valid, akurat, dan tepat, dan 4) bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan literatur seperti yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi dan sistem informasi manajemen

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. "Analisis Kontribusi Nilai Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Proses Bisnis dan Dinamika Bersaing (Studi Empiris pada Hotel Bintang di Bali)". *Simposium Akuntansi Nasional 8*, Solo, 15-16 September.
- Irwansyah. 2003. "Evaluasi Pemakai Atas Kecocokan Tugas Teknologi yang Mempengaruhi Kinerja Individu". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Salman, Jumaili. 2005. "Kepercayaan Terhadap Teknologi Sistem Informasi Baru Dalam Evaluasi Kinerja Individual". *Simposium Akuntansi Nasional 8*, Solo, 15-16 September.
- Laksmiana, Arsono dan Muslichah. 2002. "Pengaruh Teknologi Informasi, Saling Ketergantungan, Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial." *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 4(2): 106-125.
- Laksmiana, Arsono. 2002. "Pengaruh Saling Ketergantungan, Kepercayaan dan Keselarasan Tujuan terhadap Kooperasi dan Kinerja Perusahaan Manufaktur Pada Hubungan Kontraktual dengan Pemasoknya". *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 4(1): 1-16.

Mardianto, Anang. 2005. "Analisis Pengaruh Komunikasi Atasan Bawahan dan Motivasi terhadap Kinerja di PT.BPD Jawa Tengah dan Surakarta". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta.

Chenhall, Robert H. 1994. "The Usefulness of Management Accounting Systems, Functional Differentiation and Managerial Effectiveness". *Accounting Organizations and Society*, 19(1): 1-13.

Sunarta dan Astuti Dwi. 2005. "Pengujian Terhadap *Technology To Performance Chain*: Pendekatan *Structural Equation Modeling*". *Simposium Akuntansi Nasional 8*, Solo, 15-16 September.

Ilyas, Baharuddin. 2007. *Statistika Terapan: Untuk Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*. Edisi Kedua. Makassar. Andira Publisher.

Zulganef. 2006. *Pemodelan Persamaan Struktur & Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung. Penerbit Pustaka.

PENGARUH PERSEPSIAN EFEKTIVITAS KONSUMEN, PENGETAHUAN EKOLOGI, DAN NILAI HIJAU PERSEPSIAN TERHADAP KEINGINAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN

Elizabeth Dita Septiari

Nadia Nila Sari

E-mail: ditaseptiari@staff.uajy.ac.id

ABSTRACT

Concern with environmental issues, many firm have started to develop green products as one of their awareness toward environmental problem. These firms are also responsible to meet the demand of environmentally conscious consumers by finding factors that influence consumer intention to buy environmentally friendly product (EFP). However, the effects of Ecological Knowledge, Green Perceived Value, and Perceived Customer Effectiveness in motivating consumers' Intention have not been tested together in the context of Purchase Intention in Indonesia. Therefore, this study develops a framework to identify the influences of Ecological Knowledge, Perceived Customer Effectiveness, and Green Perceived Value as predictor of consumers' intention toward EFP. Design/methodology/approach: A convenience sampling method will be employed. A questionnaire will be distributed to consumers who have shopping experience in department or convenience store which sell reusable bags (Carrefour, Giant, Superindo, Indomaret, Alfamart, etc). Regression will be used to analyze and verify the hypotheses. Practical implications: This study will give insight information to the firms about why consumers want to buy EFP, so that firms can make effective marketing strategies to increase future selling that concern to the environment.

Keywords: environmentally friendly products, purchase intention, ecological knowledge, perceived consumer effectiveness, green perceived value

JEL Classification: M31, Q57

PENDAHULUAN

Sejak munculnya isu pemanasan global, permasalahan lingkungan hidup menjadi agenda internasional dan menjadi perhatian berbagai negara. Di Indonesia, penyebab utama masalah lingkungan hidup adalah semakin bertambahnya jumlah penduduk dan semakin cepatnya perkembangan industri. Salah satu masalah lingkungan hidup yang cukup serius dialami Indonesia karena industrialisasi dan urbanisasi adalah masalah pengelolaan sampah. Sampah yang menimbulkan banyak masalah adalah sampah yang tidak dapat atau membutuhkan waktu lama untuk didaur ulang. Sampah tersebut menjadi polutan tanah sehingga dapat menimbulkan racun pada mata air.

Menurut Suyanto (2007), sampah rutin harian merupakan kontributor terbesar dalam polutan tanah. Di Jakarta sebanyak 6.000 hingga 6.400 ton sampah dihasilkan setiap harinya, dan lima belas persen dari jumlah tersebut merupakan sampah plastik (Republika

Online, 24 Februari 2013). Plastik merupakan sampah solid yang sering menyebabkan masalah pada lingkungan. Plastik baru dapat diuraikan setelah 500-1.000 tahun. Namun di sisi lain, penggunaan plastik tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Plastik berfungsi sebagai tempat menyimpan dan membawa barang belanjaan.

Menanggapi isu mengenai plastik tersebut, hampir semua supermarket menawarkan tas yang dapat digunakan kembali (*reusable bag*) sebagai pengganti plastik. Beberapa komunitas dan organisasi peduli lingkungan juga berusaha mengedukasi dan memberikan informasi untuk mengganti kebiasaan penggunaan tas plastik dengan *reusable bag*. Di sisi lain, meskipun kesadaran konsumen akan lingkungan meningkat, belum semua konsumen bersedia mengganti tas plastik dengan *reusable bag*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk ramah lingkungan, dengan produk yang difokuskan pada *reusable bag*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan ekologi (EK), nilai-nilai hijau persepsian (GPE), dan persepsian efektivitas konsumen (PCE). Melalui penelitian ini diharapkan perusahaan-perusahaan yang peduli pada lingkungan dapat lebih memahami perilaku konsumen untuk menumbuhkan minat membeli produk ramah lingkungan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Produk ramah lingkungan adalah produk yang tidak menimbulkan polusi pada bumi atau menimbulkan kerusakan lingkungan alam serta dapat didaur ulang atau diperbaharui. Saat ini konsumen lebih peduli pada kebiasaan sehari-hari dan dampaknya pada lingkungan. Kepedulian tersebut ditunjukkan dengan komitmen konsumen untuk menggunakan produk hijau. Di sisi lain, banyak perusahaan berusaha meyakinkan konsumen untuk membeli produk hijau agar masalah lingkungan yang timbul dari konsumsi individu dapat diminimalkan. Konsumen produk hijau bersedia menggunakan produk hijau apabila kebutuhan primernya berupa kualitas, kenyamanan, dan kemudahan akses sudah terpenuhi, dan merasa yakin bahwa produk hijau yang digunakan dapat membantu mengatasi masalah lingkungan.

Beberapa variabel akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk hijau. Variabel pertama adalah persepsian efektivitas konsumen (PCE). PCE merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dapat berkontribusi secara efektif pada pengurangan polusi (Tan, 2011). Menurut Kim (2005), PCE menyerupai konsep *self efficacy* dalam teori *social learning*. PCE menjadi kontrol yang membentuk kepercayaan seseorang bahwa tindakannya dapat berkontribusi bagi lingkungan (Vermeir dan Verbeke, 2004). Seseorang yang yakin bahwa usahanya efektif bagi pengurangan polusi akan memiliki kepedulian lingkungan yang lebih tinggi. Konsumen dengan PCE tinggi bersedia membeli produk hijau sebagai bentuk kontribusi untuk mengurangi polusi lingkungan dan meningkatkan kualitas lingkungan. PCE yang tinggi akan mengubah niat membeli produk hijau menjadi pembelian aktual. Berdasarkan studi empiris Vermeir dan Verbeke (2006) pada produk makanan organik, menunjukkan bahwa PCE memiliki pengaruh positif terhadap perilaku membeli produk hijau. Kim (2011) juga membuktikan bahwa PCE berpengaruh positif pada keinginan membeli produk hijau. Berdasarkan hasil penelitian Albayrak, Caber, Moutinho, dan Herstein (2011) PCE merupakan faktor antesenden penting yang berpengaruh positif pada perilaku membeli produk hijau. Semakin besar keyakinan konsumen bahwa tindakannya dapat mengurangi polusi, maka semakin besar keinginannya untuk memilih produk hijau untuk dikonsumsi. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: PCE memiliki pengaruh positif terhadap keinginan membeli produk hijau.

Selain PCE, EK juga memiliki hubungan dengan perilaku konsumen dalam menggunakan produk hijau. EK menunjukkan kemampuan seseorang untuk memahami dan mengevaluasi pengaruh ekosistem pada masyarakat dan juga menunjukkan pengetahuan seseorang mengenai isu lingkungan (Chan 2001, dan Tan 2011). Ada dua bentuk pengetahuan lingkungan yang akan mempengaruhi perilaku seseorang pada lingkungannya, 1) abstrak, yaitu pengetahuan dan kesadaran terhadap masalah-masalah lingkungan, penyebab, dan solusinya, dan 2) perilaku kongkret, yaitu pengetahuan mengenai fakta-fakta yang ada pada lingkungan. Pengetahuan secara abstrak memiliki pengaruh yang lebih

besar terhadap perilaku seseorang pada lingkungannya dibandingkan pengetahuan kongkret. Menurut Assael (2004) pengetahuan memiliki pengaruh yang relevan dalam setiap proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen. Pengetahuan akan membentuk cara konsumen mencari dan memperoleh informasi untuk mengambil (Laroche, *et al.*, 2001). Banyak penelitian di bidang lingkungan menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai lingkungan yang semakin meningkat akan mendorong peningkatan konsumsi produk hijau (Tan, 2011). Hasil penelitian Tanner dan Kast (2003) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif pada pembelian makanan organik. Cheah dan Phau (2011) menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai lingkungan berpengaruh positif pada keinginan konsumen untuk menggunakan produk hijau. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: EK memiliki pengaruh positif terhadap keinginan membeli produk hijau.

Varibel ketiga yang juga berpengaruh pada keinginan membeli produk hijau adalah GPV. Nilai persepsian berasal dari teori ekuitas yang membandingkan antara pengorbankan konsumen dengan yang diperoleh konsumen (Chang, *et al.*, 2009). Konsumen merasa adil apabila rasio antara yang dikorbankan dan yang didapatkan sama. Sejalan dengan penelitian Punniyamoorthy dan Raj (2007) yang mendefinisikan nilai persepsian sebagai penilaian konsumen secara keseluruhan mengenai utilitas suatu produk berdasarkan persepsi mengenai apa yang diterima dan apa yang diberikan. Pandangan tradisional hanya membandingkan antara kualitas sebagai hal yang diperoleh konsumen dengan harga sebagai hal yang dikorbankan konsumen. Namun sejak tahun 1990an banyak penelitian menunjukkan bahwa nilai persepsian lebih dari sekedar membandingkan harga dan kualitas (Gounaris, *et al.*, 2007). Penelitian ini menggunakan GPV untuk menggambarkan nilai persepsian yang dimiliki konsumen terhadap produk hijau. Beberapa penelitian empiris sebelumnya menunjukkan bahwa nilai persepsian memiliki pengaruh positif pada keinginan untuk membeli suatu produk (Chiu, *et al.*, 2005; Baek dan King, 2011). Hu, *et al.* (2009) juga membuktikan bahwa nilai persepsian berpengaruh positif pada perilaku membeli konsumen. Hasil studi empiris Chen dan Chang (2012) pada produk hijau juga menunjukkan GPV berpengaruh

positif pada keinginan untuk membeli produk hijau. Penelitian Shahrudin, *et al.* (2010) pada makanan organik di Malaysia juga menunjukkan bahwa GPV berpengaruh positif pada keinginan membeli produk hijau. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: GPV memiliki pengaruh positif terhadap keinginan membeli produk hijau.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei dengan kuesioner. Survei dilakukan di Yogyakarta. Metode *sampling* menggunakan non probabilitas dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria konsumen sering melakukan pembelian di supermarket untuk konsumsi diri sendiri ataupun anggota keluarganya. Supermarket yang dikunjungi menjual tas pakai ulang (*reusable bag*). Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 18 item pertanyaan yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya. Peneliti menggunakan permasalahan lingkungan umum untuk mengukur pengetahuan ekologi responden. Beberapa pertanyaan diadaptasikan dari studi yang telah dilakukan Chan (2001). Bagian kedua, responden akan menjawab menggunakan Skala Likert dari 1 hingga 5. Kuesioner mengenai efektifitas konsumen persepsian terdiri dari tiga item pertanyaan yang diadaptasi dari Laroche, *et al.* (2001). Kuesioner mengenai nilai hijau persepsian terdiri dari lima pertanyaan dan diadaptasi dari Chen dan Chang (2012), dan empat pertanyaan berkaitan dengan keinginan membeli produk hijau diadaptasi dari Cheah dan Phau (2011) serta Chan (2001).

HASIL PENELITIAN

Kuesioner yang disebar dalam penelitian ini berjumlah 150 kuesioner, namun yang kembali dan dapat diolah berjumlah 105 reponden. Berdasarkan hasil demografi, responden terdiri dari 36 pria dan 69 wanita. Sebagian besar responden berusia antara 25 – 35 tahun (71,4%), kedua terbanyak adalah responden berusia 18-24 tahun (19%). Berdasarkan pekerjaan responden, sebagian responden adalah mahasiswa (55,2%), kemudian ibu rumah tangga (38,1%). Sebanyak 56 responden pernah membeli tas daur ulang dan 49 tidak pernah membeli tas daur ulang.

Uji validitas dilakukan menggunakan analisis faktor dengan rotasi varimax (Tabel 1). Berdasarkan hasil

validitas ditemukan bahwa semua variabel memiliki validitas yang baik dengan faktor *loading* lebih besar daripada 0,50 yang menunjukkan hasil signifikan. Namun ada beberapa item pertanyaan yang harus dieliminasi yaitu GPI1 dan GPI2 karena faktor *loading* dari kedua faktor di bawah 0,50 dan tidak terletak dalam satu faktor. Sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* (Tabel 2).

Tabel 1
Hasil Tes Validitas

Bartlett's Test of Sphericity	395.639		
Significance	0.000		
	Component		
	1	2	3
PCE1		0.759	
PCE2		0.836	
PCE3		0.835	
GPV1	0.603		
GPV2	0.738		
GPV3	0.673		
GPV4	0.829		
GPV5	0.657		
GPI3			0.847
GPI4			0.762

Sumber: Output SPSS, data diolah.

Tabel 2
Hasil Tes Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item Pertanyaan
PCE	0.774	3
GPV	0.845	5
GPI	0.678	2

Sumber: Output SPSS, data diolah.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi. Meskipun pada Tabel 3 menunjukkan R² rendah (0,469 < 0,5), beberapa variabel independen terbukti secara signifikan berpengaruh pada variabel dependen. Hipotesis

1 didukung secara signifikan ($r = 0,259, p < 0,01$). Sedangkan hipotesis 2 tidak signifikan ($r = -0,018, p < 0,01$). Uji hipotesis 3 didukung secara signifikan, ($r = 0,571, p < 0,01$). Selain itu, berdasarkan nilai Standardized $\hat{\alpha}$ nilai hijau persepsian memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding dengan efektivitas konsumen persepsian terhadap keinginan membeli produk hijau.

Tabel 3
Analisis Regresi Berganda

R Square: 0.469

Adjusted R Square: 0.453

Model	Standardized $\hat{\alpha}$	Sig
EK	-0.18	0.806
PCE	0.259	0.001
GPV	0.571	0.000

Sumber: Output SPSS, data diolah.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa efektivitas konsumen persepsian berpengaruh positif terhadap keinginan membeli produk hijau didukung secara signifikan. Hasil ini sesuai dengan beberapa penemuan dari studi sebelumnya. Menurut Vermeir dan Verbeke (2006) konsumen yang percaya bahwa tindakannya berguna bagi lingkungan akan memiliki niat beli produk-produk yang bermanfaat untuk jangka panjang ataupun bermanfaat bagi lingkungan. Menurut Albayrak, *et al.* (2011) semakin besar keyakinan konsumen bahwa tindakannya dapat mengurangi polusi, maka semakin besar keinginannya untuk memilih produk hijau untuk dikonsumsi.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis 2 bahwa pengetahuan ekologi tidak berpengaruh terhadap keinginan membeli produk hijau. Hal ini kontradiksi dengan beberapa studi empiris (Tanner dan Kast, 2003; Cheah dan Phau, 2011). Dalam penelitian pengetahuan ekologi diukur dengan menanyakan pertanyaan faktual atau obyektif. Pengetahuan ekologi yang bersifat subyektif memiliki efek lebih besar terhadap tingkah laku lingkungan daripada pengetahuan yang obyektif, meskipun tidak signifikan, hal yang menarik adalah hubungan antara kedua variabel tersebut nega-

tif. Berdasarkan Junaedi (2006) pengetahuan ekologi akan mengurangi niat konsumen membeli produk hijau, karena pengetahuan yang tinggi mengenai ekologi membuat konsumen lebih kritis terhadap label hijau yang tertulis pada produk. Beberapa hasil penelitian menunjukkan 40% konsumen mengasumsikan produk yang di klaim sebagai produk ramah lingkungan oleh produsen, dianggap sebagai taktik bisnis untuk meningkatkan harga jual dari suatu produk.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa nilai hijau persepsian memiliki pengaruh positif terhadap keinginan membeli produk hijau. Shahardin *et al.* (2010) menemukan bahwa nilai hijau persepsian tidak hanya mengenai harga saja, tetapi juga manfaat dari memiliki, menggunakan dan mengkonsumsi produk. Menurut Chen dan Chang (2012), nilai hijau persepsian adalah penentu krusial dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen yang akan mempengaruhi niat beli produk hijau. Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai hijau persepsian memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan dengan efektivitas konsumen persepsian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pemasaran hijau menjadi menarik bagi perusahaan karena semakin berkembangnya informasi mengenai lingkungan dan kepedulian masyarakat pada lingkungan. Walaupun demikian ada pandangan skeptis mengenai konsumen, apakah konsumen benar-benar menggunakan produk ramah lingkungan dalam konsumsi kesehariannya. Tidak semua orang yang menganggap dirinya yang memperhatikan lingkungan akan membeli dan mengkonsumsi produk yang di posisikan sebagai produk ramah lingkungan. Hasil penelitian mendukung berbagai penelitian sebelumnya bahwa keinginan konsumen untuk membeli produk hijau dipengaruhi secara positif oleh efektivitas konsumen persepsian dan nilai hijau persepsian. Semakin tinggi konsumen merasa apa yang dilakukan akan berkontribusi terhadap lingkungan maka akan semakin besar keinginannya untuk membeli produk hijau. Begitu juga dengan nilai hijau persepsian, semakin konsumen merasa bahwa menggunakan produk hijau manfaatnya lebih besar daripada biayanya maka semakin besar

keinginan untuk membeli produk hijau. Pengetahuan ekologi, dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan pada keinginan konsumen untuk membeli produk hijau.

Saran

Hasil penelitian memberikan implikasi bagi perusahaan, khususnya pemasar dalam mempromosikan produk hijau. Perusahaan diharapkan dapat memperluas persepsi konsumen bahwa kontribusi mereka terhadap masalah lingkungan akan bermanfaat bagi lingkungannya. Perusahaan juga perlu memperbanyak informasi mengenai manfaat dari penggunaan produk hijau bagi konsumen sehingga konsumen rela membayar lebih untuk mendapatkan produk hijau, karena konsumen dapat merasakan bahwa manfaat yang mereka peroleh baik bagi diri sendiri maupun bagi lingkungan lebih besar dibandingkan dengan pengorbanan yang diberikan (nilai hijau persepsian positif). Di sisi lain, pemerintah dan lembaga-lembaga sosial juga diharapkan berperan serta dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berkontribusi dalam menjaga lingkungannya melalui perilaku konsumsinya.

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel-variabel independen yang digunakan dalam menguji pengaruh terhadap keinginan membeli produk hijau, misalkan risiko persepsian, budaya, dan kualitas produk persepsian. Selain itu penelitian selanjutnya dapat menggunakan kategori produk hijau lain seperti produk daur ulang, produk makanan organik, dan produk hemat energi sebagai objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Albayrak, T., Caber, M., Moutinho, L., and Herstein, R. 2011. "The Influence of Skepticism On Green Purchase Behavior". *International Journal of Business and Social Science*, 2(1): 191.
- Assael, H. 2004. "Consumer Behavior: A Strategic Approach". New York: Houghton Mifflin Company
- Baek, T.H., and King, K.W. 2011. "Exploring the Consequences of Brand Credibility in Services". *Journal of Services Marketing*, 25(4): 260-272.
- Chan, R.Y.K. 2001. "Determinants of Chinese Consumers' Green Purchase Behavior Green Purchase Intention (GPI)". *Psychology & Marketing*, John Wiley & Sons, Inc. 18(4): 389-413.
- Chang, H.H., Wang, Y.H., and Yang, W. Y. 2009. "The Impact of E-service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty on E-marketing: Moderating Effect of Perceived Value". *Total Quality Management*, 20(4): 423-443.
- Cheah, I., and Phau, I. 2011. "Attitudes Towards Environmentally Friendly Products - The Influence of Ecoliteracy, Interpersonal Influence and Value Orientation". *Marketing Intelligence & Planning*, 29(5): 452-472.
- Chen, Y.S., and Chang, C.H. 2012. "Enhance Green Purchase Intentions : The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust". *Management Decision*, 50(3): 43.
- Chiu, H.C., Hsieh, Y.C., and Kao, C.Y. 2005. "Website Quality and Customer's Behavioural Intention: An Exploratory Study of the Role of Information Asymmetry". *Total Quality Management & Business Excellence*, 16(2): 185-198.
- Gounaris, S.P., Tzempelikos, N.A., Chatzipanagiotou, K. 2007. "The Relationships of Customer Perceived Value, Satisfaction, Loyalty, and Behavioural Intention". *Journal of Relationship Marketing*, 6(1): 63-87.
- Hu, H.H., Kandampully, J., and Huwaheer, T.D. 2009. "Relationships and Impacts of Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, and Image: Emerica: An Empirical Study". *The Service Industries Journal*, 29(2): 111-125.
- Junaedi, S., M.F. 2006. "Pengembangan Model Prilaku Konsumen Berwawasan Lingkungan di Indonesia: Studi Perbandingan Kota Metropolitan dan Non Metropolitan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 21(4).
- Kim., Y. 2005. "Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE. In Advances in Consumer Research, (32) 592-599".
- Laroche, M., Bergeron, Jasmine, Forleo, B., and Guido. 2001. "Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products". *Journal of Consumer Marketing*, 18(6): 505.
- Punniyamoorthy, M., Raj, M.P.M. 2007. "An Empirical Model for Brand Loyalty Measurement". *Journal of Targeting Measurement and Analysis of Marketing*, 15(4): 222-233.
- Republika Online. 2014. Kurangi Kantong Plastik, Gunakan Reusable Bag. <http://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/13/02/24>. Diakses 4 Juli 2014.
- Shaharudin, M.R., Pani, J.J., Mansor, S.W., and Elias, S.J. 2010. "Purchase Intention on Organic Food: Perceived Value Overview". *Canadian Social Science*, 6(1): 70-79.
- Suyanto, M. 2007. Strategic Management Global Most Admired Companies. Yogyakarta, Penerbit Andi.
- Tan, Booi-Chen. 2011. "The Roles of Knowledge, Threat, and PCE on Green Purchase Behaviour". *International Journal of Business and Management*, 6(12): 15.

Tanner, C., and Kast, S. 2003. "Promoting Sustainable Consumption: Determinants of Green Purchases by Swiss Consumers". *Psychology & Marketing*, 20(10): 883 – 902.

Vermeir, I, and Verbeke, W. 2006. "Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer 'Attitude-Behavioral Intention' Gap". *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19 (2): 169–194.

FAKTOR PENYEBAB TERJADINYA PEMBIAYAAN BERMASALAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH DI INDONESIA

Irman Firmansyah

E-mail: irman.firmansyah@akuntanindonesia.or.id

ABSTRACT

Non Performing Finance (NPF) is indicator that show problem in managing finance at Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) so that author interested to analyze factors that influence to NPF at BPRS in Indonesia there are size, *Finance to Deposit Ratio* (FDR), Operating Expenses and Operating Income (BOPO), *Gross Domestic Product* (GDP), and inflation. This Research is empirical study at BPRS in 3 periods of observation in 2010-2012. Method applied this research is analytical quantitative method with empirical study approach. Data collecting technique by through secondary data that is data obtained from Indonesia sharia banking statistic. Analyzer applied is Ordinary Least Square (OLS). The result shows that FDR and GDP have positively affect, inflasi have negatively affect, but size and BOPO have not affect to NPF at BPRS in Indonesia.

Keywords: size bank, NPF, BPRS, FDR, BOPO, GDP, inflation, OLS

JEL Classification: E31, E43, G21, P24

PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang terpenting yang mempengaruhi perekonomian baik secara

mikro maupun secara makro. Fungsinya sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang surplus dengan pihak-pihak yang membutuhkan dana atau defisit. Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan yang menjual kepercayaan dan jasa, setiap bank berusaha sebanyak mungkin menarik nasabah baru, memperbesar dana-dananya dan juga memperbesar pemberian kredit dan jasa-jasanya (Simorangkir, 2004). Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, jenis perbankan terdiri dari Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Sedangkan pada perbankan syariah BPR yang dimaksud yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Sebagian besar bank yang ada di Indonesia masih mengandalkan kredit sebagai pemasukan utama dalam membiayai operasionalnya. Menurut Siamat (2005) salah satu alasan terkonsentrasinya usaha bank dalam penyaluran kredit adalah sifat usaha bank sebagai lembaga intermediasi antara unit surplus dengan unit defisit, dan sumber utama dana bank berasal dari masyarakat sehingga secara moral bank harus menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Sebagaimana umumnya negara berkembang, sumber pembiayaan dunia usaha di Indonesia masih didominasi oleh penyaluran kredit perbankan yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pemberian kredit merupakan aktivitas bank yang paling utama dalam menghasilkan keuntungan, tetapi risiko yang terbesar dalam bank juga bersumber dari pemberian kredit. Oleh karena itu, pemberian kredit harus dikawal dengan manajemen risiko yang ketat (Pratama, 2010).

Pada perbankan syariah, istilah kredit tidak digunakan karena identik mengandung unsur riba yang diharamkan oleh agama, sehingga istilah yang digunakan yaitu pembiayaan. Berbeda dengan kredit, pembiayaan lebih mengutamakan unsur kesepakatan dan transparansi sehingga nilai-nilai Islam tetap terjaga. Pada kenyataannya, dari jumlah pembiayaan yang disalurkan kepada masyarakat tersebut tidak semua pembiayaan berkategori sehat tetapi di antaranya merupakan pembiayaan yang mempunyai kualitas buruk atau bermasalah. Pembiayaan bermasalah ini dalam dunia perbankan syariah disebut *Non Performing Finance* (NPF). Ini merupakan fenomena biasa dalam dunia bisnis karena salah satu kegiatan utama perbankan syariah berasal dari penyaluran pembiayaan. Jika pembiayaan bermasalah melampaui batas kemampuan, maka akan menjadi masalah serius yang akan mengganggu profitabilitas bank bahkan mengancam likuiditas bank itu sendiri.

Beberapa hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap terjadinya pembiayaan macet ternyata mempunyai hasil yang berbeda-beda, yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Berdasar aspek internal, Adisaputra (2012) menemukan hasil bahwa BOPO dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh positif terhadap *Non Performing Loan* (NPL). Altunbas *et al.* (2000), dan Girardone *et al.* (2004) menjelaskan bahwa ada hubungan negatif antara bank yang tidak efisien (Biaya Operasional Pendapatan Operasional/BOPO) dengan NPL. Begitupun Misra dan Dhal (2009) dan Diyanti (2012) menemukan bahwa BOPO berpengaruh positif terhadap NPL. Faiz (2010) menemukan hasil bahwa LDR berpengaruh negatif terhadap NPL. Faktor lainnya yaitu ukuran bank pada penelitian Misra dan Dhal (2010) menunjukkan bahwa ukuran berpengaruh positif terhadap NPL.

Faktor penyebab pembiayaan bermasalah dari sisi eksternal yang direpresentasikan oleh *Gross Domestic Product* (GDP) dan inflasi. Salas dan Saurina (2002) menunjukkan adanya hubungan antara GDP dengan NPL. Hasil penelitian itu ditegaskan oleh Jimenez and Saurina (2005) bahwa NPL dipengaruhi oleh GDP. Penelitian Wu, *et al.* (2003) menunjukkan bahwa GDP berpengaruh negatif signifikan terhadap kredit bermasalah. Sementara dalam penelitian Rahmawulan (2008), Ahmed (2006), dan Mutamimah dan

Chasanah (2012) menunjukkan hal sebaliknya, bahwa GDP berpengaruh positif signifikan terhadap kredit bermasalah. Penelitian Soebagia (2005), Nasution dan Williasih (2007), dalam penelitian mereka diketahui bahwa GDP tidak berpengaruh signifikan terhadap kredit bermasalah. Sedangkan penelitian Soebagio (2005), Rahmawulan (2008), dan Faiz (2010) diketahui bahwa inflasi berpengaruh positif signifikan terhadap kredit bermasalah. Penelitian Wu, *et al.* (2003) dan Ihsan (2011) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara inflasi terhadap kredit bermasalah.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut kebanyakan penelitian dilakukan pada perbankan konvensional baik yang dilakukan di dalam negeri maupun di luar negeri dengan hasil penelitian masih belum konsisten sehingga diperlukan sebuah kajian kembali mengenai faktor-faktor penyebab terjadinya *Non Performing Finance* (NPF) pada BPRS di Indonesia di antaranya faktor internal terdiri dari ukuran bank, FDR, BOPO serta faktor eksternal yaitu *Gross Domestic Product* (GDP) dan inflasi. Penelitian ini dilakukan pada BPRS karena BPRS mempunyai tujuan membantu perekonomian masyarakat bawah terutama di daerah dengan semangat ukhuwah Islamiyah sehingga sangat penting untuk diketahui faktor-faktor yang menjadi kendala dalam menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Risiko kredit yang diterima bank merupakan salah satu risiko usaha bank, yang diakibatkan dari tidak dilunasinya kembali kredit yang diberikan oleh pihak bank kepada debitur. Oleh karena itu, kemampuan pengelolaan kredit sangat diperlukan oleh bank (Sinungan, 2000). Dalam penelitian ini karena penelitian digunakan pada BPRS, maka digunakan rasio NPF dalam menunjukkan kemampuan manajemen BPRS dalam mengelola pembiayaan bermasalah.

Salah satu faktor yang diprediski mempengaruhi pembiayaan bermasalah adalah ukuran bank. Pada perbankan, ukuran lebih cenderung dilihat dari total assetnya mengingat produk utamanya adalah pembiayaan serta investasi. Bank dengan aset yang besar memiliki kemungkinan menghasilkan keuntungan yang lebih besar apabila diikuti dengan hasil dari aktivitasnya. Menurut Misra dan Dhal (2010) bank-bank

besar lebih cenderung memiliki tingkat kredit macet lebih tinggi karena kendala neraca. Bank-bank kecil dapat menunjukkan lebih efisien daripada bank-bank besar dalam hal penyaringan pinjaman dan pemantauan pasca pinjaman sehingga dapat menyebabkan tingkat kegagalan lebih rendah. Pernyataan ini ditegaskan oleh penelitian yang dilakukan Jayanti (2013) yang menunjukkan bahwa ukuran berpengaruh positif terhadap NPL. Berdasarkan teori dan hasil penelitian yang merujuk pada *statement* Misra dan Dhal (2010), maka hipotesis penelitian adalah:

H1: Ukuran bank berpengaruh positif terhadap NPF.

LDR adalah rasio keuangan perusahaan perbankan yang berhubungan dengan aspek likuiditas. LDR merupakan perbandingan antara seluruh jumlah kredit yang diberikan bank dengan dana yang diterima bank (Dendawijaya, 2005:116). Dalam perbankan syariah, istilah yang digunakan yaitu FDR yang digunakan untuk mengukur jumlah dana pihak ketiga yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan. Rasio tinggi menunjukkan bahwa suatu bank meminjamkan seluruh dananya atau relatif tidak likuid. Artinya, semakin banyak dana yang dikeluarkan dalam pembiayaan, maka semakin tinggi FDR, dan kemungkinan terjadi resiko pembiayaan macet semakin tinggi pula.

Hasil penelitian Misra dan Dhal (2009) yang didukung oleh Adisaputra (2012) menunjukkan bahwa LDR berpengaruh positif terhadap NPL. Namun bertentangan dengan penelitian Faiz (2010) dan Soebagio (2005) yang menunjukkan LDR berpengaruh negatif terhadap NPL. Oleh karena itu, berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis penelitian adalah:

H2: FDR berpengaruh positif terhadap NPF.

Salah satu ukuran efisiensi BPRS adalah rasio Biaya Operasional Pendapatan Operasional atau BOPO, yaitu rasio biaya operasional yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan operasional. Rasio BOPO ini berkaitan erat dengan kegiatan operasional BPRS, yaitu penghimpunan dana dan penggunaan dana. biaya operasional BPRS yang terlalu tinggi atau sama dengan pendapatan operasional tidak akan mendatangkan keuntungan bagi BPRS. Pendapatan BPRS yang tinggi dengan biaya operasional yang rendah dapat menekan rasio BOPO sehingga BPRS berada pada posisi sehat, yang artinya kecenderungan untuk meminimalisir terjadinya kredit macet dapat diatasi.

Semakin kecil rasio ini berarti semakin efisien biaya operasional yang dikeluarkan bank yang bersangkutan. Menurut Dendawijaya (2009:98), rasio biaya operasional digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya. Menurut ketentuan Bank Indonesia efisiensi operasi diukur dengan BOPO dengan batas maksimum BOPO adalah 90%.

Hasil penelitian Altunbas *et al.* (2000) menemukan bahwa ada hubungan negatif antara bank yang tidak efisien dengan NPL. Hasil penelitian ini konsisten dengan Hughes dan Mester (1993) dan Girardone *et al.* (2004), serta beberapa penelitian di dalam negeri seperti hasil penelitian Wardoyo (2009) dan Adisaputra (2012) menunjukkan bahwa BOPO berpengaruh positif terhadap NPL. Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas, maka hipotesis ketiga adalah:

H3: BOPO berpengaruh positif terhadap NPF.

Faktor lain yang diprediksi berpengaruh terhadap pembiayaan bermasalah yaitu GDP sebagai variabel makroekonomi. Menurut Diyanti (2012), GDP artinya mengukur nilai pasar dari barang dan jasa akhir yang diproduksi oleh sumber daya yang berada dalam suatu negara selama jangka waktu tertentu, biasanya satu tahun. Pertumbuhan ekonomi merupakan pertumbuhan GDP yang dalam hal ini tingkat pertumbuhan GDP adalah pada tahun tertentu dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan konsumsi yang diiringi dengan menurunnya investasi dan tingkat GDP riil maka mengindikasikan penurunan dalam memproduksi barang dan jasa (Soebagio, 2005). Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat hasil usaha yang diperoleh perusahaan yang merupakan sumber dana dalam pembayaran kredit dari lembaga perbankan. Oleh karena itu, jika GDP meningkat maka resiko terjadinya kredit macet (NPL) akan menurun. Hal ini sesuai dengan simpulan penelitian Greenidge dan Grosvenor (2010) yang menyatakan bahwa semakin tinggi GDP maka akan semakin kecil NPL. Namun berbeda dengan Ahmed (2006) yang menunjukkan bahwa GDP berpengaruh positif terhadap NPL. Oleh karena itu, Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas, dapat disusun hipotesis keempat yaitu:

H4: GDP berpengaruh negatif terhadap NPF.

Variabel makroekonomi lainnya yaitu inflasi. Menurut Kamus Bank Indonesia, inflasi adalah keadaan perekonomian yang ditandai oleh kenaikan harga

secara cepat sehingga berdampak pada menurunnya daya beli, sering pula diikuti menurunnya tingkat tabungan dan atau investasi karena meningkatnya konsumsi masyarakat dan hanya sedikit untuk tabungan jangka panjang.

Menurut Diyanti (2012), inflasi akan mempengaruhi kegiatan ekonomi baik secara makro maupun mikro termasuk kegiatan investasi. Inflasi juga menyebabkan penurunan daya beli masyarakat yang berakibat pada penurunan penjualan. Penurunan penjualan yang terjadi dapat menurunkan *return* perusahaan. Penurunan *return* yang terjadi akan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam membayar angsuran kredit. Pembayaran angsuran yang semakin tidak tepat akan menimbulkan kualitas kredit semakin buruk bahkan terjadi kredit macet (Taswan, 2006) sehingga akan meningkatkan nilai *Non Performing Finance*.

Seperti hasil penelitian Greenidge dan Grosvenor (2010) dan Soebagio (2005) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat inflasi maka akan semakin tinggi pula tingkat NPL, maka dapat disusun hipotesis kelima yaitu sebagai berikut:

H5: Inflasi berpengaruh positif terhadap NPF.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh BPRS yang ada di Indonesia pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 dengan data yang diambil dari statistik perbankan syariah, sehingga data yang diperoleh adalah data rata-rata dari seluruh BPRS

yang ada di Indonesia. Periode data yang diambil yaitu data bulanan sehingga dari 3 tahun periode pengamatan maka diperoleh 36 observasi.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (*ordinary least square/OLS*) dengan model dasar sebagai berikut:

$$NPF = a - b_1 UB + b_2 FDR + b_3 BOPO - b_4 GDP + b_5 INFLASI + e$$

Dalam melakukan analisis uji hipotesis, prosedur yang dilakukan dibantu dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS Ver. 16,0 for Window.

HASIL PENELITIAN

Berdasar data yang berhasil dikumpulkan, terlebih dahulu dilakukan uji kualitas data untuk memastikan data layak dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian dilakukan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

Hasil pengolahan kualitas data dengan menggunakan SPSS ver. 16 disajikan pada Tabel 1.

Pengujian kualitas data yang pertama yaitu uji normalitas data. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal,

Tabel 1
Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik				
Kolmogorov-Smirnov Test	Asymp. Sig. (2-tailed)			0,910
Durbin Watson				1.456
Glejser Test	Sig. UB			0,867
	FDR			0,312
	BOPO			0,881
	GDP			0,636
	INFLASI			0,178
Collinearity Statistics	VIF. UB	7,224	TOL. UB	0,138
	FDR	2,262	FDR	0,442
	BOPO	4,306	BOPO	0,232
	GDP	2,903	GDP	0,345
	INFLASI	1,251	INFLASI	0,800

Sumber: Output SPSS, data diolah.

yaitu dengan menguji apakah variabel independen (terikat) dan variabel dependen (bebas) dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian distribusi normal dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas (Kolmogorov Smirnov) dapat dilihat pada Tabel 1, bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* yaitu 0,910. Nilai ini lebih besar dari 0,05 atau 5%. sehingga dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal.

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2006). Berdasarkan hasil analisis regresi uji autokorelasi pada Tabel 1, nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,456. Berdasarkan Tabel Durbin Watson (DW) dengan $k=5$ dan $n=36$ maka nilai $dL=1,176$ dan $dU=1,799$, maka $4-dU= 2,201$ dan $4-dL= 2,824$. Oleh karena itu, nilai DW berada di antara dL dan dU , daerah ini merupakan daerah tanpa kesimpulan dan bukan bukan pada daerah yang terjadi outokorelasi.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi (Priyatno, 2008). Prasyarat yang harus terpenuhi dalam uji ini adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas maka digunakan Uji Glejser. Berdasar Tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai sig. semua variabel independen lebih dari besar dari 0,05. Ini berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji multikolinieritas dilakukan dengan matriks korelasi dengan melihat besarnya nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*. Suatu model regresi yang bebas dari multikolinieritas memiliki angka VIF di sekitar kurang dari angka 10 dan angka *tolerance* lebih besar dari 0,1. Pada Tabel 1, nampak nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari angka 10 dan nilai *tolerance* (TOL) yang diperoleh menunjukkan lebih dari angka 0,1. Berdasar hasil tersebut dapat diketahui bahwa dalam model regresi

terbebas dari multikolonieiritas antarvariabel independen. Dengan demikian, semua hasil uji kualitas data (asumsi klasik) lolos dan data layak untuk digunakan. Setelah pengujian asumsi klasik selesai dan dinyatakan bahwa kualitas data adalah baik, maka selanjutnya dilakukan pengujian ketepatan model (uji F).

Tabel 2
Hasil Perhitungan Uji F

	Model	F	Sig.
1	Regresi	12.019	.000 ^a
	Residu		
	Total		

Sumber: Output SPSS, data diolah.

Berdasar data Tabel 2 diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$). Sehingga model dikatakan baik dan variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama untuk menjelaskan variabel dependen. Selanjutnya, pengujian hipotesis pertama sampai pengujian hipotesis kelima dilakukan dengan menggunakan uji t. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi data panel diperoleh hasil seperti pada Tabel 3:

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 3 diperoleh nilai signifikansi variabel ukuran bank (UB) yaitu sebesar 0,276 dengan koefisien negatif, sehingga ukuran bank tidak berpengaruh terhadap NPF. Dengan demikian, hipotesis pertama ditolak. Variabel kedua yaitu FDR dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 dengan koefisien positif, maka FDR berpengaruh positif terhadap NPF. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Variabel ketiga yaitu BOPO dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,952 dan nilai koefisien negatif, maka BOPO tidak berpengaruh terhadap NPF. Dengan demikian, hipotesis ketiga ditolak. Variabel keempat yaitu GDP dengan signifikansi yaitu 0,033, maka GDP dan koefisien negatif maka GDP berpengaruh negatif terhadap NPF. Dengan demikian, hipotesis keempat diterima. Variabel kelima yaitu Inflasi dengan nilai signifikansi sebesar 0,020 dan koefisien negatif maka inflasi berpengaruh negatif terhadap NPF. Dengan demikian, hipotesis kelima ditolak.

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	18.342	8.847		2.073	.047
UB	-.447	.403	-.314	-1.110	.276
FDR	.037	.011	.524	3.308	.002
BOPO	-.003	.047	-.013	-.060	.952
GDP	-.482	.216	-.401	-2.231	.033
Inflasi	-.235	.095	-.290	-2.462	.020

Sumber: Output SPSS, data diolah.

PEMBAHASAN

Ukuran bank tidak berpengaruh terhadap NPF yang artinya ukuran bank pada BPRS tidak mempunyai dampak terhadap besarnya NPF. Selain itu hasil ini menunjukkan bahwa faktor NPF lebih ditentukan kepada bagaimana pengelolaan operasi bank dalam mengelola dan menganalisis pembiayaannya bukan ditentukan pada besarnya aset yang dimiliki.

FDR sebagai rasio antara pembiayaan yang disalurkan dengan dana yang diterima oleh bank berpengaruh positif terhadap NPF. Ini berarti semakin banyak pembiayaan yang disalurkan maka semakin tinggi pula pembiayaan macet. Artinya, pembiayaan yang disalurkan oleh BPRS mempunyai resiko yang tinggi terhadap kemacetan, sehingga akan menjadi perhatian khusus bagi bank dalam menganalisis penyaluran pembiayaan.

BOPO merupakan indikator efisiensi bank menunjukkan bahwa BOPO tidak berpengaruh terhadap NPF. Artinya, efisiensi penyaluran pembiayaan tidak lantas mengurangi rasio NPF. Ini dikarenakan urusan NPF adalah urusan luar bank yang berhubungan dengan masyarakat dalam membayar kewajibannya bukan tergantung pada efisiensi penyalurannya.

Selanjutnya indikator makroekonomi yang diproksi oleh GDP berpengaruh negatif terhadap rasio NPF. GDP yang menunjukkan indikator kemajunya perekonomian masyarakat menunjukkan kemampuan dalam membayar kewajibannya terhadap bank. Oleh karena itu, dengan meningkatnya GDP maka semakin mampu masyarakat dalam melunasi kewajibannya, begitu pun sebaliknya semakin menurunnya GDP maka

semakin meningkatnya kemacetan dalam pembayaran kewajibannya. Sehingga GDP berpengaruh negatif terhadap pembiayaan macet (NPF).

Indikator makroekonomi lainnya yaitu inflasi menunjukkan adanya pengaruh negatif terhadap NPF. Hal ini merupakan penemuan hal baru dalam dunia perbankan yaitu pada BPRS bahwa saat inflasi naik maka kemampuan daya beli masyarakat menurun, namun menurunkan pula tingkat kemacetan dalam melunasi utang pembiayaan, padahal secara teori jika kekuatan perekonomian masyarakat melemah maka makin tidak mampu masyarakat dalam membayar kewajibannya. Sehingga dengan penemuan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa inflasi berpengaruh negatif terhadap NPF pada BPR Syariah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan penelitian ini yaitu 1) ukuran bank tidak berpengaruh terhadap NPF, 2) FDR berpengaruh positif terhadap NPF, 3) BOPO tidak berpengaruh terhadap NPF, 4) GDP berpengaruh negatif terhadap NPF, dan 5) Inflasi berpengaruh negatif terhadap NPF. Berdasar simpulan tersebut maka dapat diartikan bahwa pembiayaan macet pada BPRS di Indonesia diakibatkan oleh naiknya rasio FDR, serta menurunnya GDP dan Inflasi. Sedangkan ukuran bank dan BOPO tidak berdampak apa-apa terhadap NPF.

Saran

Saran yang hendak disampaikan atas hasil penelitian ini adalah 1) variabel penduga yang digunakan pada penelitian ini hanya 5 variabel sehingga dibutuhkan variabel lain agar dapat diketahui penyebab lain terjadinya NPF pada BPRS di Indonesia, 2) periode penelitian hanya 3 tahun sehingga untuk menambah keyakinan hasil penelitian maka periode penelitian dapat diperpanjang, 3) data yang diambil yaitu data rata-rata dari Statistik Perbankan Syariah Indonesia dan bukan dari data masing-masing BPRS sehingga penelitian dapat dilakukan kembali dengan mengambil data langsung dari BPRS masing-masing.

Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

DAFTAR PUSTAKA

Adisaputra, Iksan. 2012. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Performing Loan pada PT. Bank Mandiri (PERSERO)". *Skripsi* Universitas Hasanuddin, Makasar.

Ahmed, Syeda Zabeen. 2006. *An Investigation of The Relationship between Non-Performing Loans, Macroeconomic Factors, and Financial factors in Context of Private Commercial Bank in Bangladesh*. Independent University, Bangladesh.

Altunbas, Y., Liu, M. H., Molyneux, P., Seth, R. 2000. "Efficiency and Risk in Japanese Banking." *Journal of Banking and Finance.*, 24:1605-1628.

Dendawijaya, Lukman. 2009. *Kredit Bank*. Jakarta, PT. Mutiara Sumber Widya.

Diyanti, Anin. 2012. "Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Terjadinya Non-Performing Loan". *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Faiz, Ihda A. 2010. "Ketahanan Kredit Perbankan Syariah Terhadap Krisis Keuangan Global". *Jurnal ekonomi Islam La Riba*. 4 (2).

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate*

Girardone, C., Molyneux, P., Gardener, E. P. 2004. "Analysing the Determinants of Bank Efficiency: The Case of Italian Banks." *Applied Economics*, 36: 215-227.

Greenidge, Kevin dan Tiffany Grosvenor. 2010. *Forecasting Non-Performing Loans in Barbados*. Research Department, Central Bank of Barbados, Tom Adams Financial Centre, Bridgetown, Barbados

Ihsan, Muntoha. 2011. "Pengaruh Gross Domestic Product Inflasi, dan Kebijakan Jenis Pembiayaan terhadap Rasio Non Performing Financing Bank umum Syariah di Indonesia periode 2005 Sampai 2010". *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Jimenez, Gabriel and Jesus Saurina 2005. "Credit cycles, credit risk, and prudential regulation." *Banco de Espana*. January.

Jayanti, Kurnia Dwi. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non-Performing Loan (Studi Pada Bank Umum Konvensional yang Go Public di Indonesia Periode 2008-2012)". *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Misra, B.M. dan Sarat Dhal. 2010. "Procyclical management of non-performing loans by the Indian public sector banks". *BIS Asian Research Papers*, June, 2010.

Mutamimah dan Chasanah, Siti N. Z. 2012. "Analisis Eksternal dan Internal dalam Menentukan Non Performing Finance Bank Umum Syariah di Indonesia". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 19(1).

Nasution E, Mustafa dan Wiliasih, 2007. "Profit Sharing dan Moral Hazard Dalam Penyaluran Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 8(2):105-129.

- Pratama, Billy Arma. 2010. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Penyaluran Kredit Perbankan". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Mediakom.
- Rahmawulan, Yunis. 2008. "Perbandingan Faktor Penyebab Timbulnya NPL dan NPF Pada Perbankan Konvensional dan Syariah di Indonesia". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Indonesia
- Salas, Vincente, and Jesus Saurina. 2002. "Credit Risk in Two Institutional Regimes: Spanish Commercial and Savings Banks". *Journal of Financial Services Research*, 22(3):203-224.
- Siamat, Dahlan. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan : Kebijakan Moneter dan Perbankan*. Jakarta: FE UI.
- Simorangkir O.P. 2004. *Seluk beluk Bank Komersial*. Jakarta: Persada Indonesia.
- Sinungan, Muchdarsyah. 2000. *Manajemen Dana Bank*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soebagio, Hermawan. 2005. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi terjadinya *Non Performing Loan* (NPL) pada Bank Umum Komersil". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Taswan. 2006. *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Wu, Chang dan Selvili. 2003. "Banking System, Real Estate Markets and Non Performing Loans. International Real Estate". *Review*. 6(1): 43-62.

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN YANG DISEBABKAN OLEH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA PERUSAHAAN KASUS PADA APOTEK X YOGYAKARTA

Maria Resina Restiarti

E-mail: mariaresinar@gmail.com

ABSTRACT

The rivalry among drug stores, which raises more and more, demand drug stores to give a good service for achieving a satisfaction and loyalty from customers. On the other hand, drug stores need develop a good corporate image which can influence to the loyalty of customer. The objective of this research is to determine the effect of customer satisfaction caused by service quality and customer value influence to customer loyalty through corporate image as an mediation variable. This research took 115 customer of X Sucipto Yogyakarta as the respondents. The method used to choose the respondents was purposive sampling. Method of data analysis used was SEM through Amos 16.0 program. The research results showed that 1) service quality influences positively to customer satisfaction, 2) customer value influences positively to customer satisfaction, 3) customer satisfaction influences positively to enter corporate image, 4) customer satisfaction influences positively to customer loyalty, 5) corporate image influences positively to customer loyalty, 6) corporate image mediates perfectly the influence of customer satisfaction to customer loyalty. Results of the additional analysis told that customer satisfaction mediates perfectly the influence of service quality to corporate image and it also mediates partially the influence of customer value to corporate image.

Keywords: service quality, customer value, customer satisfaction, corporate image, customer loyalty

JEL Classification: M31, M37

PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya ekonomi suatu negara menyebabkan kondisi persaingan bisnis menjadi cenderung meningkat. Pelanggan dihadapkan dengan banyak pilihan, sehingga dapat bersikap kritis terhadap kualitas layanan yang diinginkan. Agar mampu bertahan hidup dan berkembang dalam bisnis, perusahaan dituntut untuk memberikan layanan yang mampu memuaskan pelanggan.

Apotek merupakan salah satu bentuk layanan kesehatan yang mempunyai peranan strategis dalam upaya meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Apotek memiliki fungsi dan tugas menyalurkan obat dan perbekalan farmasi kepada masyarakat, memberikan informasi obat kepada masyarakat dan tenaga kesehatan lainnya (Yuniarti, 2003). Hal yang membedakan bisnis apotek dengan bisnis lainnya adalah tidak semua orang dapat melayani obat resep, karena obat mempunyai dua sisi, selain menyembuhkan obat juga dapat sebagai racun. Hanya apotek yang diberikan ijin untuk melakukan peracikan obat, mengubah bentuk sediaan obat, pencampuran antarobat dan penyerahan obat resep atau bahan obat, sehingga jika pelanggan ingin membeli obat resep hanya dapat membelinya di apotek bukan di toko obat atau toko yang lain.

Banyak tantangan yang dihadapi dalam bisnis

apotek sekarang ini, seperti persaingan yang tinggi akibat banyak jumlah apotek yang berdiri dan persaingan yang disebabkan karena dihapusnya peraturan jarak antarapotek (Yuniarti, 2003). Akibatnya ada dua apotek yang berjarak kurang dari 500 meter dengan lokasi Apotek X, yaitu Apotek Babarsari dan Apotek K-24. Dokter yang diinginkan pelanggan berpraktik di apotek lain sehingga pelanggan beralih ke apotek tempat dokter itu berpraktik. Ketika pelanggan berobat jalan di rumah sakit, pelanggan dapat menebus resep pada instalansi farmasi yang telah disediakan oleh rumah sakit.

Dampak persaingan yang semakin ketat antarapotek menyebabkan apotek sulit untuk meningkatkan atau mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, apotek harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Yang dan Peterson (2004) menjelaskan bahwa pada komunitas pemasaran pelanggan, loyalitas pelanggan telah lama dianggap sebagai tujuan penting. Layanan yang bermutu selain mengurangi risiko terjadinya *medication error*, juga memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat sehingga masyarakat akan memberikan persepsi yang baik terhadap apotek. Telah ada kesepakatan bahwa mutu layanan kesehatan dititikberatkan pada kebutuhan dan tuntutan pengguna jasa yang berkaitan dengan kepuasan pasien sebagai pelanggan (Handayani *et al.*, 2009).

Untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, Yang dan Peterson (2004) menjelaskan bahwa perusahaan harus mengembangkan nilai pelanggan dalam aktivitas pemasarannya. Nilai pelanggan menjadi salah satu konsep pemasaran yang dapat membantu penyedia layanan menjadi lebih maju dibanding dengan pesaing. Ketika pelanggan telah menemukan barang dan jasa yang sanggup memenuhi kebutuhan dan harapannya, maka pengukuran kepuasan pelanggan dimulai dengan pengukuran terwujudnya nilai pelanggan (Lam *et al.*, 2004).

Lamanya layanan resep, harga obat yang terlalu mahal, ketidaklengkapan obat, ketidakramahan pegawai apotek, merupakan hal yang dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan hampir terjadi di sebagian besar apotek di Indonesia. Ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan terhadap apotek akan mempengaruhi minat untuk kembali ke apotek yang sama (Yuniarti, 2003). Ketidakpuasan terhadap

suatu layanan akan merugikan perusahaan dari aspek bisnis karena selain pelanggan akan beralih ketempat lain, pelanggan yang tidak puas akan menceritakan kesan buruk perusahaan kepada orang lain sehingga citra perusahaan akan buruk. Bontis *et al.* (2007), Hong dan Goo (2004), Hoq *et al.* (2010), Razavi *et al.* (2012) menemukan bahwa kepuasan pelanggan akan membawa citra positif bagi perusahaan. Citra perusahaan dalam kondisi pasar saat ini diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Mengacu pada peran penting loyalitas pelanggan bagi Apotek X Yogyakarta, maka penelitian ini berupaya untuk menentukan atau mengetahui faktor-faktor penentu langsung maupun tidak langsung pada loyalitas pelanggan Apotek X Yogyakarta. Faktor faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, nilai pelanggan, kepuasan, citra perusahaan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan citra perusahaan untuk memediasi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Kualitas layanan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk pelayanan secara menyeluruh. Kualitas layanan harus dimulai dari pemenuhan kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dan Keller, 2006).

Hellier (2003) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat keseluruhan kesenangan atau kepuasan yang dirasakan pelanggan, yang dihasilkan dari kemampuan layanan untuk memenuhi keinginan pelanggan, harapan, dan kebutuhan dalam kaitannya dengan layanan. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar daripada layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu. Sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah daripada layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu (Winarsih, 2011). Kepuasan pelanggan akan terjadi jika kualitas kinerja yang dirasakan atas suatu produk atau layanan sama dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Menurut Hong dan Go (2004), kepuasan pelanggan dan kualitas layanan mempunyai interkorelasi yang tinggi, semakin tinggi kualitas layanan

maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hal itu didukung penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa kualitas kinerja layanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Mohajerani dan Mire-madi, 2012; Kim *et al.*, 2008; Bei dan Chiao, 2001). Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Literatur manajemen layanan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil dari persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima selama transaksi atau berhubungan dengan penyedia jasa pelayanan (Lam *et al.*, 2004). Nilai pelanggan merupakan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan atas penggunaan barang/jasa yang dihasilkan perusahaan dan pengorbanan pelanggan untuk memperolehnya (Ika *et al.*, 2011).

Secara teori, nilai pelanggan dapat dianggap sebagai konstruk dasar kognisi yang menangkap adanya perbedaan manfaat-pengorbanan, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan suatu respon afektif dan evaluatif (Lam *et al.*, 2004). Banyak peneliti yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Lam *et al.*, 2004; Palilati, 2007, Mohajerani dan Mimeradi, 2012). Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Tang (2007) menyatakan bahwa citra perusahaan dapat dianggap sebagai fungsi akumulasi pengalaman pembelian atau konsumsi dan memiliki dua komponen utama, yaitu fungsional dan emosional. Komponen fungsional terkait dengan atribut nyata yang dapat dengan mudah diukur, sedangkan komponen emosional terkait dengan dimensi psikologis yang diwujudkan oleh perasaan dan sikap terhadap suatu organisasi. Perasaan ini berasal dari pengalaman individu dengan organisasi dan dari pengolahan informasi tentang atribut yang merupakan indikator fungsional tentang gambaran perusahaan.

Tingkat kepuasan yang berasal dari setiap layanan akan mempengaruhi penilaian suatu citra perusahaan. Citra perusahaan dipandang sebagai konstruk kumulatif yang akan terus diperbarui setiap kali pelanggan mengalami layanan. Citra yang penting bagi seorang pelanggan adalah citra yang dirasakan

memiliki perbedaan dari citra pesaing. Dalam hal ini, citra yang dimaksud berupa citra produk dan citra perusahaan. Beberapa peneliti percaya bahwa citra perusahaan dipengaruhi oleh pengalaman konsumsi pelanggan atau kepuasan pelanggan (Hong dan Goo, 2004; Hoq *et al.*, 2010; Razavi dan Safari, 2012). Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap citra pelanggan.

Dalam pasar yang tingkat persaingannya cukup tinggi, perusahaan mulai bersaing untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya agar pelanggan mempunyai kesetiaan yang tinggi. Kepuasan pelanggan penting bagi pemasaran karena akan mendorong pembelian ulang. Kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk strategi *positioning* yang dapat membantu perusahaan mendapatkan pasar. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pembelian yang membentuk kecenderungan bahwa pelanggan yang puas akan loyal, namun pelanggan yang loyal belum tentu puas. Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam kondisi pasar yang kompetitif, loyalitas pelanggan merupakan kunci kesuksesan. Citra perusahaan merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi positif dan negatifnya kegiatan pemasaran, karena citra perusahaan mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, citra perusahaan akan berdampak pada perilaku pembelian pelanggan. Pelanggan yang mempunyai kesan positif terhadap perusahaan akan cenderung untuk memilih ulang perusahaan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan digambarkan sebagai penilaian yang dibuat atas dasar pertemuan layanan tertentu (Razavi, *et al.*, 2012). Tingkat kepuasan yang berasal dari setiap layanan akan mempengaruhi penilaian suatu citra perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut, maka citra perusahaan dianggap memediasi

pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Citra perusahaan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Responden dari penelitian ini adalah pelanggan Apotek X Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel didasarkan pertimbangan tertentu kepada pelanggan Apotek X Yogyakarta dengan kriteria 1) melakukan pembelian obat resep minimal 2 kali dalam 6 bulan di Apotek X Yogyakarta dan 2) pelanggan secara sukarela membeli obat resep di Apotek X Yogyakarta. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan SEM dengan bantuan Program Amos 16.0, karena peneliti ingin menguji secara simultan pengaruh kualitas layanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan loyalitas pelanggan. Data yang dikumpulkan sebanyak 115 responden, memenuhi syarat penggunaan uji SEM yang dilakukan minimal 100 data.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pria berjumlah 50 orang dan responden wanita berjumlah 65 orang. Sebagian besar alasan responden memilih Apotek X Yogyakarta karena layanan yang dialami di tempat tersebut baik dan dekat dari rumah. Uji validitas dan reliabilitas diukur dengan alat ukur analisis faktor yang diperoleh dengan alat bantu Program SPSS 16. Tujuan uji validitas adalah untuk menguji komponen pertanyaan dalam kuesioner dan menjamin bahwa alat ukur yang digunakan cocok dengan objek yang diukur. Item pernyataan yang tidak berada pada kolomnya akan gugur dan tidak digunakan pada pengujian hipotesis. Hasil validitas dapat dilihat pada Tabel 1 sampai dengan Tabel 5 berikut ini:

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama untuk gejala yang sama. Salah satu cara untuk uji reliabilitas adalah dengan menghitung *cronbach's*

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Kode	Item Pertanyaan	RCM	Status
SQ1	Menurut saya Apotek X mempunyai ruang tunggu yang nyaman.	.714	Valid
SQ2	Menurut saya Apotek X mempunyai tempat parkir yang nyaman.	—	Tidak Valid
SQ3	Menurut saya Apotek X menyediakan obat secara lengkap.	—	Tidak Valid
SQ4	Menurut saya petugas Apotek X tanggap dalam melayani kebutuhan pelanggan akan obat yang terdapat di dalam resep.	.597	Valid
SQ5	Menurut saya Apotek X mampu memenuhi janji waktu tunggu resep.	.538	Valid
SQ6	Menurut saya informasi obat yang diberikan oleh petugas Apotek X sangat jelas.	.740	Valid
SQ7	Menurut saya obat diserahkan langsung oleh apoteker Apotek X.	.561	Valid
SQ8	Menurut saya petugas Apotek X menunjukkan empati dengan menanyakan penyakit pasien.	.609	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	RCM	Status
CV1	Menurut saya pelayanan 24 jam operasional Apotek X memudahkan saya mendapatkan obat kapan saja pada tingkat harga yang wajar.	.648	Valid
CV2.	Menurut saya harga obat di Apotek X wajar sesuai dengan kualitas obat yang saya terima.	.820	Valid
CV3.	Menurut saya harga obat di Apotek X wajar sesuai dengan kualitas pelayanan yang saya terima.	.835	Valid
CV4.	Saya merasa senang ketika petugas Apotek X melayani saya, karena mereka melayani saya seperti teman dan keluarga.	.616	Valid
CV5.	Saya bisa secara personal mendapatkan konseling dari apoteker Apotek X tentang informasi obat secara lebih detil.	.616	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	RCM	Status
CS1	Saya puas dengan pelayanan yang saya terima dari Apotek X.	.831	Valid
CS2	Keputusan saya untuk membeli obat di Apotek X merupakan keputusan yang tepat.	.835	Valid
CS3	Saya puas karena Apotek X memenuhi kebutuhan saya akan obat.	.803	Valid
CS4	Saya puas dengan penjelasan penggunaan obat saat obat itu saya terima.	.749	Valid
CS5	Saya tidak menyesal membeli obat di Apotek X.	.796	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

Kode	Item Pertanyaan	RCM	Status
CI1	Menurut saya Apotek X merupakan perusahaan yang mampu menciptakan citra positif di mata masyarakat.	.731	Valid
CI2	Menurut saya Apotek X mempunyai ciri khas yang mudah dikenali dengan logo perusahaan.	.756	Valid
CI3	Menurut saya pegawai Apotek X selalu mengusahakan kebutuhan pelanggan akan obat.	.739	Valid
CI4	Menurut saya nama Apotek X melambangkan kualitas.	.748	Valid

CI5	Menurut saya pelayanan dalam pembelian obat di Apotek X selalu baik.	.755	Valid
-----	--	------	-------

Sumber: Data primer, diolah.

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	RCM	Status
CL1	Jika membutuhkan obat, saya akan membeli kembali di Apotek X.	.737	Valid
CL2	Saya akan merekomendasikan Apotek X kepada orang lain.	.810	Valid
CL3	Saya akan menyampaikan hal yang positif tentang Apotek X kepada orang lain.	.800	Valid
CL4	Saya akan tetap setia membeli obat di Apotek X walaupun ada program yang menarik di apotek lain.	.799	Valid
CL5	Saya akan membeli obat di Apotek X walaupun ada apotek lain yang lebih dekat dengan rumah.	.795	Valid

Sumber: Data primer, diolah.

alpha yang menunjukkan konsistensi dalam merespon keseluruhan komponen yang mewakili pengukuran suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6. Peneliti menggunakan SPSS 16 sebagai alat untuk menguji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel variabel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan pada kuesioner yang telah dikumpulkan peneliti. Hasil pengujian korelasi antarvariabel dalam Tabel 7. Tidak ada yang menunjukkan adanya masalah multikolinearitas antarvariabel independen, karena nilainya kurang dari 0,8.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Kategori
Kualitas layanan	0,687	Reliabilitas diterima
Nilai pelanggan	0,743	Reliabilitas diterima
Kepuasan pelanggan	0,862	Reliabilitas baik
Citra perusahaan	0,800	Reliabilitas baik
Loyalitas pelanggan	0,845	Reliabilitas baik

Sumber: Data primer, diolah.

Tabel 7
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Std. Deviasi	SQ	CV	CS	CI	CL
SQ	3,963	0,4177	1	0,513**	0,517**	0,375**	0,320**
CV	4,028	0,4424	-	1	0,507**	0,500**	0,443**
CS	4,247	0,4388	-	-	1	0,530**	0,499**
CI	4,33	0,437	-	-	-	1	0,575**
CL	4,122	0,5408	-	-	-	-	1

Sumber: Data primer, diolah.

Keterangan:

- SQ = Kualitas layanan
- CV = Nilai pelanggan
- CS = Kepuasan pelanggan
- CI = Citra perusahaan
- CL = Loyalitas pelanggan

Jumlah responden yang terbatas menjadikan pengujian model *fit* diolah menggunakan program SEM 16 *two step*. Hasil pengujian model dengan melihat nilai-nilai *absolute fit* menunjukkan bahwa secara umum model mempunyai *goodness of fit* yang cukup baik, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan model yang ada.

Oleh karena kriteria pada *Goodness of fit index* lebih banyak kriteria yang baik dan cukup dibanding-

kan kriteria yang kurang baik, maka secara umum model *fit* dapat dikatakan cukup. Hasil pengujian model *fit* dapat dilihat pada Tabel 9.

Hipotesis H1, H2, H3, H4, H5 diuji dengan melihat *significant path* pada penelitian, sedangkan untuk H6 diuji dengan membandingkan nilai *beta* pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

Tabel 8
Hasil Pengujian Model Fit

<i>Goodness-of-fit Index</i>	Kriteria	Hasil Olah Data	Evaluasi Model
Chi Square	Tidak signifikan	31,6	Baik
CMIN/DF	1-2 over fit, 2-5 liberal limit	6,311	Kurang baik
GFI	> 0,90	0,908	Baik
AGFI	>0,80	0,724	Cukup
TLI	> 0,9	0,670	Kurang baik
CFI	> 0,9	0,835	Cukup
RMSEA	< 0,08 upper limit < 0,1	0,216	Kurang baik

Sumber: Data primer, diolah.

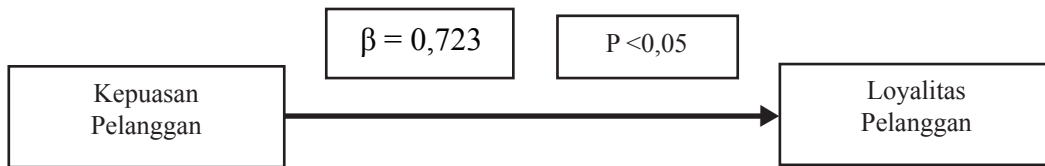
Tabel 9
Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Isi Hipotesis	Standardized Regression Weights	P	Keterangan
H1	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	0,518	<0,001*	Hipotesis diterima
H2	Nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	0,310	0,001*	Hipotesis diterima
H3	Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan	0,556	<0,001*	Hipotesis diterima
H4	Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan	0,311	0,061**	Hipotesis diterima
H5	Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan	0,776	<0,001*	Hipotesis diterima

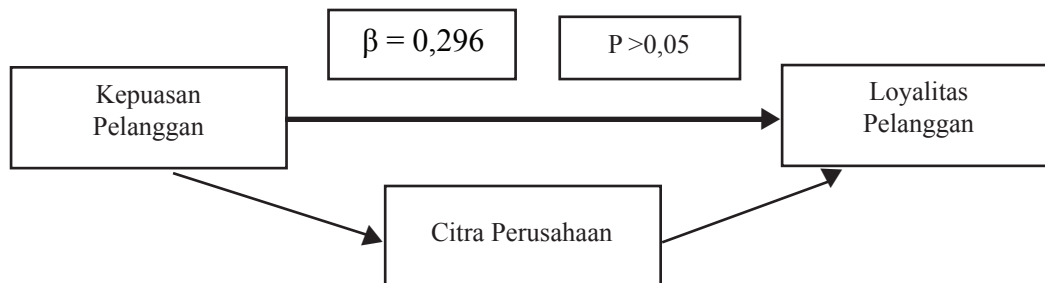
Sumber: Data primer, diolah.

Keterangan: * Signifikan pada $P < 0,05$

** Signifikan pada $P < 0,1$



Gambar 1
Bagan Model 1 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan



Gambar 2
Bagan Model 2 Citra Perusahaan Memediasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

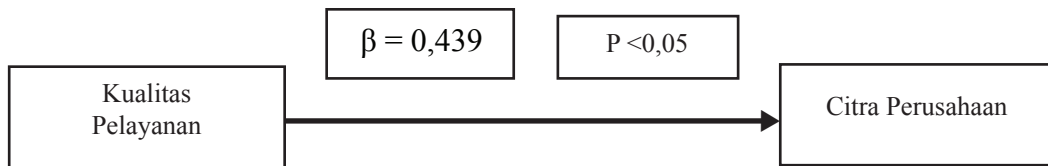
Hipotesis 6 diuji dengan cara membandingkan nilai beta antara beta 1 (Gambar 1) dengan beta 2 (Gambar 2). Jika pada model 1 terdapat beta yang signifikan sedangkan pada model 2 tidak ada nilai beta yang signifikan maka mediasi sempurna. Akan tetapi jika pada model alternatif terdapat nilai beta yang signifikan sedangkan pada model penelitian terdapat nilai beta signifikan tetapi nilainya lebih kecil daripada model alternatif, maka mediasi parsial. Hasil analisis pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $\beta = 0,723$; $P < 0,05$. Ketika citra perusahaan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, maka pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menjadi sebesar $\beta = 0,296$; $P > 0,05$. Hal ini berarti citra perusahaan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara sempurna.

Analisis tambahan ini diperlukan untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap

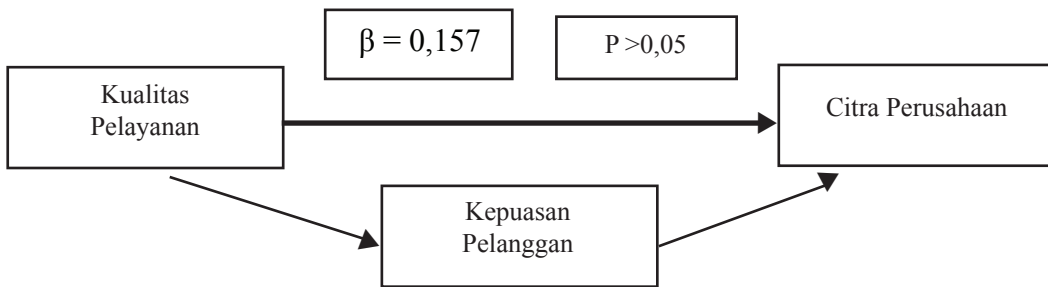
citra perusahaan. Analisis ini diuji dengan cara yang sama dengan uji mediasi sebelumnya. Hasil pengujian dapat dilihat pada Gambar 3 berikut ini:

Hasil analisis pengujian mediasi menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap citra perusahaan dengan nilai $\beta = 0,439$; $P < 0,05$. Ketika kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan, maka nilai pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan menjadi sebesar $\beta = 0,157$; $P > 0,05$. Hal ini berarti kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan secara sempurna.

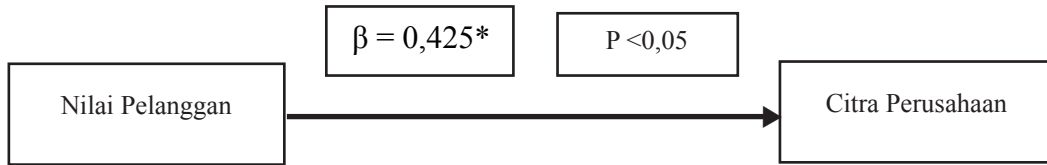
Hasil analisis pengujian mediasi menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap citra perusahaan dengan nilai $\beta = 0,425$; $P < 0,05$. Ketika kepuasan pelanggan memediasi pengaruh nilai pelanggan terhadap citra perusahaan, maka nilai pengaruh nilai pelanggan terhadap citra perusahaan menjadi sebesar $\beta = 0,210$; $P < 0,05$. Hal ini berarti kepuasan pelanggan memediasi pengaruh nilai pelanggan terhadap citra perusahaan secara parsial.



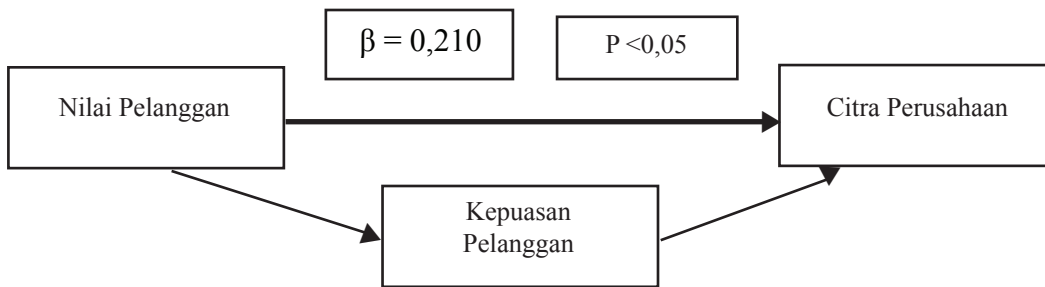
Gambar 3
Bagan Model 1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan



Gambar 4
Bagan Model 2 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan



Gambar 5
Bagan Model 1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan



Gambar 6
Bagan Model 2 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan

PEMBAHASAN

Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,518$, $P < 0,05$). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hong dan Goo (2004) dan Bei dan Chiao (2001), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan Apotek X Yogyakarta mampu memberikan kepuasan pada pelanggan apotek dan merasa keputusannya untuk menebus resep di Apotek X merupakan keputusan yang tepat. Oleh karena layanan mempertimbangkan hal yang *intangible*, maka pelanggan hanya dapat menilai sikapnya terhadap bentuk kualitas layanan melalui persepsi. Kualitas layanan yang baik mendorong kepuasan dan kepuasan pelanggan dapat meningkatkan evaluasi dari kualitas layanan (Bei dan Chiao, 2001).

Nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan ($\beta = 0,310$, $P < 0,05$). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh Lam *et al.*, (2004) yang menunjukkan bahwa semakin bernilai suatu layanan bagi pelanggan maka semakin bertambah kepuasan yang dirasakan pelanggan. Ketika pelanggan mendapatkan kesesuaian antara yang didapat dan yang dikorbankan, maka pelanggan merasa puas dengan apotek sebagai sarana pendukung kesehatannya. Bagi pelanggan yang dikorbankan adalah uang, sedangkan yang didapat adalah manfaat yang tidak diperoleh di apotek lain.

Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan ($\beta = 0,556$, $P < 0,05$). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hong dan Goo (2004), Bontis *et al.* (2007), Hoq *et al.* (2010), dan Razavi *et al.* (2012) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin baik citra perusahaan.

Ketika pelanggan puas dengan pengalaman akan pelayanan di Apotek X Yogyakarta, maka pandangan pelanggan tentang apotek tersebut yang ada dalam ingatan pelanggan menjadi baik. Namun sebaliknya, jika merasa kecewa dengan pengalamannya di Apotek X maka pelanggan akan memberikan pandangan

yang buruk terhadap apotek tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan yang merasa puas memberikan respon yang baik terhadap item pertanyaan variabel citra perusahaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dibangun dari adanya kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ($\beta = 0,311, P < 0,1$). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Mohajerani dan Mimeradi (2012) dan Lam *et al.* (2004) yang menyatakan semakin baik kepuasan yang dicapai pelanggan maka loyalitas pelanggan menjadi tinggi.

Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan ($\beta = 0,776, P < 0,05$). Hasil ini konsisten dengan penelitian Hong dan Goo (2004) dan Razavi *et al.* (2012) yang menjelaskan bahwa citra perusahaan berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan. Evaluasi yang ada dalam diri pelanggan akhirnya membentuk citra apotek tertentu di benak pelanggan. Jika hasil evaluasinya memberikan citra positif, maka pelanggan tersebut cenderung berbelanja kembali ke apotek tersebut. Jika terjadi sebaliknya, maka pelanggan akan mencari apotek lain. Citra perusahaan yang dimiliki Apotek X Yogyakarta menjadikan pelanggan berniat untuk berbelanja kembali di Apotek X tersebut.

Citra perusahaan memediasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara sempurna. Hasil penelitian pada responden di Apotek X Yogyakarta menunjukkan bahwa ketika pelanggan puas, maka akan mempertimbangan citra perusahaan yang baik dalam memutuskan untuk tetap loyal membeli obat di Apotek X Yogyakarta. Citra perusahaan merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi positif dan negatifnya kegiatan pemasaran, karena citra perusahaan mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan.

Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelanggan terhadap citra perusahaan secara sempurna. Ini berarti kepuasan menjadi dasar pelanggan dalam menilai citra perusahaan, setelah mereka menerima layanan yang berkualitas di Apotek X Yogyakarta. Citra merupakan bentuk penilaian terhadap pelayanan. Untuk membangun citra perusahaan, perusahaan harus memberikan kualitas layanan yang terbaik dan mampu membuat pelanggan mengalami kepuasan ketika melakukan transaksi dengan perusa-

haan.

Kepuasan pelanggan memediasi parsial pengaruh nilai pelanggan terhadap citra perusahaan. Hal ini disebabkan adanya faktor lain yang dapat memediasi pengaruh nilai pelanggan terhadap citra perusahaan. Responden di Apotek X Yogyakarta lebih dapat merasakan kualitas layanan yang diterimanya dibandingkan merasakan nilai yang didapat di apotek lain.

Nilai pelanggan dapat berpengaruh pada citra perusahaan. Citra perusahaan akan menjadi kuat jika pelanggan yakin bahwa pelanggan mendapatkan nilai yang lebih ketika membeli di perusahaan tersebut. Ketika pelanggan mendapatkan nilai yang diberikan suatu perusahaan, maka akan merasa puas dan selanjutnya berdampak pada penilaian tentang citra perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menguji tentang pengaruh kepuasan pelanggan yang disebabkan oleh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas dengan citra perusahaan sebagai variabel pemediasi dengan studi kasus pada Apotek X Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan seluruhnya mendukung penelitian sebelumnya. Hasil analisis tambahan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi sempurna pengaruh kualitas layanan terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan memediasi parsial pengaruh nilai pelanggan terhadap citra perusahaan. Hal ini disebabkan karena responden di Apotek X Yogyakarta lebih dapat merasakan kualitas layanan yang diterimanya dibandingkan merasakan nilai yang didapat di apotek lain.

Saran

Penelitian ini hanya dilakukan di Apotek X Yogyakarta dan dengan kriteria inklusi yang ditetapkan peneliti sehingga tingkat hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh pelanggan apotek. Penelitian ini juga menggunakan sampel kecil sehingga tingkat penyimpangan hasilnya terhadap populasi dapat besar. Penelitian di masa datang diharapkan dilakukan di beberapa apotek dengan jumlah responden yang lebih besar dan kriteria inklusi yang berbeda.

Di antara item pernyataan kuesioner yang mengukur variabel kualitas pelayanan, terdapat 2 item yang tidak valid. Hal ini dapat mengakibatkan pengukuran variabel kualitas layanan tidak dapat dilakukan secara utuh, padahal masing-masing pertanyaan mewakili dimensi kualitas layanan. Peneliti mendatang diharapkan dapat memperbaiki instrumen variabel tersebut dan menambahkan variabel lain yang dapat membentuk loyalitas seperti variabel endoser dokter, penerapan *pharmaceutical care*, dan bauran pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Bei, L.T., dan Yu-Chin Chiao. 2001. "An Integrated Model For The Effects of Perceived Product, Perceived Service Quality, and Perceived Price Fairness on Consumer Satisfaction and Loyalty". *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14:125-140.
- Bontis, N; lorne D Booker; Alexander Serenko. 2007. "The Mediating Effect of Organizational Reputation on Customer Loyalty and Service Recommendation in The Banking Industry". *Management Decision*, 45(9): 1426-1445.
- Handayani, S.R; Raharni; dan Retno Gitawati. 2009. "Persepsi Pelanggan Apotek Terhadap Pelayanan Apotek di Tiga Kota di Indonesia". *Makara Kesehatan*, 13(1): 22-26.
- Hoq, M.Z; Nigar Sultana; dan Muslim Amin. 2010. "The Effect of Trust, Customer Satisfaction and Image on Customer Loyalty in Islamic Banking Sector". *South Asian Journal of Management*, 17(1): 70-93.
- Hong, S.C., dan James Goo. 2004. "A Causal Model of Customer Loyalty in Profesional Service Firm". *International Journal of Management*, 21(4): 531-545.
- Hellier, P.K; Gus M Guersen; Rodney A Carr; dan John A Rickard. 2003. "Customer Repurchase Intention; A General Structural Equation Model". *European Journal Of Marketing*, 37(11): 1762-1800.
- Ika, S. A; Lulus Prapti; Lilik Kurniawan. 2011. "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Pada Honda Semarang Center". *Pekan Ilmiah Dosen FEB – UKSW – SALATIGA*: 21-34.
- Kim, C; Weihong Zhao; and Kyung Hoon Yang. 2008. "An Empirical Study on The Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating the Relationship Among Perceived Value, Satisfaction, and Trust Based on Customer's Perspectives". *Journal of Electronic Commerce in Organization*, 6(3): 1-19.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2006. *Marketing Management*. Edisi 12 New Jersey: Prentice Hall International Press.
- Lam, Y.S; Venkatesh Shankar; Krishna Erramilli; dan Bvsan Murthy. 2004. "Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Cost: An Illustration From A Business to Business Service Context". *Journal of Academy of Marketing Science*, 32(3): 293-311.
- Mohajerani, P., and Alireza Miremadi. 2012). "Customer Satisfaction Modelling in Hotel Industry; A Case Study of Kish Island In Iran". *International Journal of Marketing Studies*, 4(3): 134-152.
- Palilati, A. (2007). "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan". *Jurnal management dan Kewirausahaan*, 9(1): 73-81.
- Razavi, M.S; Hossein Safari; Hessam shafie; dan Hadi Rezaei vandchali. 2012. "How Customer Satisfaction, Corporate Image, and Customer Loyalty are Related?". *European Journal of Scientific Research*, 78(4): 588-596.
- Tang, W. 2007. "Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Loyalty: A Review". *Management Science and Engineerin*,

1(2): 57-62

Winarsih. 2011. "Studi Mengenai Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Retensi Pelanggan Di Instalansi Rawat Inap RSUD X". *Fokus Ekonomi*, 6(2): 40-59.

Yang, Z., and Robin T. Peterson. 2004, "Customer Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: The Role of Switching Costs". *Journal Psychology & Marketing*, 21(10): 799-822

Yuniarti, S.D. 2003. "Analisis Pelaku Pembelian Obat di Apotek dan Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran Apotek Citra Graha Medika". *Tesis*. Magister Management dan Bisnis Universitas Pertanian Bogor. Tidak dipublikasikan.

PENGARUH PENYAJIAN AKUNTANSI UNTUK LEASE RENEWAL OPTION BAGI KEPUTUSAN PEMBERIAN PINJAMAN OLEH LENDERS

Wahyu Pramesti

E mail: wahyupramesti@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this study is to obtain empirical evidence regarding the presentational effect on accounting of lease renewal option for lending decision of lenders. Accounting standard requires to disclose optional lease period when it does not fulfill the criterion of the exercise of renewal option is reasonably assured. Proposed accounting standard requires to capitalized leases in excess of one year on lessee's balance sheet, including optional renewal period. This proposed accounting standard potentially causes an informational problems for user of accounting information on arriving decision making. It is proposed by earlier researcher to disaggregate the capitalized optional renewal period from fixed term lease in order to mitigate the impact of proposed accounting standard. By using experimental design, 43 participants engage on this activity. The results of this study support the earlier research showing the empirical evidence that proposed accounting standard for lease renewal option arising impact for lenders unwillingness to lend to firm with lease renewal option. Empirical evidence also support to earlier research which disaggregating capitalized optional renewal period from fixed term lease. Disaggregation mitigates the impact of proposed accounting standard. This study also shows the empirical evidence that financial and non-financial factors bring different effect for lending decision of lenders.

Keywords: leases, lease renewal option, optional

lease period

JEL Classification: M41

PENDAHULUAN

Akuntansi untuk *lease* banyak digunakan dalam transaksi aset tetap. Beberapa waktu lalu, akuntansi untuk *lease* menjadi subyek kontroversi bahkan sering mengundang perhatian karena penyalahgunaan aturan-aturan akuntansi (Acito *et al.* 2009). Dalam penelitian Hyatt dan Reed (2007) menunjukkan bahwa perusahaan kadang menggunakan *lease renewal option* untuk memindahkan bagian kewajiban *lease* yang mendasari *off-balance sheet*.

Lebih dari 250 perusahaan di Amerika pada akhir tahun 2004 hingga awal tahun 2006 yang melakukan *restatement* laporan keuangan terkait dengan akuntansi untuk *operating lease*. Jumlah besar *restatement* laporan keuangan karena *lease* membuat *Securities and Exchange Commission* (SEC) di Amerika Serikat mengeluarkan klarifikasi standar akuntansi. Klarifikasi standar tersebut berhubungan dengan beberapa isu *lease*, termasuk isu mengenai perlakuan *optional lease renewal period*. Selanjutnya *Financial Accounting Standards Board* (FASB) dan *International Accounting Standards Board* (IASB) bersama-sama mengusulkan agar semua *lease* yang lebih dari 1 tahun harus dikapitalisasi sebagai aset

atau liabilitas dalam laporan posisi keuangan *lessee*. Sedangkan standar akuntansi yang berlaku saat ini menyaratkan pengungkapan dalam laporan keuangan untuk *lease renewal period* yang belum pasti kepastian pelaksanaan.

Pengungkapan *lease renewal option* dalam laporan keuangan memperbesar kemungkinan terjadinya *off-balance sheet* dan menurut Clor-Proell *et al.* (2010), pengungkapan sesuai SFAS nomor 157 menjadi tidak efektif untuk menyampaikan suatu hal bagi *non-professional investors*. Kapitalisasi *lease renewal option* dalam laporan keuangan sesuai usulan standar akuntansi akan mengurangi *representational faithfulness* pada kondisi ekonomi yang melekat dalam *lease renewal option* sehingga menyebabkan masalah daya banding. Kapitalisasi tersebut membuat perusahaan yang memiliki *lease renewal option* menjadi buruk jika dinilai dari sisi *leverage*, serta kapitalisasi yang seolah-oleh perusahaan telah melaksanakan opsi membuat fleksibilitas operasional perusahaan menjadi terlihat rendah. Hal tersebut dapat memengaruhi keputusan *lenders* sebagai pengguna laporan keuangan dalam pembuatan keputusan pemberian pinjamannya. Hales *et al.* (2012) mengusulkan melakukan disagregasi antara *lease renewal period* yang dikapitalisasi dari *fixed-term lease* untuk mengakomodasi kelemahan-kelemahan tersebut.

Penelitian ini menguji apakah *lenders* kurang bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan *optional lease renewal period* dalam laporan keuangan. Selanjutnya, dilakukan pengujian apakah *lenders* lebih bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi dan mendisagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengapitalisasi dan mengagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan. Pengujian tersebut untuk mengetahui pengaruh penyajian akuntansi untuk *lease renewal option* bagi keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders*.

Selain itu, penelitian ini juga menguji apakah terdapat perbedaan pengaruh antara faktor keuangan dengan non-keuangan terhadap pembuatan keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders*. Pengujian tersebut

didasari karena adanya temuan yang berbeda mengenai faktor yang memengaruhi pembuatan keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders*.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

International Accounting Standard (IAS) 17 merupakan standar akuntansi yang digunakan sebagai pedoman standar akuntansi untuk *lease*. Di Indonesia, PSAK (Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan) 30 tentang sewa mengadopsi IAS 17. Dalam IAS 17 dikenal istilah *finance lease* dan *operating lease*. Definisi menurut IAS 17 paragraf 4 yaitu 1) *finance lease* adalah *lease* yang mengalihkan secara substansial risiko dan manfaat yang terkait dengan kepemilikan suatu aset. Hak milik pada akhirnya dapat dialihkan atau dapat juga tidak dialihkan sedang 2) *operating lease* adalah *lease* selain *finance lease*. Klasifikasi *lease* menurut IAS 17 paragraf 8 adalah 1) suatu *lease* diklasifikasi sebagai *finance lease* jika *lease* tersebut mengalihkan secara substansial seluruh risiko dan manfaat terkait dengan kepemilikan aset dan 2) suatu *lease* diklasifikasi sebagai *operating lease* jika *lease* tidak mengalihkan secara substansial seluruh risiko dan manfaat terkait dengan kepemilikan aset.

Standar mengenai isu khusus *lease* tentang *renewal option* terdapat pada FASB ASC topik 840-10-25 paragraf 6 yang menyaratkan bahwa *lease renewal option* harus diperhitungkan dalam pengukuran aset dan liabilitas *lease* hanya apabila *lessee* hampir pasti akan melaksanakan opsi tersebut. Secara lebih mendetail, FASB ASC topik 840-10-25 paragraf 1 menyebutkan terdapat 4 kriteria klasifikasi *lease* yakni *transfer of ownership*, *bargaining purchase option*, *lease term*, dan *minimum lease payment*. Kriteria *lease term* dijelaskan lebih lanjut yakni *fixed-term lease* yang memenuhi syarat untuk dikapitalisasi apabila memiliki sama dengan atau lebih dari 75% umur ekonomis aset yang disewakan.

Paragraf 33 IAS 17 menyebutkan bahwa pembayaran *lease* dalam *operating lease* diakui sebagai beban dengan dasar garis lurus selama *lease term*. Selanjutnya paragraf 35 (d) menjelaskan bahwa *lessee* harus membuat pengungkapan mengenai *operating lease* guna memenuhi persyaratan IFRS 7. Secara khusus, paragraf 35 (d-ii) menyebutkan keharusan mengungkapkan penjelasan umum perjanjian *leasing*

yang termasuk di dalamnya ekstensi dan persyaratan untuk *renewal option*.

Dalam *Exposure Draft Proposed Accounting Standards Update for Leases Topic 840* (2010), FASB dan IASB melakukan proyek gabungan guna mengembangkan pendekatan baru untuk *lease accounting* yang diharapkan dapat menjamin bahwa aset dan liabilitas yang berasal dari transaksi *leases* akan diakui dalam laporan posisi keuangan. Draf tersebut diusulkan untuk mengamandemen FASB ASC dan *International Financial Reporting Standard* (IFRS).

Proposed Accounting Standard Update paragraf 10 menyatakan bahwa *lessee* harus mengakui dalam laporan posisi keuangan suatu aset yang merepresentasikan hak untuk menggunakan suatu *leased assets* selama *lease term* (*right-of-use asset*) dan suatu liabilitas untuk membayar *leases*. Menurut Hales *et al.* (2012), usulan standar tersebut dapat mengeliminasi ide *operating lease*, dan memaksa semua transaksi *lease* dikapitalisasi.

Clor-Proell *et al.* (2010) menyatakan bahwa SFAS nomor 157 tentang pengungkapan yang saat ini berlaku adalah tidak efektif untuk menyampaikan suatu hal kepada *non-professional investors*. Menurut *standard-setters* harus mempertimbangkan cara agar laporan keuangan dapat menyampaikan informasi secara lebih efektif. Suatu pandangan dalam *traditional functional fixation* menyebutkan bahwa investor itu sederhana dalam menilai sehingga tidak mendalami asumsi yang mendasari data arus kas akuntansi.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu cenderung terpancang pada angka akuntansi yang disajikan. Menurut Luft dan Shields (2001), ketika individu dihadapkan pada data akuntansi, cenderung menerima angka akuntansi dalam laporan keuangan tanpa mendalami asumsi yang mendasari untuk mendapatkan angka tersebut. Keterpancangan pada angka akuntansi dipengaruhi oleh di bagian mana angka akuntansi tersebut akan disajikan dalam laporan keuangan.

Maines dan McDaniel (2000), format laporan keuangan untuk menyajikan *comprehensive income* mempengaruhi bagaimana *non-professional investors* menilai penting tidaknya informasi dan menghasilkan penilaian kinerja. Hirst *et al.* (2004) menemukan bahwa analis bank mempertimbangkan risiko dan penilaiannya berdasarkan bagaimana menilai *income*

statement yang disajikan.

Dampak pengakuan dibandingkan dengan pengungkapan yaitu ketika investor tampak melihat nilai yang diakui sebagai nilai yang berbeda dari nilai yang diungkapkan. Ahmed *et al.* (2006) menunjukkan bukti bahwa perbedaan penilaian investor tergantung dari apakah *fair value* suatu item diakui atau diungkapkan. Libby *et al.* (2006) menyatakan bahwa pilihan untuk mengungkapkan dibandingkan dengan mengakui dapat mengurangi reliabilitas informasi. Hal tersebut karena auditor menyaratkan koreksi yang lebih besar untuk salah saji suatu jumlah yang diakui daripada untuk jumlah sama yang diungkapkan.

Maines dan McDaniel (2000) menyampaikan lima faktor yang memengaruhi sejauh mana investor mendasarkan pembuatan keputusannya pada pengungkapan tertentu item *comprehensive income* dalam menilai kinerja perusahaan yaitu 1) *placement* yaitu apakah item *comprehensive income* disajikan dalam suatu laporan kinerja atau laporan non-kinerja; 2) *labeling* yaitu apakah komponen *comprehensive income* secara eksplisit diberi label *income*; 3) *linkage* yaitu apakah komponen *other comprehensive income* secara langsung terhubung dengan *net income* dalam laporan keuangan; 4) *isolation* yaitu apakah *comprehensive income* merupakan satu-satunya informasi dalam laporan keuangan atau apakah kategori informasi yang lain muncul dalam laporan keuangan; dan 5) *aggregation* yaitu apakah *gross changes* dalam *comprehensive income* dimunculkan dalam laporan keuangan atau hanya *net change* yang dimunculkan. Dalam konteks *leasing*, Hales *et al.* (2012) meyakini bahwa *placement*, *labeling*, dan *aggregation* adalah relevan.

Dalam standar akuntansi yang berlaku saat ini, mengenai isu khusus *lease* tentang *renewal option* terdapat pada FASB ASC topik 840-10-25 paragraf 6, menyaratkan bahwa *lease renewal option* harus diperhitungkan dalam pengukuran aset dan liabilitas *lease* hanya apabila *lessee* hampir pasti akan melaksanakan opsi tersebut. Akan tetapi banyak yang tidak memenuhi kriteria tersebut sehingga disyaratkan pengungkapan atas perjanjian *lease renewal option*. Hal itu sesuai definisi *placement* menurut Maines dan McDaniel (2000).

Placement suatu item dalam laporan keuangan menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan *lend-*

ers sebagai pengguna laporan keuangan. Libby *et al.* (2006) menyatakan bahwa pilihan untuk mengungkapkan dibandingkan dengan mengakui dapat mengurangi reliabilitas informasi, sehingga bagi individu yang terpancang pada angka akuntansi yang tidak mendalami asumsi yang mendasari untuk mendapatkan angka akuntansi dan dapat melakukan penilaian yang tidak tepat atas perusahaan yang secara ekonomis sama tetapi terlihat berbeda.

Dalam usulan standar akuntansi, penyaji laporan keuangan disyaratkan untuk mengapitalisasi *optional renewal period*. Pelabelan *optional renewal period* bersama dengan kewajiban *fixed-term lease* akan menyebabkan pengguna laporan keuangan memperlakukan perusahaan yang memiliki opsi seolah-olah telah mengeksekusi opsinya. Selanjutnya, pengguna laporan keuangan akan menilai fleksibilitas operasional perusahaan tersebut lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki opsi.

Kapitalisasi *optional renewal period* juga membawa dampak pada penilaian *leverage* perusahaan. Perusahaan akan terlihat buruk *leverage*-nya karena meskipun kapitalisasi akan mengakui peningkatan secara simetris nilai pada sisi aset dan liabilitas, tetapi nilai ekuitasnya tetap, sehingga secara umum perusahaan terlihat lebih tinggi *leverage*-nya. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memprediksi bahwa *lenders* akan kurang bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang memiliki *optional renewal period* ketika *renewal period* dikapitalisasi menjadi bagian dari total liabilitas *lease* perusahaan dibandingkan dengan ketika *optional renewal period* diungkapkan. Hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: *Lenders* kurang bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan *optional lease renewal period* dalam laporan keuangan.

Dukungan terhadap H1 yang merepresentasikan usulan standar akuntansi akan mengatasi kekhawatiran strukturisasi transaksi. Di samping itu, sekaligus menciptakan efek informasi yang bisa mengakibatkan pengguna laporan keuangan tidak tepat dalam pengambilan keputusan. Perusahaan penyaji laporan keuangan akan mengalami kesulitan mendapatkan pinjaman dari kreditur dan *lenders*.

Untuk mengurangi dampak yang mungkin disebabkan jika usulan standar akuntansi tersebut disahkan, Hales *et al.* (2012) mengajukan cara mengurangi dampak tersebut dengan pemikiran bahwa jika pengguna laporan keuangan terpancang pada nilai total utang yang disajikan dalam laporan posisi keuangan, mungkin saja dapat terjadi karena masalah agregasi. Terdapat kemungkinan jika pengguna laporan keuangan ingin memperlakukan *optional renewal period* berbeda dari *fixed-term lease*, tetapi tidak menyadari bahwa dalam nilai total liabilitas *lease* dalam laporan posisi keuangan mencakup *optional renewal period* karena kedua item tersebut disajikan secara agregat dan akan gagal menyatukan secara penuh informasi yang terkandung di dalam pengungkapan.

Disagregasi yang disajikan dalam laporan keuangan menjadi lebih baik bagi para analis untuk memroses informasi. Maines dan McDaniel (2000) menyebutkan dalam kerangka berpikirnya bahwa *disaggregation* dan *labeling* merupakan dua dimensi kognitif yang memengaruhi bagaimana investor menilai informasi. Berdasarkan hal tersebut, cara untuk mengurangi dampak yang kita harapkan dari H1 adalah dengan mendisagregasi liabilitas *lease* yang diakui menjadi kewajiban *lease* yang berkaitan dengan *fixed-term lease* dan *optional renewal period*. Disagregasi dipertimbangkan menawarkan solusi potensial yang praktis dan *cost effective* karena perusahaan sudah melacak informasi terkait dengan *lease renewal option* untuk mengevaluasi opsi mana yang memenuhi batas kepastian.

Untuk mengetahui apakah *disaggregation* dan *labeling* mampu mengurangi dampak H1, selanjutnya akan dilakukan pengujian pada suatu kondisi *lease period* untuk *renewal option* diidentifikasi dan dikapitalisasi, tetapi disajikan secara terpisah dari *non-cancelable lease period* dalam laporan posisi keuangan. Hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: *Lenders* lebih bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi dan mendisagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengapitalisasi dan mengagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan.

Penelitian faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan *lenders* menunjukkan hal yang

beragam. Hales *et al.* (2012) menunjukkan bahwa *lenders* mempertimbangan faktor non-keuangan misalnya yang muncul dari perjanjian kontrak *leasing* dalam pembuatan keputusannya. Informasi akuntansi yang mencerminkan kondisi masa lalu dibandingkan dengan informasi non-keuangan misalnya informasi perjanjian kontrak *leasing*, masing-masing memiliki nilai lebih. Informasi akuntansi menggambarkan kondisi masa lalu hingga kini dapat digunakan untuk menilai tren kinerja perusahaan. Tren kinerja perusahaan dapat digunakan untuk memrediksi kinerja masa yang akan datang. Prediksi kinerja masa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu penilaian kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya. Informasi non-keuangan mampu menjelaskan secara lebih kompleks kemungkinan situasi yang akan dihadapi perusahaan di masa yang akan datang yang tidak dapat dijelaskan dalam angka akuntansi. Faktor keuangan dan non-keuangan memiliki pengaruh berbeda bagi pembuatan keputusan oleh *lenders*. Hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3: Terdapat perbedaan pengaruh antara faktor keuangan dengan non-keuangan terhadap pembuatan keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders*.

Subyek penelitian ini merupakan mahasiswa pascasarjana dan program Pendidikan Profesi Akuntansi (PPA) STIE YKPN Yogyakarta. Subyek terdiri dari mahasiswa program Magister Akuntansi, Magister Manajemen, dan PPA. Subyek ini dipilih sebagai proksi *lenders* karena keterbatasan dalam mengumpulkan *lenders* yang sesungguhnya. Pertimbangan yang mendasari pemilihan subyek tersebut adalah bahwa subyek telah lulus mata kuliah Analisis Laporan Keuangan yang diperoleh ketika menempuh program S1. Selanjutnya subyek juga merupakan pengguna laporan keuangan dan dapat merepresentasikan *lenders*.

Penelitian ini menggunakan eksperimen laboratorium untuk menguji hipotesis 1, 2, dan 3. Eksperimen didesain dengan menggunakan model desain eksperimen 1 x 3, dapat dilihat pada Tabel 1.

Terdapat 3 kondisi perlakuan yang dirancang berdasarkan manipulasi penyajian akuntansi untuk *lease*. Subyek diberi salah satu dari tiga kasus yang ada. Subyek dalam semua kasus diberikan informasi dan data yang telah diseleksi dari dua laporan keuangan perusahaan yakni perusahaan A dan perusahaan B, termasuk juga rasio yang umum digunakan dalam perjanjian pinjaman. Data dan informasi perusahaan A dalam setiap kasus adalah sama. Untuk perusahaan B, penyajian akuntansi untuk *lease renewal option* dimanipulasi sehingga menghasilkan tiga kasus eksperimen. Kasus 1 yaitu *lease renewal option* diungkapkan dalam laporan keuangan, Kasus 2 yaitu *lease renewal option* dikapitalisasi dan diagregasi sebagai liabilitas dalam laporan keuangan, dan Kasus 3 yaitu *lease renewal option* dikapitalisasi dan didisagregasi sebagai liabilitas dalam laporan keuangan. Asumsi yang digunakan yakni kondisi ekonomi yang dihadapi kedua perusahaan adalah konstan pada berbagai kondisi. Adanya perbedaan keputusan pemberian pinjaman dari subyek dalam berbagai kondisi perlakuan diatribusikan ke berbagai kondisi pelaporan *lease renewal option*.

Masing-masing subyek diberi secara acak (*random assignment*) salah satu dari tiga kasus keputusan pemberian pinjaman. Subyek diminta mengisi data diri, menilai risiko perusahaan B dibandingkan perusahaan A, membuat keputusan pemberian pinjaman, dan mengisi *post* kuesioner faktor yang memengaruhi pembuatan keputusan.

Penelitian ini mengadopsi dan memodifikasi instrumen yang digunakan oleh (Hales *et al.* 2012). Dalam penelitian ini subyek berlaku sebagai *lender*. Subyek diminta menentukan salah satu dari dua perusa-

Tabel 1
Tabel Desain Penelitian 1 x 3

Perlakuan <i>Lease</i>	<i>Renewal option</i> diungkapkan	<i>Renewal option</i> dikapitalisasi dan agregat	<i>Renewal option</i> dikapitalisasi dan disagregat
Skenario	Kasus 1	Kasus 2	Kasus 3

haan yang akan diberi pinjaman berdasarkan informasi yang diberikan kepadanya.

Langkah eksperimen pertama kali adalah peneliti memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan eksperimen. Masing-masing subyek diberikan satu kasus yang telah diacak. Kemudian subyek diminta membaca dan mengevaluasi informasi dari dua perusahaan yang disajikan. Subyek diberi penjelasan bahwa dua perusahaan tersebut merupakan perusahaan grosir dan distributor lokal, berada di dalam area geografi yang sama, dan menghadapi kondisi ekonomi yang serupa. Satu-satunya perbedaan dari kedua perusahaan tersebut adalah cara memperlakukan gudang dan saluran distribusi dalam penyajian laporan keuangan.

Subyek mempelajari bahwa perusahaan A memperoleh penggunaan gudang dan saluran distribusi dengan membelinya secara kredit. Data dan informasi perusahaan A dalam setiap kasus adalah sama. Perusahaan B memperoleh penggunaan gudang dan saluran distribusi dengan menggunakan perjanjian *lease*. Standar akuntansi penyajian laporan keuangan perusahaan B dimanipulasi menjadi tiga kasus. Standar akuntansi Kasus 1 menyaratkan *lease renewal option* diungkapkan dalam laporan keuangan. Standar akuntansi Kasus 2 menyaratkan *lease renewal option* dikapitalisasi dan diagregasi sebagai liabilitas dalam laporan keuangan. Standar akuntansi Kasus 3 menyaratkan *lease renewal option* dikapitalisasi dan didisagregasi sebagai liabilitas dalam laporan keuangan.

Kedua perusahaan tersebut dijelaskan secara rinci dan diberikan ringkasan informasi laporan keuangan. Informasi keuangan terdiri atas petikan laporan keuangan dan lima rasio yang sering digunakan dalam perjanjian utang bank (Dyrenge, 2009) yakni rasio utang terhadap modal, EBITDA, rasio utang terhadap EBITDA, EBIT, dan *interest coverage*.

Setelah mempelajari informasi keuangan, tetapi sebelum membuat keputusan pemberian pinjaman, subyek diminta menilai risiko perusahaan B sebagai *lessee* dibandingkan dengan perusahaan A yang menggunakan transaksi pembelian kredit. Dengan mengacu pada desain eksperimen Hales *et al.* (2012), peneliti menggunakan skala nilai 1 untuk mengindikasikan perusahaan yang “tidak berisiko” dan skala nilai 9 untuk mengindikasikan perusahaan yang “berisiko”. Pertanyaan tersebut digunakan untuk menguatkan efek manipulasi yang dibuat untuk menilai risiko dan

membantu meyakinkan bahwa keputusan pemberian pinjaman oleh subyek dipengaruhi penilaian risikonya. Kemudian subyek diminta memberi keputusan pemberian pinjaman. Selanjutnya, subyek diminta mengisi *post* kuesioner untuk menilai faktor-faktor yang memengaruhi pembuatan keputusan mereka. Penilaian ini dilakukan dengan memberi skala nilai. Nilai 0 mengindikasikan bahwa faktor “tidak memengaruhi” dan nilai 5 mengindikasikan bahwa faktor “memengaruhi”.

Hipotesis 1 dan 2 diuji dengan uji beda proporsi subyek yang memilih perusahaan B sebagai perusahaan yang diberi pinjaman. Hipotesis 1 diuji dengan proporsi pilihan pemberian pinjaman kepada perusahaan B menggunakan kasus 1 dan 2. Hipotesis 2 diuji dengan proporsi pilihan pemberian pinjaman kepada perusahaan B menggunakan kasus 2 dan 3.

Pengujian hipotesis tersebut menggunakan uji beda 2 proporsi karena uji beda 2 proporsi digunakan untuk menguji dugaan beda 2 proporsi (Subiyakto dan Algifari, 2010). Subyek pengujian hipotesis tersebut harus independen satu sama lain, yakni subyek suatu kasus bukan merupakan anggota subyek kasus lain. Hipotesis 1 dan 2 merupakan hipotesis satu sisi. Pengujian hipotesis tersebut menggunakan uji sisi kiri untuk menguji hipotesis 1 dan uji sisi kanan untuk menguji hipotesis 2. Hipotesis 3 diuji dengan menggunakan uji beda 2 rata-rata. Uji hipotesis beda 2 rata-rata digunakan untuk menguji dugaan terhadap beda antara 2 rata-rata (Algifari, 2003). Hipotesis 3 diuji dengan menggunakan data *post* eksperimen setiap subyek. Hipotesis 3 merupakan uji hipotesis 2 sisi.

HASIL PENELITIAN

Eksperimen dilaksanakan dengan melibatkan 43 mahasiswa STIE YKPN yang terdiri dari mahasiswa Magister Akuntansi, Magister Manajemen, dan PPA. Terdapat 10 subyek laki-laki dan 33 subyek perempuan. Kisaran umur subyek berkisar antara 20 hingga 27 tahun dan rata-rata umur subyek adalah 22,91. Tabel mengenai data demografi subyek eksperimen terdapat pada Tabel 2.

Statistika deskriptif merupakan kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah memperoleh gambaran mengenai karakteristik obyek

suatu data. Penyajian ini dapat berupa ukuran, tabel, grafik, dan lain sebagainya. Tabel 3 menyajikan statistika deskriptif data hasil eksperimen.

Hasil eksperimen menunjukkan persentase subyek yang memilih memberi pinjaman kepada perusahaan B yang menggunakan perjanjian *leasing* disajikan dalam gambar 1 berikut ini:

Pengujian hipotesis 1 dan 2 menggunakan uji beda 2 proporsi dan uji sisi kiri untuk hipotesis 1 serta uji sisi kanan untuk hipotesis 2, sedangkan hipotesis 3 menggunakan uji beda 2 rata-rata. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Dukungan terhadap hipotesis 1 apabila nilai Z_{hitung} bernilai lebih kecil dibandingkan dengan nilai $Z_{kritis} (\alpha;df)$. Dukungan terhadap hipotesis 2 apabila nilai Z_{hitung} bernilai lebih besar dibandingkan dengan nilai $Z_{kritis} (\alpha;df)$. Nilai Z_{hitung}

diperoleh dari nilai “Chi-Square. Nilai $Z_{kritis} (\alpha;df)$ dengan tingkat signifikansi 5% untuk hipotesis 1 yakni -1,645 dan untuk hipotesis 2 yakni +1,645. Dukungan terhadap hipotesis 3 apabila nilai t_{hitung} bernilai lebih besar atau lebih kecil dibandingkan dengan nilai $t_{kritis} (\alpha;df)$. Nilai t_{hitung} diperoleh dari nilai t hasil uji beda 2 rata-rata. Nilai t_{hitung} ($\alpha;df$) dengan tingkat signifikansi 5% yakni $\pm 1,96$. Hasil pengujian dapat dilihat dalam Tabel 4 berikut ini:

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa nilai Z_{hitung} dari H1 lebih kecil dari Z_{kritis} sehingga hipotesis 1 didukung. Nilai Z_{hitung} dari H2 lebih besar dari Z_{kritis} sehingga hipotesis 2 didukung. Sedangkan nilai dari t_{hitung} H3 lebih besar dari nilai t_{kritis} sehingga hipotesis 3 didukung.

Tabel 2
Data Demografi Subyek Eksperimen

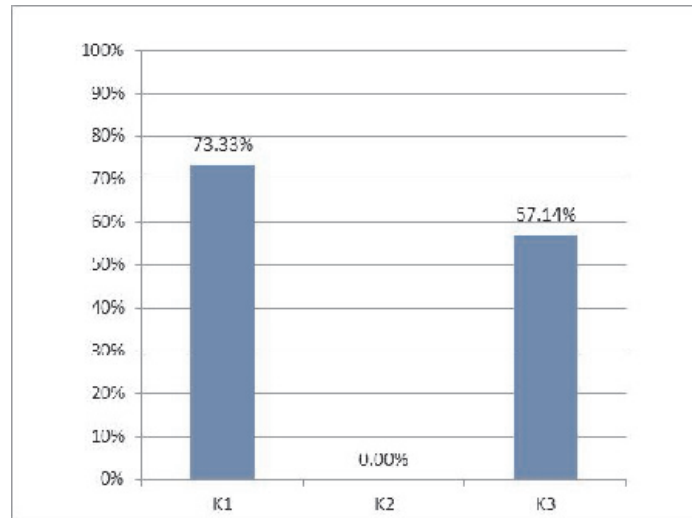
Kasus	Jumlah Subyek	Jenis Kelamin		Umur	Mean	Sd
		Laki laki	Perempuan			
1	15	3	12	22,4000	1,2421	
2	14	4	10	23,0714	1,3280	
3	14	3	11	23,2857	1,8157	
Total	43					

Sumber: Data primer, diolah.

Tabel 3
Statistika Deskriptif Data Hasil Eksperimen

Keterangan	N	Minimum	Maximum	Mean	Sd
Penilaian Risiko	43	1	9	5,42	2,270
Keputusan	43	1	2	1,44	0,502
Keuangan	43	2	5	4,12	0,879
Non Keuangan	43	1	5	2,95	1,272
Valid N	43				

Sumber: Data primer, diolah.



Sumber: Data primer, diolah.

Gambar 1
Persentase Subyek yang Memilih Memberikan Pinjaman ke Perusahaan B

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

	Z hitung	Z kritis	t hitung	t kritis	Kriteria	Keterangan
H1	3,616	1,645			Z hitung < Z kritis	H1 diterima
H2	+2,832	+1,645			Z hitung > Z kritis	H2 diterima
H3			+4,149	±1,96	t hitung > t kritis	H3 diterima

Sumber: Data primer, diolah.

PEMBAHASAN

Banyak penyaji laporan keuangan yang tidak bisa memenuhi kriteria kepastian eksekusi *lease renewal option* yang disyaratkan dalam FASB ASC topik 840-10-25 paragraf 6 sehingga diperlukan pengungkapan akan hal tersebut. Libby *et al.* (2006) menyatakan bahwa pilihan untuk mengungkapkan dibandingkan dengan mengakui dapat mengurangi reliabilitas informasi. Ketika penyajian dalam laporan posisi keuangan akan memberi dampak berbeda dalam menilai rasio utang terhadap ekuitas dibandingkan jika

hanya diungkapkan dalam laporan posisi keuangan. Bagi individu yang terpancang pada angka akuntansi akan dapat melakukan penilaian yang tidak tepat atas perusahaan yang secara ekonomis sama tapi terlihat berbeda. Hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *lenders* kurang bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan *optional lease renewal period* dalam laporan keuangan terbukti. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya sekaligus menguatkan

temuan Hales *et al.* (2012).

Dukungan terhadap hipotesis pertama merepresentasikan usulan standar akuntansi akan mengatasi kekhawatiran strukturalisasi transaksi sekaligus menciptakan efek informasi yang bisa mengakibatkan penggunaan laporan keuangan tidak tepat dalam pengambilan keputusan. Disagregasi yang disajikan dalam laporan keuangan menjadi lebih baik bagi para analis untuk memroses informasi. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *lenders* lebih bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi dan mendisagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengapitalisasi dan mengagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan terbukti. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya sekaligus menguatkan temuan Hales *et al.* (2012).

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hal yang beragam mengenai faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan *lender*. Hales *et al.* (2012) menunjukkan bahwa *lenders* mempertimbangan faktor non-keuangan misalnya faktor yang muncul dari perjanjian kontrak *leasing* dalam pembuatan keputusannya. Hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan pengaruh antara faktor keuangan dengan non-keuangan terhadap pembuatan keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders* terbukti.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Tiga hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini mendapat dukungan bukti secara empiris. Hipotesis 1 yakni *lenders* kurang bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengungkapkan *optional lease renewal period* dalam laporan keuangan mendapat dukungan bukti secara empiris. Hipotesis 2 yakni *lenders* lebih bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang mengapitalisasi dan mendisagregasi *optional lease renewal period* sebagai liabilitas dalam laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang mengapitalisasi dan mengagregasi *optional lease renewal period* sebagai

liabilitas dalam laporan keuangan mendapat dukungan bukti secara empiris. Dukungan bukti secara empiris juga diperoleh bagi hipotesis 3 yakni perbedaan pengaruh antara faktor keuangan dengan non-keuangan terhadap pembuatan keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders*.

Saran

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi *standard-setters* untuk mempertimbangkan dalam penetapan standar mengenai dampak yang ditimbulkan dari suatu standar yang ditetapkan. Usulan standar akuntansi bersama oleh FASB dan IASB untuk *leases* memberi dampak bagi penyaji laporan keuangan yang mempunyai perjanjian *leasing* yang didalamnya terdapat *lease renewal option*. *Lessee* menjadi mengalami kesulitan mendapatkan pinjaman karena terdapat efek penyajian dari laporan keuangan yang disyaratkan oleh dewan standar. Untuk mengurangi dampak yang dihasilkan dari usulan standar akuntansi tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bukti bahwa disagregasi untuk *lease renewal option* yang dikapitalisasi dari kewajiban *non-cancelable lease* memberikan informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan-keterbatasan yang dapat diungkapkan yakni 1) kesulitan peneliti dalam mengumpulkan *lenders* yang sebenarnya untuk dijadikan subyek penelitian sehingga peneliti menggunakan mahasiswa yang diprosikan sebagai *lenders*; 2) kesulitan peneliti dalam mengumpulkan subyek penelitian sehingga eksperimen dilakukan sebanyak dua kali pada hari yang berbeda. Hal ini memungkinkan mengurangi kerahasiaan kasus sehingga dimungkinkan subyek pada eksperimen hari kedua ada yang sudah mengetahui kasus yang akan disajikan. Untuk penelitian selanjutnya, hal-hal yang dapat dikembangkan dan diperbaiki dari penelitian ini yakni 1) penggunaan subyek dari *lenders* yang sebenarnya sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi dan 2) eksperimen dilakukan dalam satu waktu sehingga bisa menjaga kerahasiaan kasus.

DAFTAR PUSTAKA

- Acito, A. A., J. J. Burks, and W. B. Johnson. 2009. "Materiality Decision and the Correction of Accounting Errors". *The Accounting Review*, 84:659-688.
- Ahmed, A. S., E. Kilic, and G. J. Lobo. 2006. "Does Recognition versus Disclosure Matter? Evidence from Value-Relevance of Banks' Recognized and Disclosed Derivative Financial Instruments". *The Accounting Review*, 81:567-588.
- Algifari. 2003. *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Clor-Proell, S. M., C. A. Proell, and T. D. Warfield. 2010. "Financial Statement Presentation and Nonprofessional Investors' Interpretation of Fair Value Information". *Working Paper* University of Wisconsin-Madison.
- Dyregang, S. D. 2009. "The Cost of Private Debt Covenant Violation". *Working Paper* :Duke University.
- Hales, J. W., S. Venkataraman, and T. J. Wilks. 2012. "Accounting for Lease Renewal Options: The Informational Effects of Unit of Account Choices". *The Accounting Review*, 87:173-197.
- Hirst, D. E., P. E. Hopkins, and J. M. Wahlen. 2004. "Fair Values, Income Measurement, and Bank Analysts' Risk and Valuation Judgments". *The Accounting Review*, 79:453-472.
- Hyatt, T., and B. Reed. 2007. "An Examination of the Recently Restated Financial Statement Due to Inappropriate Lease Accounting". *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 11(3):69-84.
- Libby, R., M. W. Nelson, and J. E. Hunton. 2006. "Recognition vs. Disclosure, Auditor Tolerance for Misstatement, and the Reliability of Stock-Compensation and Lease Information". *Journal of Accounting Research*, 44:533-560.
- Luft, J. L., and M. D. Shields. 2001. "Why Does Fixation Persist? Experimental Evidence on the Judgment Performance Effects of Expensing Intangibles". *The Accounting Review*, 76:561-587.
- Subiyakto, H., and Algifari. 2010. *Praktikum Statistik dengan Ms Excel dan SPSS*. Yogyakarta:STIE YKPN.

PENGARUH ASSET INTENSITY DAN EMPLOYEE INTENSITY TERHADAP STICKY COST PADA BIAYA PENJUALAN, ADMINISTRASI, DAN UMUM

Yuniasih Wahyuningtyas
Yeterina Widi Nugrahanti

E-mail: yeterina.nugrahanti@staff.uksw.edu

ABSTRACT

The aim of this study is to find the indication of sticky cost behavior in manufacturing companies in Indonesia between 2009 and 2012 and to see whether the sticky cost level is affected by asset intensity and employee intensity. The indication of sticky cost can be seen from a higher cost when sales volume is increasing compared to when sales volume is decreasing in the equal proportion. This study found that selling, general, and administrative increase 0,475% percent per 1 percent increase in sales and decrease 0,409 percent per 1 percent decrease in sales. The degree of stickiness also increase following the increase of asset intensity. However, the rise of stickiness does not follow the increase in employee intensity.

Keywords: sticky cost, adjustment cost, asset intensity, employee intensity

JEL Classification: D24, J54

PENDAHULUAN

Dalam mengambil keputusan, seorang manajer harus mengetahui tentang perilaku biaya. Apabila manajer mengetahui konsep biaya maka akan mampu mengoptimalkan serta meningkatkan efisiensi biaya dalam

pengelolaan sumber daya perusahaan (Persada, 2006). Berdasarkan perilakunya biaya terdiri dari biaya variabel, biaya tetap, dan biaya semi-variabel. Biaya variabel merupakan biaya yang totalnya berhubungan dengan perubahan input atau output secara proporsional. Biaya tetap tidak dipengaruhi oleh perubahan input atau output dan biaya semi-variabel merupakan biaya yang totalnya dipengaruhi oleh volume sumber daya tapi tidak proporsional (Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Terdapat temuan bahwa biaya meningkat lebih tinggi saat volume aktivitas meningkat dibanding penurunan biaya saat aktivitas menurun. Perilaku tersebut disebut perilaku *Sticky cost*. Biaya disebut *sticky* ketika kenaikan biaya yang disebabkan oleh penambahan volume penjualan lebih besar dibandingkan penurunan biaya yang disebabkan penurunan volume penjualan (Anderson *et al.*, 2003; Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Beberapa penelitian membuktikan adanya *sticky cost* di beberapa negara. Porporato dan Werbin (2010) meneliti adanya indikasi perilaku *sticky cost* pada bank-bank di Amerika. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi *sticky cost* pada bank di Argentina, Brazil, dan Canada. Biaya penjualan, administrasi, dan umum meningkat sebesar 0,60% di Argentina, 0,82% di Brazil, dan 0,94% di Canada pada setiap 1% kenaikan volume aktivitas. Pada sisi lain, biaya hanya turun sebesar 0,38% di Argentina, 0,48% di Brazil, dan 0,94% di Canada pada setiap 1% penurunan volume

aktivitas.

Medeiros dan Costa (2005) menemukan indikasi adanya *sticky cost* pada perusahaan-perusahaan di Brazil dan menemukan bahwa pada biaya penjualan, administrasi, dan umum meningkat 0,5% per kenaikan 1% dalam penjualan, namun menurun hanya 0,32% per penurunan 1% dalam penjualan. Teruya *et al.* (2010) menemukan adanya indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum pada perusahaan-perusahaan di Jepang. Penelitian ini menggunakan sampel semua perusahaan yang terdaftar pada *Tokyo Stock Exchange* dari tahun 1975-2000.

Pichetkun dan Panmanee (2012) melakukan penelitian tentang determinan dari perilaku *sticky cost* di Thailand dengan menggunakan *adjustment cost theory*, *agency cost theory*, *political cost theory*, dan *corporate governance*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasio-rasio pada *adjustment cost theory* yaitu *asset intensity*, *employee intensity*, *stock intensity*, *equity intensity*, dan *capital intensity* dan rasio-rasio pada *agency cost theory* yaitu *risk (BETA)*, *concentration /rate (COMPETE)*, dan *tax ratio* secara bersamaan berhubungan secara positif dengan tingkat *sticky cost*, sedangkan *political cost theory* dan *corporate governance* berhubungan secara negatif dengan tingkat *sticky cost*.

Windyastuti dan Biyanto (2005) menganalisis *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum pada penjualan bersih dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* dari tahun 1998-2004. Penelitian ini menemukan bahwa biaya pemasaran, administrasi, dan umum naik sebesar 0,68% per 1% kenaikan volume, tetapi menurun hanya 0,08% per 1% penurunan volume. Selain itu penelitian juga menemukan tingkat *sticky cost* meningkat sesuai dengan peningkatan *asset intensity* tetapi menurun bersamaan dengan *employee intensity*.

Penelitian yang dilakukan oleh Pichetkun dan Panmanee (2012), Anderson *et al.* (2003), Calleja *et al.* (2005), Weiss (2010), Yasukata dan Kajiwara (2011) menggunakan pendekatan *adjustment cost theory* untuk melihat perilaku *sticky cost*. Teori ini menyatakan apabila manajer melakukan *adjustment cost* sesegera mungkin setelah terjadinya ketidaksesuaian antara rencana dan aktualisasi, maka *sticky cost* tidak akan terjadi. Sebagai ilustrasi setiap tahun manajer membuat

anggaran, yaitu anggaran penjualan dan anggaran produksi, lalu anggaran dilihat berjalan atau tidak. Apabila dalam realisasinya tidak sesuai dengan yang dianggarkan, maka manajer akan mengambil keputusan. Jika manajer optimis, manajer akan mempertahankan *utilization* sehingga biaya akan membengkak dan *sticky cost* terjadi. Sedangkan jika manajer pesimis, maka manajer akan menyesuaikan *utilization* sehingga biaya dapat disesuaikan dan *sticky cost* tidak terjadi.

Penelitian mengenai determinan *sticky cost* masih jarang dilakukan di Indonesia, sehingga penelitian ini akan mencoba melihat pengaruh dari *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* pada perusahaan sektor manufaktur di Indonesia. Alasan pemilihan sektor manufaktur karena Hidayatullah *et al.* (2011) serta Windyastuti dan Biyanto (2005) menemukan adanya indikasi perilaku *sticky cost* pada sektor manufaktur di Indonesia. Penelitian ini menggunakan periode tahun 2009-2012 untuk mendapatkan data terbaru.

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi terjadinya perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum. Selain itu, penelitian ini juga akan melihat apakah *asset intensity* dan *employee intensity* mempengaruhi *sticky cost*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan yang memiliki kondisi-kondisi tertentu yang mengakibatkan *sticky cost* menjadi tinggi, sebab *sticky cost* memberikan dampak negatif bagi perusahaan yaitu mengurangi laba (Anderson *et al.*, 2006; Weiss, 2010). Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi investor untuk memilih perusahaan yang tidak berisiko memiliki tingkat *sticky cost* yang tinggi dengan melihat *asset intensity* dan *employee intensity*.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Sticky cost pertama kali ditemukan oleh Malcolm pada tahun 1991. Beberapa biaya cenderung mempunyai karakter tidak sebanding dengan perubahan aktivitasnya. Jadi biaya ini cenderung kaku dan melekat karena adanya *fix cost* yang terlalu tinggi, bahkan jika aktivitas menurun, oleh karena itu biaya tersebut diberi label "*sticky cost*". Penelitian Anderson *et al.* (2003) menemukan *sticky cost* adalah biaya yang meningkat lebih tinggi ketika volume penjualan naik daripada saat volume penjualan turun pada proporsi yang sama.

Sticky cost terjadi karena ketidakseimbangan penyesuaian sumberdaya yaitu lebih lambat dalam proses penyesuaian yang menurun dibanding proses penyesuaian yang meningkat. Selain itu manajer cenderung memilih tetap mempertahankan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan pengurangan sumberdaya ketika penjualan menurun.

Alasan utama bagi keberadaan *sticky cost* adalah ketidakpastian tentang permintaan masa depan produk yang dijual oleh perusahaan yang mengakibatkan manajer cenderung memilih tetap mempertahankan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan pengurangan sumberdaya ketika penjualan menurun. Namun sebaliknya, jika manajer memilih untuk menyesuaikan biaya maka *sticky cost* tidak akan terjadi (Anderson *et al*, 2003). Keputusan manajer tersebut adalah keputusan yang disengaja berdasarkan alasan yang subjektif yaitu prospek peningkatan penjualan di masa mendatang. Ini dibuktikan oleh Yasukata dan Kajiwara (2011) dengan menggunakan menggunakan *The Deliberate Decision Theory* dan *Cost Adjustment Delay Theory*. *The Deliberate Decision Theory* menyebutkan bahwa *sticky cost* terjadi akibat keputusan yang disengaja oleh manajer, sedangkan *Cost Adjustment Delay Theory* menjelaskan bahwa perilaku *sticky cost* terjadi akibat keputusan manajer yang menunda penyesuaian biaya.

Ada beberapa penelitian yang menguji apa saja yang mempengaruhi perilaku *sticky cost*. Canon (2011) menyatakan bahwa *sticky cost* muncul karena *marginal cost* penambahan kapasitas saat permintaan meningkat lebih besar dari *marginal benefit* dari pengurangan kapasitas saat permintaan menurun. Pichetkun dan Panmanee (2012) menyatakan bahwa rasio-rasio pada *adjustment cost theory* dan *agency cost theory* mempengaruhi tingkat *sticky cost*.

Adjustment cost theory diperkenalkan oleh Lucas (1967). Ketika terjadi keadaan yang tidak terduga, perusahaan tidak dapat mengubah tingkat faktor produksi secara tiba-tiba tanpa adanya penyesuaian biaya. Oleh karena itu, mengubah level produksi memerlukan biaya. *Adjustment cost* terjadi karena ketidaksesuaian antara biaya yang direncanakan dengan biaya yang terjadi akibat perubahan volume. *Adjustment cost* disajikan secara implisit pada laporan keuangan. Ini berarti *adjustment cost* tidak dilaporkan dan diukur pada akun pendapatan maupun beban. Jika manajer

ingin menaikkan atau menurunkan *utilization*, *adjustment cost* akan terjadi.

Penelitian sebelumnya pada *cost on stickiness* (Anderson *et al*, 2003; Subramaniam & Weidenmier, 2003; Medeiros & Costa, 2004; Yang *et al*, 2005; Anderson *et al*, 2005) menggunakan *intensity of total assets* dan *intensity of employees* sebagai *proxy* dari *adjustment cost*. Untuk mendukung ini, penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa *sticky cost* dipengaruhi oleh *intensity of asset* dan *intensity of employees*.

Banyak penelitian terdahulu yang menggunakan penjualan bersih sebagai *proxy* dari volume penjualan, karena volume penjualan tidak dapat diamati secara langsung. Perilaku biaya pada biaya penjualan, administrasi, dan umum dapat dipelajari dengan menghubungkan aktivitas penjualan karena volume penjualan mempengaruhi beberapa komponen biaya administrasi dan umum. Biaya penjualan, administrasi, dan umum memiliki komponen *fix* dan komponen variabel maka biaya ini memiliki sifat semi variabel. Biaya administrasi dan umum menjadi *sticky* ketika besarnya biaya administrasi dan umum meningkat lebih tinggi dan ketika volume penjualan naik dibandingkan besarnya biaya administrasi dan umum yang menurun, dan ketika volume penjualan menurun (Windyastuti dan Biyanto, 2005). *Stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum terjadi jika manajer memutuskan untuk menahan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan *adjustment cost* ketika volume mengalami penurunan. Manajer ragu untuk mengurangi *utilization* ketika penjualan menurun karena mengantisipasi jika terjadi kenaikan penjualan kembali. Dengan demikian, biaya penjualan, administrasi, dan umum akan tetap tinggi karena tidak segera disesuaikan (Anderson *et al*, 2003). Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Peningkatan biaya penjualan, administrasi dan umum lebih tinggi pada saat penjualan naik dibandingkan penurunan biaya pada saat penjualan menurun.

Asset intensity adalah rasio total aset terhadap penjualan bersih. *Asset intensity* diukur dari total aset/ penjualan (Pichetkun dan Panmanee, 2012). Gambaran logis tentang indikasi *sticky cost* pada *asset intensity* adalah ketika penjualan mengalami peningkatan,

maka perusahaan harus membeli sebuah mesin lagi untuk menyesuaikan peningkatan penjualan tersebut (Windyastuti dan Biyanto, 2005). Misalnya perusahaan mempunyai sebuah mesin dengan kapasitas produksi sebesar 250.000 unit setiap satu periode dengan biaya perawatan dan depresiasi sebesar Rp2.000.000. Pada saat penjualan mengalami peningkatan sebesar 50% atau sebesar 125.000 unit, perusahaan akan membeli satu buah mesin lagi. Sehingga biaya perawatan dan depresiasi akan ikut meningkat menjadi Rp4.000.000. Namun saat penjualan menurun sebesar 50% atau 125.000 unit, perusahaan tidak akan mengurangi mesin karena manajer berpikir pada periode yang akan datang akan terjadi peningkatan penjualan, sehingga perusahaan tidak harus membeli mesin lagi karena biaya pengadaan mesin ini mahal. Walaupun terjadi penurunan penjualan manajer akan mempertahankan mesin tersebut dan tetap menanggung biaya perawatan dan depresiasi sebesar Rp4.000.000 dengan kapasitas yang belum tentu digunakan. Ini menunjukkan adanya indikasi *sticky cost*, yaitu ketika penjualan naik biaya perawatan dan depresiasi akan meningkat, sedangkan saat penjualan menurun biaya tersebut tidak ikut menurun (Windyastuti dan Biyanto, 2005).

Karena biaya perawatan dan depresiasi termasuk dalam komponen biaya penjualan, administrasi dan umum, maka semakin tinggi *asset intensity* maka *sticky cost* juga akan tinggi. Sehingga peningkatan biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity* (Nugroho dan Endarwati, 2013). Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2a: Peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity* perusahaan.

Employee intensity adalah rasio jumlah karyawan terhadap penjualan bersih. *Employee intensity* diukur dari jumlah karyawan/penjualan (Pichetkun dan Panmanee, 2012). Biaya gaji termasuk dalam komponen biaya penjualan, administrasi, dan umum, sehingga penjualan mempengaruhi biaya gaji. Ketika penjualan menurun, perusahaan harus tetap menanggung biaya gaji. Menghentikan tenaga kerja adalah mahal karena perusahaan harus membayar biaya pesangon. Perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik ketika pekerja diberhentikan saat penjualan menurun dan menambah karyawan saat penjualan meningkat sehingga

biaya gaji bersifat *sticky* (Windyastuti dan Biyanto, 2005). Namun apabila manajer mengambil keputusan untuk melakukan *adjustment* terhadap biaya gaji dengan kata lain manajer melakukan pemutusan hubungan kerja maka *sticky cost* tidak terjadi (Anderson et al, 2003). Berdasar uraian yang telah disampaikan tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2b: Peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi dan umum sesuai dengan peningkatan *employee intensity* perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2009-2012. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya penjualan, administrasi, umum, serta pendapatan penjualan bersih, aset bersih, dan jumlah tenaga kerja. Semua data diambil dari laporan keuangan dan laporan tahunan. Pengambilan data dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2009-2012 dan biaya penjualan, administrasi, dan umum tidak melebihi penjualan bersih.

Model untuk melihat *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum pertama kali diciptakan oleh Anderson et al. (2003). Model ini digunakan pula oleh Windyastuti dan Biyanto (2005), Hidayatullah et al. (2011), Subramanian dan Weidenmier (2003), dan menemukan indikasi adanya *sticky cost*. Oleh karena itu, peneliti menggunakan model yang sama dengan Anderson et al. (2003). Interaksi antara variabel *Decreased Dummy* (DECRDUM) diberi nilai 1 jika penjualan menurun antara periode t-1 dan t, dan 0 jika sebaliknya (Hidayatullah et al. 2011). Dikarenakan model diuji dengan regresi berganda sehingga harus memenuhi uji asumsi klasik.

Pengujian Hipotesis 1:

$$\text{Log}[PA\&U_{i,t}/PA\&U_{i,t-1}] = \beta_0 + \beta_1[\text{Sales}_{i,t}/\text{Sales}_{i,t-1}] + \beta_2 * D_{ECRDUM_{i,t}} * \text{log}[\text{Sales}_{i,t}/\text{Sales}_{i,t-1}] + \epsilon_{i,t}$$

Keterangan:

$PA\&U_{i,t}$ = Biaya Pemasaran, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t-1

$PA\&U_{i,t-1}$ = Biaya Pemasaran, Administrasi dan Umum perusahaan i pada periode t-1

$\text{Sales}_{i,t}$ = Penjualan bersih pada periode t

$Sales_{i,t-1}$ = Penjualan bersih pada periode t-1
 $DECRDUM_{i,t}$ = Variabel Dummy bernilai 1 jika penjualan bersih turun antara periode t dan t-1, serta 0 jika sebaliknya.
 $\epsilon_{i,t}$ = Residual

Koefisien β_1 mengukur presentase kenaikan biaya penjualan, administrasi, dan umum akibat kenaikan penjualan bersih sebesar satu persen karena variabel *dummy* yang bernilai nol pada saat penjualan bersih tidak menurun. Persentase penurunan biaya penjualan administrasi dan umum akibat penurunan penjualan bersih sebesar 1% diukur dengan penjumlahan dari koefisien $\beta_1 + \beta_2$. Apabila biaya penjualan, administrasi, dan umum bersifat *sticky*, maka variasi peningkatan biaya administrasi dan penjualan bersih harus lebih besar dibandingkan saat penurunan penjualan bersih. Asumsi $\beta_1 > 0$, $\beta_2 < 0$ yang menjadi dasar hipotesis 1, yaitu peningkatan biaya penjualan, administrasi, dan umum lebih tinggi pada saat penjualan naik dibanding-

ingkan penurunan biaya pada saat penjualan menurun (Anderson *et al.* 2003).
 Pengujian Hipotesis 2:

$$\log[A\&U_{i,t}/A\&U_{i,t-1}] = \beta_0 + \beta_1 * \log[Sales_{i,t}/Sales_{i,t-1}] + \beta_2 * DECRDUM_{i,t} * \log[Sales_{i,t}/Sales_{i,t-1}] + \beta_3 * DECRDUM_{i,t} * \log[Sales_{i,t}/Sales_{i,t-1}] * \log[TotalAsset_{i,t}/Sales_{i,t}] + \beta_4 * DECRDUM_{i,t} * \log[Sales_{i,t}/Sales_{i,t-1}] * \log[Number\ of\ employee_{i,t}/Sales_{i,t-1}] + \epsilon_{i,t}$$

Keterangan:
 $Total\ Asset/Sales$ = *Asset Intensity*
 $Number\ of\ employe/Sales$ = *Employee Intensity*

Asset Intensity dan *employee intensity* berpengaruh jika signifikansi secara statistik dengan nilai α (*alpha*) sebesar 0,05. Alasan penentuan nilai α (*alpha*) sebesar 0,05 karena sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu Windyastuti dan Biyanto (2005), Anderson *et al.* (2003), dan Nugrohdan Enderwati (2013). Dengan signifikannya variabel-variabel tersebut maka analisis kondisi dan situasi yang mempengaruhi derajat *stickiness* biaya penjualan, administrasi, dan umum dapat

Tabel 1
Statistik Deskriptif Perubahan Biaya Penjualan, Administrasi, Umum, serta Penjualan, Aset, dan Karyawan

Keterangan	Rata-Rata Dalam	Sampel Mengalami Penurunan (%)	Sampel Mengalami Peningkatan (%)
Perubahan Biaya Penjualan, Administrasi & Umum Tahun 2010/2009	Rp158.877.687.576	27	90
Perubahan Biaya Penjualan, Administrasi & Umum Tahun 2011/2010	Rp126.705.085.894	28	89
Perubahan Biaya Penjualan, Administrasi & Umum Tahun 2012/2011	Rp186.492.249.418	21	96
Perubahan Penjualan Tahun 2010/2009	Rp623.762.334.968	28	89
Perubahan Penjualan Tahun 2011/2010	Rp1.053.334.520.714	16	101

Keterangan	Rata-Rata Dalam	Sampel Mengalami Penurunan (%)	Sampel Mengalami Peningkatan (%)
Perubahan Penjualan Tahun 2012/2011	Rp818.486.473.954	30	87
Perubahan Aset Tahun 2010/2009	Rp492.886.901.209	29	88
Perubahan Aset Tahun 2011/2010	Rp1.017.070.393.042	27	90
Perubahan Aset Tahun 2012/2011	Rp789.431.285.190	22	95
Perubahan Karyawan Tahun 2010/2009 (orang)	(25)	47	70
Perubahan Karyawan Tahun 2011/2010 (orang)	208	54	63
Perubahan Karyawan Tahun 2012/2011 (orang)	307	42	75

Sumber: Data sekunder, diolah.

dilakukan.

Pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap derajat *stickiness* biaya penjualan, administrasi, dan umum terlihat dari β_3 dan β_4 yang bertanda negatif dan signifikan. Ini berarti bila *asset intensity* dan *employee intensity* naik, maka variasi penurunan biaya penjualan, administrasi, dan umum akibat penurunan penjualan bersih akan lebih kecil dibandingkan ketika *asset intensity* dan *employee intensity* tidak mengalami kenaikan.

HASIL PENELITIAN

Total perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode penelitian ada 138. Berdasarkan data 138 perusahaan tersebut, sebanyak 21 perusahaan tidak memenuhi kriteria sampel sehingga jumlah sampel adalah 117 perusahaan. Dengan periode penelitian 3 tahun (2009-2010, 2010-2011, 2011-2012) maka jumlah data menjadi 351. Berdasarkan 351 data tersebut, sebanyak 7 data merupakan data *outlier*, sehingga total data yang dapat diolah adalah 344. Statistik deskriptif untuk perubahan pada biaya penjualan, administrasi dan umum; penjualan, aset, serta karyawan perusahaan

manufaktur pada tahun 2009-2010, 2010-2011 dan 2011- 2012 dapat dilihat pada Tabel 1.

Sebelum melakukan pengujian *sticky cost* pada sektor manufaktur, terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari ujinormalitas, multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas. Berdasarkan semua pengujian tersebut, data penelitian ini lolos uji asumsi klasik sehingga memenuhi syarat untuk diuji lebih lanjut dengan menggunakan analisis regresi berganda.

PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis 1 dapat dilihat dari Tabel 2. Nampak nilai β_1 sebesar 0,475. Ini berarti pada saat penjualan meningkat sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi, dan umum meningkat sebesar 0,475%. Sedangkan nilai β_2 sebesar -0,066 sehingga nilai $\beta_1 + \beta_2$ menjadi 0,409. Ini berarti pada saat penjualan menurun sebesar 1% maka biaya penjualan, administrasi, dan umum menurun sebesar 0,409%. Temuan ini mendukung hipotesis 1 yaitu peningkatan biaya penjualan, administrasi, dan umum lebih tinggi pada saat penjualan naik dibandingkan penurunan biaya

pada saat penjualan menurun. Hal ini mengindikasikan adanya *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Oleh karena itu, hipotesis 1 diterima. *Stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum terjadi jika manajer memutuskan untuk menahan sumberdaya yang tidak terpakai daripada melakukan *adjustment cost* ketika volume mengalami penurunan. Oleh karena itu, manajer mungkin ragu untuk mengurangi *utilization* ketika penjualan menurun. Biaya penjualan, administrasi, dan umum akan naik apabila tidak segera disesuaikan (Anderson, *et al.* 2003). Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya dari Windiyastuti dan Biyanto (2005), Hidayatullah *et al.* (2011), dan Dewi (2012).

Tabel 2
Hasil Pengujian Hipotesis 1

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.017	.006
Penjualan	.475	.058
Periode	-.066	.128

Sumber: Data sekunder, diolah.

Hasil pengujian hipotesis 2a dan 2b, yaitu pengaruh *asset intensity* dan *employee intensity* terhadap *sticky cost* dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasar hasil pengujian tersebut nampak nilai signifikansi *asset intensity* sebesar $0,000 < 0,05$. Ini berarti *asset intensity* berpengaruh terhadap tingkat *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum. Pengaruh *asset intensity* terhadap *sticky cost* terlihat pada nilai $\hat{\beta}_3$, yaitu -1,566. Nilai $\hat{\beta}_3$ yang negatif berarti apabila *asset intensity* naik, maka variasi penurunan biaya penjualan, administrasi, dan umum akibat penurunan penjualan bersih akan lebih kecil dibandingkan *asset intensity* tidak mengalami kenaikan. Dengan kata lain, semakin tinggi *asset intensity* maka semakin tinggi pula *sticy cost*.

Hal ini dibuktikan dengan data aset pada Tabel 1 pada periode 2009-2010 hingga periode 2010-2011 terjadi peningkatan aset sebesar Rp524.183.491.833,-. Begitu pula dengan penjualan yang mengalami peningkatan pada periode 2009-2010 hingga periode 2010-2011 sebesar Rp429.572.185.746. Ini memungkinkan bahwa perusahaan berinvestasi pada aset dan operasi perusahaan bergantung pada aset. Ketika aset meningkat sebesar 1% maka biaya akan meningkat sebesar 0,0000000001447% dan penjualan meningkat sebesar 0,000000000134%. Ini mengindikasikan adanya pengaruh dari *asset intensity* terhadap *sticky cost*.

Tingkat *sticky cost* akan lebih tinggi pada perusahaan yang mempergunakan aset untuk menjalankan kegiatan operasionalnya (Dewi, 2012). *Sticky cost* terjadi karena manajer tidak segera menyesuaikan biaya (Anderson *et al.* 2003). Tindakan untuk menjual

Tabel 3
Pengujian Hipotesis 2a dan 2 b

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	.027	.005	5.358	.000
Penjualan	.290	.049	5.898	.000
Periode	6.793	1.850	3.672	.000
Asset	-1.566	.135	-11.556	.000
Karyawan	.697	.203	3.441	.001

Sumber: Data sekunder, diolah.

aset ketika penjualan bersih menurun sangat berisiko karena perusahaan akan kehilangan investasi yang spesifik (Anderson *et al.* 2003). Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya oleh Windyastuti dan Biyanto (2005) dan Nugroho dan Endarwati (2013). Dengan demikian, temuan ini mendukung hipotesis 2a bahwa peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity* perusahaan.

Berdasar hasil pengujian pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa signifikansi variabel *employee intensity* sebesar $0,001 < 0,05$. Ini berarti *employee* berpengaruh terhadap tingkat *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum. Pengaruh *employee intensity* terhadap *sticky cost* terlihat ada nilai $\hat{\alpha}_4$ yaitu 0,697. Nilai $\hat{\alpha}_4$ yang positif berlawanan dengan kerangka teori. Ini berarti apabila *employee intensity* naik, maka variasi penurunan biaya penjualan, administrasi, dan umum akibat penurunan penjualan bersih akan lebih besar dibandingkan *employee intensity* tidak mengalami kenaikan. Dengan kata lain, semakin tinggi *employee intensity* maka *sticy cost* semakin kecil. Dengan demikian, hipotesis 2b yang menyatakan peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum sesuai dengan peningkatan *employee intensity* perusahaan tidak didukung.

Tidak terbuktinya hipotesis 2b ini dimungkinkan karena adanya efisiensi pada perusahaan. Ini dibuktikan dengan data, ketika karyawan menurun 1% maka biaya akan menurun sebesar 4%. Sedangkan pada saat karyawan meningkat 1% maka biaya akan meningkat sebesar 0,194% dan penjualan meningkat sebesar 0,4%. Efisiensi biaya terjadi karena manajer mampu menyesuaikan biaya dengan baik berdasarkan pergerakan penjualan. Hal ini mengakibatkan tingkat *sticky cost* menjadi lebih rendah (Anderson *et al.* 2006). Anderson *et al.* (2006) menambahkan biaya yang mengikuti pergerakan penjualan secara proporsional memberikan sinyal bahwa terjadi efisiensi biaya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar hasil pengujian yang telah dilakukan, ditemukan adanya indikasi perilaku *sticky cost* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum pada perusahaan

manufaktur di Indonesia periode 2009-2012. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan pada biaya penjualan, administrasi, dan umum yang lebih tinggi ketika penjualan bersih meningkat dibandingkan dengan penurunan biaya penjualan, administrasi, dan umum pada saat penjualan bersih menurun. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2a dapat disimpulkan bahwa besarnya *sticky cost* dipengaruhi oleh *asset intensity*. Ini berarti peningkatan *stickiness* pada biaya penjualan, administrasi, dan umum sesuai dengan peningkatan *asset intensity* perusahaan. Dengan kata lain saat *asset intensity* meningkat, *sticky cost* juga akan meningkat. Pada hasil pengujian hipotesis 2b dapat disimpulkan bahwa besarnya *sticky cost* dipengaruhi oleh *employee intensity*, namun dengan arah yang berbeda. Ini berarti peningkatan *employee intensity* tidak sesuai dengan peningkatan *sticky cost*. Dengan kata lain, saat *employee intensity* meningkat, *sticky cost* akan menurun.

Saran

Berdasar hasil penelitian yang menemukan adanya indikasi *sticky cost* pada biaya penjualan administrasi, dan umum pada perusahaan manufaktur di Indonesia, maka manajer harus mengenali dan mengendalikan *sticky cost*, karena *sticky cost* berdampak buruk yaitu dapat mengurangi laba. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *asset intensity* yang meningkat seiring peningkatan *sticky cost*. Oleh karena itu, manajer harus mengambil keputusan untuk menahan sumberdaya ketika penjualan menurun atau melakukan penyesuaian. Pada penelitian ini pengukuran rasio *employee intensity* menggunakan perbandingan antara jumlah karyawan dengan penjualan bersih. Hal ini kurang relevan karena satuan ukurnya berbeda. Untuk itu pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan rasio dengan perbandingan total biaya gaji dengan total penjualan bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, M. C., Banker, R. D. and Jankiraman. 2003. "Are Selling, General, and Administrative Costs "Sticky"?". *Journal Of Accounting Research*, 41(1): 47-63.

- Anderson, MC., Banker, RD., and Janakiraman, SN., Huang, R. 2006. "Cost Behavior and Fundamental Analysis of SG&A Cost". AAA Management Accounting Section (MAS). *Meeting Paper*.
- Anderson, W. S., Chen, C. X., and Young, S. M. 2005. "Sticky Cost as Competitive Response: Evidence on Strategic Cost Management at Southwest Airlines". *Working Paper*. Rive University.
- Calleja, Kenneth., Stelarios, M., and Thomas, D.C. 2005. "Further Evidence on The Sticky Behaviour of Costs". Cass Business School Research Paper. *Working Paper*. SSRN
- Canon, Jim. 2011. "Determinants of Sticky Costs: An Analysis of Cost Behavior using United States Air Transportation Data". AAA Management Accounting Section. *Meeting Paper*. SSRN
- Medeiros De, Otavio Ribeiro and Costa, Patricia De Souza. 2004. "Cost Stickiness in Brazilian Firm". *Paper presented at the 4th USP Congress of Managerial Control and Accounting*. SSRN.
- Dewi, A.A.K. 2012. "Apakah Kelengketan Biaya Terjadi Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia". *Working Paper*. Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Hidayatullah, I. J, Utami, W., Herliansyah, Y. 2011. "Analisis Perilaku Sticky Cost Terhadap Prediksi Laba Menggunakan Model Cost Variability dan Cost Stickiness (CVCS) Pada Emiten di BEI untuk Industri Manufaktur". SNA 16. Manado.
- Weiss Kama ID. 2010. "Do Managers' Deliberate Decisions Induce Sticky Costs?" *Working Paper*. SSRN.
- Nugroho, P.I., Endarwati, W. 2013. "Do the Cost Stickiness in The Selling, General, and Administrative Cost Occur in Manufacturing Companies in Indonesia?". SNA 16. Manado.
- Persada I. 2006. Cost Behavior Analysis: The Stickiness of Selling, General, and Administrative Cost. *Skripsi*. Department of Accounting International Program Faculty of Economics Indonesia Islamic University Yogyakarta.
- Pichetkun, N., & P. Panmanee. 2012. "The Determinants of Sticky Cost Behavior A Structural Equation Modeling Approach". *Doctoral Dissertation*. Rajamangala University of Technology. Thanyaburi Thailand.
- Porporato, Marcela., Werbin, E. 2010. "Active Cost Management in Banks: Evidence of sticky cost in Argentina, Brazil and Canada". AAA Management Accounting Section. *Meeting Paper*. SSRN.
- Teruya, Jenny., Shimizu, T., and He, D. 2010. "Sticky Selling, General, and Administrative Cost Behavior and It's Changes in Japan". *Global Journal of Business Research*. 4(4):1-10.
- Subramaniam, C and Weidenmier, M.L. 2003. "Additional Evidence on Sticky Behavior of Costs". *TCU Working Paper*. Texas University.
- Windyastuti dan Biyanto, F. 2005. "Analisis Perilaku Kos: Stickiness Kos Pemasaran, Administrasi & Umum Pada Penjualan Bersih (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar di BEJ. SNA VIII. Solo.
- Yang, D. H., Lee, Y. T., and Park, K. H. 2005. "Sticky Cost Behavior Analysis of General Hospitals in Korea". *Korean Journal of Health Policy and Administration*, 15(1): 78-96.
- Yasukata, K., Kajiwaru, T. 2011. "Are Sticky Cost The Result of Deliberate Decision of Managers?". *Working Paper*. SSRN.

INDEKS SUBYEK JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

A

adjustment cost 113, 114, 115, 119
asset intensity 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120

B

BOPO 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87
BPRS 81, 82, 83, 84, 86, 87

C

communication 59
corporate image 89
customer loyalty 89, 100, 101
Customer Satisfaction 78, 89, 100, 101
customer value 89, 100

E

ecological knowledge 73
employee intensity 113, 114, 116, 117, 118, 119,
120
environmentally friendly products 73, 78

F

FDR 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87

G

GDP 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87
goal alignment 59
green perceived value 73, 78

I

individual performance 59
inflation 81, 85
information technology 59

L

lease renewal option 103, 104, 106, 107, 108, 111
leases 103, 105, 111

M

mutual dependence 59

N

NPF 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88

O

OLS 81, 84
optional lease period 103

P

perceived consumer effectiveness 73
purchase Intention 73, 78, 100

S

service quality 78, 89, 100
size bank 81
sticky cost 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 121

Vol. 8, No. 2, Juli 2014

ISSN: 1978-3116

JURNAL
EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

INDEKS PENGARANG JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

B

Bakri 59

E

Elizabeth Dita Septiari 73

I

Irman Firmansyah 81

M

Maria Resina Restiarti 89

N

Nadia Nila Sari 73

W

Wahyu Pramesti 103

Y

Yeterina Widi Nugrahanti 113

Yuniasih Wahyuningtyas 113

PEDOMAN PENULISAN JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

Ketentuan Umum

1. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris sesuai dengan format yang ditentukan.
2. Penulis mengirim tiga eksemplar naskah dan satu *compact disk* (CD) yang berisikan naskah tersebut kepada redaksi. Satu eksemplar dilengkapi dengan nama dan alamat sedang dua lainnya tanpa nama dan alamat yang akan dikirim kepada mitra bestari. Naskah dapat dikirim juga melalui *e-mail*.
3. Naskah yang dikirim belum pernah diterbitkan di media lain yang dibuktikan dengan pernyataan tertulis yang ditandatangani oleh semua penulis bahwa naskah tersebut belum pernah dipublikasikan. Pernyataan tersebut dilampirkan pada naskah.
4. Naskah dan CD dikirim kepada *Editorial Secretary*
Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB)
Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1332 • Fax. (0274) 486155
e-mail: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id

Standar Penulisan

1. Naskah diketik menggunakan program *Microsoft Word* pada ukuran kertas A4 berat 80 gram, jarak 2 spasi, jenis huruf Times New Roman berukuran 12 *point*, margin kiri 4 cm, serta margin atas, kanan, dan bawah masing-masing 3 cm.
2. Setiap halaman diberi nomor secara berurutan. Gambar dan tabel dikelompokkan bersama pada lembar terpisah di bagian akhir naskah.
3. Angka dan huruf pada gambar, tabel, atau histogram menggunakan jenis huruf Times New Roman berukuran 10 *point*.
4. Naskah ditulis maksimum sebanyak 15 halaman termasuk gambar dan tabel.

Urutan Penulisan Naskah

1. Naskah hasil penelitian terdiri atas Judul, Nama Penulis, Alamat Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Materi dan Metode, Hasil, Pembahasan, Ucapan Terima Kasih, dan Daftar Pustaka.
2. Naskah kajian pustaka terdiri atas Judul, Nama Penulis, Alamat Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Masalah dan Pembahasan, Ucapan Terima Kasih, dan Daftar Pustaka.
3. Judul ditulis singkat, spesifik, dan informatif yang menggambarkan isi naskah maksimal 15 kata. Untuk kajian pustaka, di belakang judul harap ditulis Suatu Kajian Pustaka. Judul ditulis dengan huruf kapital dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 14 *point*, jarak satu spasi, dan terletak di tengah-tengah tanpa titik.
4. Nama Penulis ditulis lengkap tanpa gelar akademis disertai alamat institusi penulis yang dilengkapi dengan nomor kode pos, nomor telepon, fax, dan *e-mail*.

5. Abstrak ditulis dalam satu paragraf tidak lebih dari 200 kata menggunakan bahasa Inggris. Abstrak mengandung uraian secara singkat tentang tujuan, materi, metode, hasil utama, dan simpulan yang ditulis dalam satu spasi.
6. Kata Kunci (*Keywords*) ditulis miring, maksimal 5 (lima) kata, satu spasi setelah abstrak.
7. Pendahuluan berisi latar belakang, tujuan, dan pustaka yang mendukung. Dalam mengutip pendapat orang lain dipakai sistem nama penulis dan tahun. Contoh: Badrudin (2006); Subagyo dkk. (2004).
8. Materi dan Metode ditulis lengkap.
9. Hasil menyajikan uraian hasil penelitian sendiri. Deskripsi hasil penelitian disajikan secara jelas.
10. Pembahasan memuat diskusi hasil penelitian sendiri yang dikaitkan dengan tujuan penelitian (pengujian hipotesis). Diskusi diakhiri dengan simpulan dan pemberian saran jika dipandang perlu.
11. Pembahasan (*review/kajian pustaka*) memuat bahasan ringkas mencakup masalah yang dikaji.
12. Ucapan Terima Kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang membantu sehingga penelitian dapat dilangsungkan, misalnya pemberi gagasan dan penyandang dana.
13. Ilustrasi:
 - a. Judul tabel, grafik, histogram, sketsa, dan gambar (foto) diberi nomor urut. Judul singkat tetapi jelas beserta satuan-satuan yang dipakai. Judul ilustrasi ditulis dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 10 point, masuk satu tab (5 ketukan) dari pinggir kiri, awal kata menggunakan huruf kapital, dengan jarak 1 spasi
 - b. Keterangan tabel ditulis di sebelah kiri bawah menggunakan huruf Times New Roman berukuran 10 point jarak satu spasi.
 - c. Penulisan angka desimal dalam tabel untuk bahasa Indonesia dipisahkan dengan koma (,) dan untuk bahasa Inggris digunakan titik (.).
 - d. Gambar/Grafik dibuat dalam program Excel.
 - e. Nama Latin, Yunani, atau Daerah dicetak miring sedang istilah asing diberi tanda petik.
 - f. Satuan pengukuran menggunakan Sistem Internasional (SI).
14. Daftar Pustaka
 - a. Hanya memuat referensi yang diacu dalam naskah dan ditulis secara alfabetik berdasarkan huruf awal dari nama penulis pertama. Jika dalam bentuk buku, dicantumkan nama semua penulis, tahun, judul buku, edisi, penerbit, dan tempat. Jika dalam bentuk jurnal, dicantumkan nama penulis, tahun, judul tulisan, nama jurnal, volume, nomor publikasi, dan halaman. Jika mengambil artikel dalam buku, cantumkan nama penulis, tahun, judul tulisan, editor, judul buku, penerbit, dan tempat.
 - b. Diharapkan dirujuk referensi 10 tahun terakhir dengan proporsi pustaka primer (jurnal) minimal 80%.
 - c. Hendaknya diacu cara penulisan kepastakaan seperti yang dipakai pada JAM/JEB berikut ini:

Jurnal

Yetton, Philip W., Kim D. Johnston, and Jane F. Craig. Summer 1994. "Computer-Aided Architects: A Case Study of IT and Strategic Change." *Sloan Management Review*: 57-67.

Buku

Paliwoda, Stan. 2004. *The Essence of International Marketing*. UK: Prentice-Hall, Ince.

Prosiding

Pujaningsih, R.I., Sutrisno, C.L., dan Sumarsih, S. 2006. Kajian kualitas produk kakao yang diamoniasi dengan aras urea yang berbeda. Di dalam: *Pengembangan Teknologi Inovatif untuk Mendukung Pembangunan Peternakan Berkelanjutan. Prosiding Seminar Nasional* dalam Rangka HUT ke-40 (Lustrum VIII) Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman; Purwokerto, 11 Pebruari 2006. Fakutas Peternakan UNSOED, Purwokerto. Halaman 54-60.

Artikel dalam Buku

Leitzmann, C., Ploeger, A.M., and Huth, K. 1979. The Influence of Lignin on Lipid Metabolism of The Rat. In: G.E. Inglett & S.I.Falkehag. Eds. *Dietary Fibers Chemistry and Nutrition*. Academic Press. INC., New York.

Skripsi/Tesis/Disertasi

Assih, P. 2004. Pengaruh Kesempatan Investasi terhadap Hubungan antara Faktor Faktor Motivasional dan Tingkat Manajemen Laba. *Disertasi*. Sekolah Pascasarjana S-3 UGM. Yogyakarta.

Internet

Hargreaves, J. 2005. Manure Gases Can Be Dangerous. Department of Primary Industries and Fisheries, Queensland Government. <http://www.dpi.gld.gov.au/pigs/9760.html>. Diakses 15 September 2005.

Dokumen

[BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. 2006. Sleman Dalam Angka Tahun 2005.

Mekanisme Seleksi Naskah

1. Naskah harus mengikuti format/gaya penulisan yang telah ditetapkan.
2. Naskah yang tidak sesuai dengan format akan dikembalikan ke penulis untuk diperbaiki.
3. Naskah yang sesuai dengan format diteruskan ke *Editorial Board Members* untuk ditelaah diterima atau ditolak.
4. Naskah yang diterima atau naskah yang formatnya sudah diperbaiki selanjutnya dicarikan penelaah (MITRA BESTARI) tentang kelayakan terbit.
5. Naskah yang sudah diperiksa (ditelaah oleh MITRA BESTARI) dikembalikan ke *Editorial Board Members* dengan empat kemungkinan (dapat diterima tanpa revisi, dapat diterima dengan revisi kecil (*minor revision*), dapat diterima dengan revisi *mayor* (perlu direview lagi setelah revisi), dan tidak diterima/ditolak).
6. Apabila ditolak, *Editorial Board Members* membuat keputusan diterima atau tidak seandainya terjadi ketidaksesuaian di antara MITRA BESTARI.
7. Keputusan penolakan *Editorial Board Members* dikirimkan kepada penulis.
8. Naskah yang mengalami perbaikan dikirim kembali ke penulis untuk perbaikan.
9. Naskah yang sudah diperbaiki oleh penulis diserahkan oleh *Editorial Board Members* ke *Managing Editors*.
10. Contoh cetak naskah sebelum terbit dikirimkan ke penulis untuk mendapatkan persetujuan.
11. Naskah siap dicetak dan cetak lepas (*off print*) dikirim ke penulis.