

JURNAL

EKONOMI & BISNIS

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP MANAJEMEN LABA

*Dedy Hartanto
Yeterina Widi Nugrahanti*

PENGARUH PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA CAPITAL ADEQUACY RATIO DAN DANA PIHAK KETIGA TERHADAP PEMBIAYAAN MUDHARABAH

Irman Firmansyah

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MODERASI KEPUASAN DAN RETENSI PELANGGAN

R. Yefta Sukmana

PENGARUH ANALISIS RASIO KEUANGAN DALAM MEMPREDIKSI PERTUMBUHAN LABA DENGAN ACFTA SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Rr. Prima Dita Hapsari

PENGARUH REPUTASI *TRAINER* DAN PERENCANAAN KARIR POLITIK TERHADAP MOTIVASI PRA *TRAINING* DAN PEMAHAMAN MATERI *TRAINING* DENGAN PENGALAMAN BERORGANISASI DAN LOYALITAS KADER SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (KASUS PADA PARTAI POLITIK KABUPATEN SLEMAN)

Bianka Andriyani

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DENGAN *COMPUTER SELF-EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Irene Alfa Erawaty

Rp7.500,-



JURNAL EKONOMI & BISNIS	VOL. 9	NO. 1	Hal. 1-60	MARET 2015	ISSN: 1978 - 3116
-------------------------	--------	-------	-----------	------------	-------------------

Vol. 9, No. 1, Maret 2015

ISSN: 1978-3116

JURNAL
EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

JURNAL EKONOMI & BISNIS

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 Maranatha Bandung

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 STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP
MANAJEMEN LABA**

Dedy Hartanto
Yeterina Widi Nugrahanti
1-10

**PENGARUH PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA *CAPITAL ADEQUACY*
RATIO DAN DANA PIHAK KETIGA TERHADAP PEMBIAYAAN *MUDHARABAH***

Irman Firmansyah
11-17

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MODERASI
KEPUASAN DAN RETENSI PELANGGAN**

R. Yefra Sukmana
19-26

**PENGARUH ANALISIS RASIO KEUANGAN DALAM MEMPREDIKSI PERTUMBUHAN LABA
DENGAN ACFTA SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

Rr. Prima Dita Hapsari
27-35

**PENGARUH REPUTASI *TRAINER* DAN PERENCANAAN KARIR POLITIK TERHADAP
MOTIVASI PRA *TRAINING* DAN PEMAHAMAN MATERI *TRAINING* DENGAN PENGALAMAN
BERORGANISASI DAN LOYALITAS KADER SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(KASUS PADA PARTAI POLITIK KABUPATEN SLEMAN)**

Bianka Andriyani
37-46

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI DENGAN *COMPUTER SELF-EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

Irene Alfa Erawaty
47-60

DAFTAR ISI

**PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP
MANAJEMEN LABA**

Dedy Hartanto
Yeterina Widi Nugrahanti
1-10

**PENGARUH PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA *CAPITAL ADEQUACY*
RATIO DAN DANA PIHAK KETIGA TERHADAP PEMBIAYAAN *MUDHARABAH***

Irman Firmansyah
11-17

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MODERASI
KEPUASAN DAN RETENSI PELANGGAN**

R. Yefra Sukmana
19-26

**PENGARUH ANALISIS RASIO KEUANGAN DALAM MEMPREDIKSI PERTUMBUHAN LABA
DENGAN ACFTA SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

Rr. Prima Dita Hapsari
27-35

**PENGARUH REPUTASI *TRAINER* DAN PERENCANAAN KARIR POLITIK TERHADAP
MOTIVASI PRA *TRAINING* DAN PEMAHAMAN MATERI *TRAINING* DENGAN PENGALAMAN
BERORGANISASI DAN LOYALITAS KADER SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(KASUS PADA PARTAI POLITIK KABUPATEN SLEMAN)**

Bianka Andriyani
37-46

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI
AKUNTANSI DENGAN *COMPUTER SELF-EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**

Irene Alfa Erawaty
47-60

PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP MANAJEMEN LABA

Dedy Hartanto

Yeterina Widi Nugrahanti

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana

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

ABSTRACT

Earnings management is a matter of debate in the accounting's world. Lots of pros and cons of whether earnings management should be done or not. Earnings management might occur because of the separation of ownership by the principal to control by agents in an organization, which would tend to cause the agency conflict between principal and agent. This study re-analyzed the factors that affect earnings management, ownership structure which is managerial ownership, institutional ownership and family ownership and capital structure, which is leverage and collateralizable assets, using a conditional revenue models belonging to detect is it have or haven't effect on earnings management. This study used 137 sample of manufacturing companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI) in 2011. As a result of managerial ownership, institutional ownership and family ownership negatively affect earnings management while collateralizable assets and leverage have no effect on earnings management.

Keywords: earnings management, managerial ownership, leverage, collateralizable asset

JEL Classification: G32

PENDAHULUAN

Manajemen laba masih merupakan hal yang kon-

troversial di dalam akuntansi. Banyak sekali pro dan kontra mengenai apakah manajemen laba boleh dilakukan atau tidak. Apalagi banyak sekali skandal kasus pelaporan akuntansi yang berkaitan dengan manajemen laba. Salah satu kasus yang paling dikenal oleh masyarakat adalah kasus perusahaan Enron. Enron terbukti melakukan manajemen laba yaitu dengan cara melakukan manipulasi melalui lembaga auditornya, sehingga Enron dapat mendongkrak laba hampir mendekati USD 1 miliar. Padahal, eksekutif Enron hanya menikmati angka semu yang sebetulnya laba tersebut tidak pernah didapatkan. Pada akhirnya skandal kasus manajemen laba Enron pun terkuak dan membuat perusahaan itu *collapse*.

Utami (2006) mendefinisikan manajemen laba adalah usaha manajemen untuk memaksimalkan atau meminimumkan laba termasuk perataan laba sesuai keinginan manajemen. Purnomo dan Pratiwi (2009) mendefinisikan manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan yang dapat memberikan informasi mengenai keuntungan ekonomis yang sesungguhnya tidak dialami oleh perusahaan dalam jangka panjang bahkan merugikan perusahaan. Sebenarnya, jika manajemen laba yang dilakukan perusahaan benar dan sesuai dengan peraturan yang ada, manajemen laba dapat bersifat efisien (meningkatkan keinformatifan laba dalam mengkomunikasikan informasi privat). Namun, apabila manajemen laba tidak dilakukan dengan benar maka dapat bersifat oportunistik (manajemen melaporkan laba secara oportunistik untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya). Hal ini pula yang

membuat manajemen sebagai agen memiliki konflik dengan pemilik perusahaan, karena agen bertanggung jawab dalam pengelolaan laba yang mengoptimalkan keuntungan perusahaan namun tidak sesuai dengan kepentingan pemilik saham.

Sebelumnya, banyak penelitian yang sudah dilakukan berkaitan dengan manajemen laba. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi manajemen laba seperti struktur kepemilikan dan struktur modal (Romandhoni dan Naomi, 2012). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa struktur kepemilikan (yang diukur dengan kepemilikan institusional) tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan struktur modal (yang diukur dengan *leverage* dan *collaterallizableassets*) diperoleh hasil bahwa hanya *collaterallizableassets* saja yang berpengaruh terhadap manajemen laba. Penelitian lain yang dilakukan Mitra (2002), Koh (2003), Midiastuty dan Machfoedz (2003) juga menyimpulkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap manajemen laba. Penelitian Arifin (2003) menunjukkan bahwa perusahaan publik di Indonesia yang dikendalikan keluarga masalah agensinya lebih baik jika dibandingkan perusahaan yang dikontrol oleh publik atau tanpa pengendali utama.

Penelitian ini akan menganalisis kembali faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba, yaitu kepemilikan keluarga, institusional serta manajerial dan struktur modal menggunakan *conditional revenue model* milik Stubben (2010) untuk mendeteksi ada tidaknya manajemen laba dengan alasan karena bahwa penelitian dengan model ini masih jarang dilakukan di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui secara empiris mengenai pengaruh struktur kepemilikan antara lain kepemilikan keluarga, institusional serta manajerial dan struktur modal antara lain *leverage* dan *collaterallizable assets* terhadap manajemen laba.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Manajemen laba merupakan cara yang digunakan manajer untuk mempengaruhi angka laba secara sistematis dan sengaja dengan cara pemilihan kebijakan akuntansi dan prosedur akuntansi tertentu oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara ilmiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan. Tindakan manajemen laba pada

umumnya merupakan tindakan manajemen terhadap proses pelaporan keuangan, yang tujuannya untuk mempengaruhi hasil perhitungan laba perusahaan supaya sesuai dengan apa yang diharapkan. Adanya praktik manajemen laba akan membuat laba yang dilaporkan oleh perusahaan menjadi bias, dan tentunya hal tersebut akan mempengaruhi keputusan dari pemakai laporan keuangan. Manajemen laba dilakukan dengan memperlakukan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan, sebab pada komponen akrual dapat dilakukan permainan angka melalui metode akuntansi yang digunakan sesuai dengan keinginan orang yang melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Komponen akrual merupakan komponen yang tidak memerlukan bukti kas secara fisik sehingga memperlakukan besar kecilnya komponen akrual tidak harus disertai dengan kas yang diterima atau dikeluarkan perusahaan.

Stubben (2010) melakukan penelitian pada model akrual mengenai pengukuran manajemen laba dengan model *revenue*. Model *revenue* ini berbeda dengan model *accrual* yang telah biasa digunakan dalam pengukuran manajemen laba selama ini. Model *revenue* menggunakan piutang akrual daripada agregat akrual sebagai fungsi perubahan pendapatan. Menurut Stubben (2010), piutang memiliki hubungan empiris langsung dan kuat dengan pendapatan. Selain itu, piutang juga merupakan fungsi yang digunakan dalam mengubah laporan pendapatan daripada pendapatan tunai. *Conditional revenue model* ini belum banyak dipakai dalam penelitian manajemen laba. Di samping karena model ini masih tergolong baru, beberapa peneliti lebih suka menggunakan model Jones karena lebih umum digunakan.

Pada penelitian ini, peneliti mencoba meneliti pengaruh struktur kepemilikan dan struktur modal dengan manajemen laba yang menggunakan *conditional revenue model* untuk mendeteksi ada tidaknya manajemen laba. Alasannya adalah untuk memperbaiki kelemahan dari penelitian terdahulu tersebut dengan hasil yang lebih akurat.

Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan yang terkait tersebut. Perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dengan fungsi kepemilikan akan rentan terhadap konflik

keagenan. Penyebab konflik antara manajer dengan pemegang saham diantaranya adalah pembuatan keputusan yang berkaitan dengan aktivitas pencarian dana dan pembuatan keputusan yang berkaitan dengan bagaimana dana yang diperoleh tersebut diinvestasikan.

Struktur kepemilikan dapat dijelaskan dari dua sudut pandang, yaitu pendekatan keagenan dan pendekatan informasi asimetri. Menurut pendekatan keagenan, struktur kepemilikan merupakan suatu mekanisme untuk mengurangi konflik kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Pendekatan asimetri informasi memandang mekanisme struktur kepemilikan sebagai suatu cara untuk mengurangi ketidakseimbangan informasi antara *insiders* dan *outsiders* melalui pengungkapan informasi di dalam pasar modal. Pemilik akan berusaha membuat berbagai strategi untuk mencapai tujuan perusahaan, setelah strategi ditentukan maka langkah selanjutnya akan mengimplementasi strategi dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kesemua tahapan tersebut tidak terlepas dari peran pemilik, dapat dikatakan bahwa peran pemilik sangat penting dalam menentukan keberlangsungan perusahaan.

Struktur modal diartikan sebagai kombinasi atau perimbangan antara utang dan modal sendiri (saham preferen dan saham biasa) yang digunakan perusahaan untuk merencanakan mendapatkan modal. Struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena menyangkut kebijakan penggunaan sumber dana yang paling menguntungkan. Dalam mendanai kebutuhan pendanaan perusahaan dapat menggunakan modal sendiri dan modal asing atau utang. Menurut pengertian ini keputusan penggunaan utang dalam mendapatkan modal akan berimplikasi pada munculnya biaya bunga, sedangkan penggunaan modal sendiri hanya akan berimplikasi pada biaya oportunitas. Teori struktur modal merupakan sebuah penjelasan mengenai ada tidaknya pengaruh perubahan komposisi modal terhadap nilai perusahaan, dengan asumsi keputusan investasi dan kebijakan dividen konstan. Dengan kata lain, seandainya perusahaan mengganti sebagian modal sendiri dengan utang (atau sebaliknya) apakah harga saham akan berubah, apabila perusahaan tidak mengubah keputusan-keputusan keuangan lainnya.

Kepemilikan saham perusahaan oleh manaje-

men yang besar membuat kepentingan pemilik atau pemegang saham akan dapat disejajarkan dengan kepentingan manajer. Konflik antara manajer dan pemilik saham terjadi karena ada perbedaan kepentingan dan keinginan untuk mengendalikan perusahaan. Jika kepemilikan terkonsentrasi pada manajemen perusahaan maka kendali akan menjadi semakin kuat dan cenderung menekan konflik keagenan. Semakin besar kepemilikan manajerial maka *agency cost* akan semakin turun. Hal ini dikarenakan semakin besar kepemilikan saham oleh manajerial, maka semakin besar informasi yang dimiliki oleh manajemen sekaligus sebagai pemilik perusahaan, sehingga hal tersebut mengakibatkan biaya agen yang digunakan untuk biaya *monitoring* semakin kecil, karena pemilik sudah merangkap sebagai manajemen.

Sukartha (2007) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial merupakan program kebijakan remunerasi guna mengurangi masalah keagenan. Kompensasi tetap berupa gaji, tunjangan, dan bonus terbukti dapat digunakan sebagai sarana untuk menyamakan kepentingan manajemen dengan pemegang saham. Hasil penelitian Midiastuty dan Mahfoedz (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang dikelola manajer dan memiliki presentase tertentu dalam saham perusahaan dapat mempengaruhi tindakan manajemen laba.

Semakin tinggi kepemilikan manajerial maka akan semakin rendahnya *moral hazard* sehingga semakin kecil perilaku oportunistik karena pihak manajemen harus lebih baik dalam bekerja karena manajer sendiri yang memiliki saham pada perusahaan yang bersangkutan, sehingga akan semakin menurunkan kemungkinan terjadinya manajemen laba. Semakin tinggi kepemilikan oleh manajer maka akan semakin kecil peluang manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba. Oleh karena itu, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H1: Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Mitra (2002), Koh (2003), dan Midiastuty & Machfoedz (2003) menemukan bahwa kehadiran kepemilikan institusional yang tinggi membatasi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba. Investor Institusi, dianggap lebih berpengalaman dalam mendeteksi kesalahan yang terjadi. Investor institusi mempunyai kemampuan yang lebih lengkap untuk memproses informasi dibandingkan investor

individual. Dengan demikian, akan semakin membatasi manajemen dalam laporan keuangan. Investor Institusi mempunyai waktu yang banyak untuk melakukan analisis investasi, oleh karenanya investor institusi memiliki kemampuan yang baik untuk mengawasi tindakan manajemen.

Cornett *et al.*, (2006) menyimpulkan bahwa tindakan pengawasan perusahaan oleh pihak investor institusional dapat mendorong manajer untuk lebih memfokuskan perhatiannya terhadap kinerja perusahaan sehingga akan mengurangi perilaku oportunistik sehingga mengurangi tindakan pengelolaan laba oleh manajer. Semakin tinggi kepemilikan oleh institusi maka akan semakin kecil pula peluang manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba. Oleh karena itu, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H2: Kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Hasil penelitian Arifin (2003) menunjukkan bahwa perusahaan publik di Indonesia yang dikendalikan keluarga atau negara atau institusi keuangan masalah agensinya lebih kecil jika dibandingkan perusahaan yang dikontrol oleh publik atau tanpa pengendali utama. Anderson *et. al.*, (2002) mengatakan bahwa perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga mempunyai struktur yang menyebabkan berkurangnya konflik agensi antara pemegang saham dan kreditor, dimana kreditor menganggap kepemilikan keluarga lebih melindungi kepentingan kreditor. Jika kepemilikan keluarga lebih efisien, maka pada perusahaan dengan kepemilikan keluarga yang tinggi pengelolaan laba yang oportunistik dapat dibatasi. Hasil penelitian Kim & Yi (2005) menemukan bahwa perusahaan dengan kepemilikan keluarga lebih tinggi akan cenderung kecil dalam melakukan manajemen laba. Semakin tinggi kepemilikan keluarga menunjukkan monitoring semakin baik karena tanggung jawab yang lebih besar sehingga akan semakin menurunkan kemungkinan manajemen laba dilakukan oleh perusahaan. Kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Berdasar uraian tersebut, maka hipotesisnya adalah:

H3: Kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Penelitian di Indonesia yang dilakukan Widyaningdyah (2001) menemukan hubungan positif antara

leverage dengan manajemen laba. Perusahaan dengan *leverage* tinggi, termotivasi melakukan manajemen laba untuk menghindari pelanggaran terhadap perjanjian utang oleh kreditor. Hasil penelitian ini konsisten dengan hipotesis bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi cenderung mengatur laba yang dilaporkan dengan menaikkan atau menurunkan laba dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah. Penelitian Sugeng (2009), menemukan hasil bahwa pengawasan kreditor akan rendah pada perusahaan yang memiliki nilai aset tetap yang tinggi.

Berdasar hasil penelitian dan teori tersebut maka dapat diketahui bahwa perusahaan dengan *leverage* yang tinggi dapat diindikasikan bahwa perusahaan tersebut melakukan praktik manajemen laba. Selain itu perusahaan yang memiliki *collaterallizable asset* lebih tinggi akan membuat manajemen melakukan praktik manajemen laba yang rendah karena lemahnya pengawasan dari kreditor. Oleh karena itu hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

H4 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

H5 : *Collaterallizable asset* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Alasan dipilihnya perusahaan manufaktur adalah karena telah mewakili sebagian besar perusahaan yang terdaftar di BEI serta untuk homogenitas data. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini kriteria yang ditetapkan adalah perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan tahun 2011, perusahaan yang mempunyai laporan keuangan yang berakhir 31 Desember, perusahaan tidak mengalami *company restructuring* seperti akuisisi dan merger, serta perusahaan tidak mengalami perubahan kelompok industri. Sesuai dengan kerangka konsep, maka model yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$CR = \alpha_0 + \alpha_1KEL + \alpha_2INS + \alpha_3MAN + \alpha_4LVRG + \alpha_5COLSS + \varepsilon$$

Keterangan:

CR : *Conditional Revenue*

KEL : Kepemilikan Keluarga

INS : Kepemilikan Institusional

MAN : Kepemilikan Manajerial

LVRG : *Leverage*

COLSS: *Collateralizable Asset*

Menurut Stubben (2010), pengakuan pendapatan lebih awal adalah bentuk paling umum dari manajemen pendapatan. Dengan adanya pengakuan pendapatan secara prematur yang dilakukan perusahaan akan berdampak pada pendapatan itu sendiri dan piutang. Dengan mengakui dan mencatat pendapatan periode yang akan datang atau belum terealisasi mengakibatkan pendapatan periode berjalan lebih besar daripada pendapatan sesungguhnya. Akibatnya, kinerja perusahaan seolah-olah lebih baik daripada kinerja sesungguhnya. Hal ini ditunjukkan dengan temuan lebih dari setengah kasus hukum SEC antara 1982 sampai 1989 terlibat hasil piutang yang berlebihan dari pengakuan pendapatan lebih awal. Menurut dalam Stubben (2010), hubungan antara perubahan akrual dan pendapatan bergantung pada faktor spesifik perusahaan seperti kebijakan kredit dan perusahaan. Oleh karena itu, Stubben (2010) membuat estimasi yang memberikan koefisien pendapatan untuk kebijakan kredit perusahaan. Berikut merupakan formula *conditional revenue* model (Stubben, 2010):

$$\Delta AR_{it} = \alpha + \beta_1 \Delta R_{it} + \beta_2 \Delta R_{it} \times SIZE_{it} + \beta_3 \Delta R_{it} \times AGE_{it} + \beta_4 \Delta R_{it} \times AGE_SQ_{it} + \beta_5 \Delta R_{it} \times GRR_P_{it} + \beta_6 \Delta R_{it} \times GRR_N_{it} + \beta_7 \Delta R_{it} \times GRM_{it} + \beta_8 \Delta R_{it} \times GRM_SQ_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

AR : piutang akrual

R : annual revenue

SIZE : *natural log* total aset saat akhir tahun

AGE : *natural log* umur perusahaan

GRR_P: *industry median adjusted revenue growth* (= 0 jika negatif, 1 jika positif)

GRR_N: *industry median adjusted revenue growth* (=0 jika negatif, 1 jika positif)

GRM : *industry median adjusted gross margin at end of fiscal year*, didapat dari nilai rata-rata laba kotor akhir tahun perusahaan

_SQ : *square of variable*

Δ : *annual change*

Kepemilikan manajerial (KEPMAN) adalah jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen

dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola (Gideon, 2005). Indikator yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar. Kepemilikan Institusional (KEPINS) merupakan persentase saham yang dimiliki investor institusional yang diperoleh dari laporan keuangan & profil perusahaan (Romandhoni dan Naomi, 2012). Kepemilikan Keluarga (KEPKEL) dalam suatu perusahaan yang dipakai dalam penelitian ini adalah perusahaan yang dimiliki oleh 20% atau lebih oleh sebuah keluarga dalam tahun tertentu pada informasi laporan pemegang saham perusahaan (Anderson and Reeb, 2003). Pengukuran menggunakan variabel *dummy*, jika kepemilikan keluarga di atas 20% diberi skor 1 dan skor 0 jika sebaliknya. Data didapat dari Conglomeration Indonesia 1998 yang dikeluarkan Pusat Data Bisnis Indonesia.

Leverage (LVRAGE), merupakan rasio utang terhadap total aset perusahaan (Romandhoni dan Naomi, 2012). *Collateralizable assets* (COLASS) merupakan bagian dari aset perusahaan yang bisa dijamin kepada pihak ketiga (kreditur). Dalam laporan keuangan disebut aset tetap (Romandhoni dan Naomi, 2012). Dalam penelitian ini selain aset tetap, peneliti menambahkan total persediaan untuk beberapa perusahaan khusus, karena dalam beberapa perusahaan memiliki total persediaan yang lebih banyak daripada aset, sehingga akan lebih akurat jika yang diukur adalah persediaannya daripada asetnya.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, didapatkan 137 sampel seperti pada Tabel 1. Statistik deskriptif variabel penelitian dijelaskan pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Untuk variabel kepemilikan keluarga ada 64 perusahaan yang tidak memiliki kepemilikan keluarga dan sisanya ada 73 perusahaan (53.3%) yang memiliki kepemilikan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak perusahaan yang memiliki kepemilikan keluarga daripada yang tidak memilikinya.

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan dengan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Untuk pengujian normalitas data pada

Tabel 1
Proses Sampling

Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011	151
Perusahaan yang tahun fiskalnya tidak berakhir pada 31 Desember	(4)
Perusahaan yang mengalami <i>company restructuring</i> seperti akuisisi dan merger serta perusahaan mengalami perubahan kelompok industri	(15)
Perusahaan yang tidak memiliki data yang dibutuhkan untuk penelitian	(5)
Total sampel	137

Sumber: Data sekunder, diolah.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEPMAN	137	,00	,22	,0441	,05238
KEPINS	137	,07	,86	,4225	,21073
LVRAGE	137	,00	6,72	,6543	,79369
COLASS	137	10,12	14,34	12,1688	,77568
GR	137	,00	1,12	,2573	,21867
Valid N (listwise)	137				

Sumber: Data sekunder, diolah.

Tabel 3
Frekuensi Kepemilikan Keluarga

KEPKEL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ,00	64	46,7	46,7	46,7
1,00	73	53,3	53,3	100,0
Total	137	100,0	100,0	

Sumber: Data sekunder, diolah.

penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Sminov*. Berdasar hasil pengujian dapat diketahui bahwa signifikansi nilai Kolmogorof-Smirnov sebesar 0,109 ($> 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini normal. Uji multikolinearitas

digunakan untuk mengetahui apakah antar variabel independen terjadi korelasi atau tidak. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,1$, maka dipastikan tidak terjadi multikolinearitas. Berdasar hasil pengujian multikolinearitas, nilai tolerance untuk masing-masing variabel

independen > 0,1 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini. Dalam uji Glejser, nilai mutlak residual ($|u|$) diregresikan dengan variabel independen. Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas untuk masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Setelah semua asumsi terpenuhi, berikutnya melakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (manajemen laba). Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Koefisien beta	Sig.
Constant	0,723	0,024
KEPMAN	-0,635	0,085 (*)
KEPINS	-0,197	0,033 (**)
KEPKEL	-0,090	0,015 (**)
LVRAGE	-0,011	0,667
COLASS	-0,025	0,329

Keterangan: (**) Signifikan pada level 1%
(*) Signifikan pada level 5%

Sumber: Data sekunder, diolah.

PEMBAHASAN

Berdasar Tabel 4 diketahui nilai signifikansi t untuk variabel KEPMAN sebesar $0,085 < 0,10$, artinya hipotesis pertama diterima pada level 10%. Nilai koefisien sebesar -0,635 menunjukkan arah pengaruh yang negatif. Jadi kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen yang besar membuat kepentingan pemilik atau pemegang saham akan dapat disejajarkan dengan kepentingan manajer. Konflik antara manajer dan pemilik saham terjadi karena ada perbedaan kepentingan dan keinginan untuk mengendalikan perusahaan. Maka, jika kepemilikan terkonsentrasi pada manajemen perusahaan maka kendali akan menjadi semakin kuat dan cenderung menekan konflik keagenan.

Sukartha (2007) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial merupakan program kebijakan

renumerasi guna mengurangi masalah keagenan. Kompensasi tetap berupa gaji, tunjangan, dan bonus terbukti dapat digunakan sebagai sarana untuk menyamakan kepentingan manajemen dengan pemegang saham. Namun, kepemilikan saham oleh manajer yang besar juga dapat mempengaruhi tindakan manajemen laba, baik yang bersifat efisien maupun yang bersifat oportunistis. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian Midiastuty dan Mahfoedz (2003) yang menyatakan bahwa perusahaan yang dikelola manajer dan memiliki presentase tertentu dalam saham perusahaan dapat mempengaruhi tindakan manajemen laba.

Semakin tinggi kepemilikan manajerial maka akan semakin menunjukkan proses monitoring semakin ketat sehingga akan semakin menurunkan kemungkinan terjadinya manajemen laba karena adanya kesamaan kepentingan antara manajer dengan investor. Berdasarkan teori tersebut maka semakin tinggi kepemilikan oleh manajer maka akan semakin kecil peluang manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba. Misalnya perusahaan PT Dynaplast Tbk. memiliki kepemilikan manajerial yang tinggi (95,80%) sehingga memiliki manajemen laba yang relatif rendah. Sebaliknya, PT Asia Pacific Fiber Tbk. memiliki kepemilikan manajerial rendah (0,02%) sehingga manajemen laba tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kim & Yi (2005). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepemilikan manajerial maka mengindikasikan bahwa monitoring dari pihak perusahaan semakin kuat dan baik sehingga akan menurunkan terjadinya manajemen laba pada sebuah perusahaan.

Berdasar Tabel 4 diketahui nilai signifikansi t variabel KEPINS sebesar $0,033 < 0,05$, artinya hipotesis kedua pada penelitian ini diterima. Nilai koefisien regresi sebesar -0,197 menunjukkan arah pengaruh negatif. Jadi kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Mitra (2002), Koh (2003), dan Midiastuty & Machfoedz (2003) menemukan bahwa kehadiran kepemilikan institusional yang tinggi membatasi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba. Investor Institusi, dianggap lebih berpengalaman dalam mendeteksi kesalahan yang terjadi. Investor institusi mempunyai kemampuan yang lebih lengkap untuk memproses informasi dibandingkan investor individual. Dengan demikian, akan semakin membatasi manajemen dalam laporan

keuangan. Investor Institusi mempunyai waktu yang banyak untuk melakukan analisis investasi, oleh karenanya investor institusi memiliki kemampuan yang baik untuk mengawasi tindakan manajemen.

Cornertt *et al.*, (2006) menemukan bukti yang menyatakan bahwa tindakan pengawasan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan pihak investor insitusional dapat membatasi perilaku para manajer. Cornett *et al.*, (2006) menyimpulkan bahwa tindakan pengawasan perusahaan oleh pihak investor insitusional dapat mendorong manajer untuk lebih memfokuskan perhatiannya terhadap kinerja perusahaan sehingga akan mengurangi perilaku opportunistic atau mementingkan diri sendiri sehingga mengurangi tindakan pengelolaan laba oleh manajer.

Bedasar teori tersebut maka semakin tinggi kepemilikan oleh institusi maka akan semakin kecil pula peluang manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba. Misalnya perusahaan PT Sinar Mas Agro Resources And Technology Tbk. (SMART Tbk.) memiliki kepemilikan institusi yang tinggi (97,20%) cenderung memiliki manajemen laba yang rendah. Sebaliknya, PT Indopoly Swakarsa Industry Tbk. yang memiliki kepemilikan institusi rendah (0,10%) maka manajemen laba tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Cornertt *et al.*, (2006). Semakin tinggi kepemilikan insitusional mengindikasikan adanya monitoring dari pihak luar yang semakin ketat sehingga pihak perusahaan akan semakin kecil kemungkinannya untuk melakukan manajemen laba.

Berdasar Tabel 4 diketahui nilai signifikansi t untuk variabel KEPKEL sebesar $0,015 < 0,05$, artinya hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Nilai koefisien regresi sebesar $-0,090$ menunjukkan arah pengaruhnya negatif. Jadi kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Perusahaan publik di Indonesia yang dikendalikan keluarga atau negara atau institusi keuangan masalah agensinya lebih kecil jika dibandingkan perusahaan yang dikontrol oleh publik atau tanpa pengendali utama. Anderson *et al.*, (2002) mengatakan bahwa perusahaan yang dikendalikan oleh keluarga mempunyai struktur yang menyebabkan berkurangnya konflik agensi antara pemegang saham dan kreditur, dimana kreditur menganggap kepemilikan keluarga lebih melindungi kepentingan kreditur. Jika kepemilikan keluarga lebih efisien, maka pada perusahaan dengan

kepemilikan keluarga yang tinggi pengelolaan laba yang oportunis dapat dibatasi. Hasil penelitian Kim & Yi (2005) menemukan bahwa perusahaan dengan kepemilikan keluarga lebih tinggi akan cenderung kecil dalam melakukan manajemen laba.

Semakin tinggi kepemilikan keluarga menunjukkan monitoring semakin baik karena rasa tanggungjawab besar sehingga akan semakin menurunkan kemungkinan manajemen laba dilakukan oleh perusahaan. Berdasar uraian tersebut maka kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Misalnya perusahaan yang memiliki kepemilikan keluarga seperti PT Siantar Top Tbk. (56,4%) cenderung melakukan manajemen laba yang rendah. Sebaliknya, PT Indo Acidatama Tbk. yang memiliki kepemilikan keluarga rendah (0,02%) sehingga cenderung memiliki manajemen laba tinggi. Hasil penelitian mendukung Pratana dan Mas'ud (2003). Semakin tinggi kepemilikan keluarga menunjukkan pengawasan dari pihak keluarga semakin ketat sehingga akan berpengaruh terhadap semakin kecil kemungkinan terjadinya manajemen laba.

Berdasar Tabel 4 diketahui nilai signifikansi t untuk variabel LVRAGE adalah sebesar $0,667 > 0,05$, artinya hipotesis keempat pada penelitian ini ditolak. Jadi *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Romandhoni dan Naomi (2012). Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi dapat diindikasikan bahwa perusahaan tersebut melakukan praktik manajemen laba. Selain itu, perusahaan yang memiliki *collateralizable asset* lebih tinggi akan membuat manajemen melakukan praktik manajemen laba karena lemahnya pengawasan dari kreditor. Tetapi hasil penelitian ini tidak berhasil membuktikannya dan hal ini dapat disebabkan karena investor memiliki pemikiran bahwa dengan *leverage* yang semakin tinggi bukan berarti *bad news* karena dapat saja ada perluasan usaha sehingga *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (Widyaningdyah, 2001). Misalnya perusahaan yang memiliki *leverage* rendah seperti PT Sekar Laut Tbk. (0,001%) tidak cenderung melakukan manajemen laba yang rendah. Sebaliknya, PT Indofood Tbk. yang memiliki *leverage* tinggi (6,72%) tidak cenderung memiliki manajemen laba tinggi.

Alasan tidak berpengaruhnya *leverage* terhadap manajemen laba adalah karena dilihat dari nilai

statistik deskriptifnya nilai *leverage* cenderung rendah sehingga tidak berpengaruh terhadap manajemen laba atau dengan kata lain tidak menjadi pertimbangan bagi perusahaan dan investor untuk indikasi manajemen laba perusahaan. Selain itu ada kemungkinan interaksi atau terjadi multikolinearitas antara variabel *leverage* dengan *collateralizable asset* karena dalam perhitungan *leverage* dan *collateralizable asset* sama-sama menggunakan aset.

Berdasar Tabel 4 diketahui nilai signifikansi t untuk variabel COLASS adalah sebesar $0,329 > 0,05$, artinya hipotesis kelima pada penelitian ini ditolak. Jadi *collateralizable asset* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sugeng (2009). Misalnya perusahaan yang memiliki *collateralizable asset* rendah seperti PT Karwell Tbk. (Rp13.173.000.000) tidak cenderung melakukan manajemen laba yang tinggi. Sebaliknya, PT Indorama Tbk. yang memiliki *collateralizable asset* tinggi (Rp67.349.058.800.000) tidak cenderung memiliki manajemen laba rendah.

Hal ini disebabkan karena dengan adanya *collateralizable asset* yang dilihat dari nilai statistik deskriptif kurang terlalu tinggi atau cenderung rendah tidak menjadi pertimbangan pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba sehingga disimpulkan *collateralizable asset* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Alasan ditolaknya hipotesis penelitian ini adalah karena perusahaan pada penelitian ini yang menjadi sampel cenderung memiliki *collateralizable asset* yang tidak terlalu tinggi sehingga tidak menjadikan alasan perusahaan untuk melakukan manajemen laba atau dengan kata lain *collateralizable asset* tidak menjadi pertimbangan utama manajemen dalam melakukan manajemen laba sehingga menjadikan *collateralizable asset* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (Sugeng, 2009). Hal ini disebabkan karena proses monitoring dalam praktiknya oleh kreditur tidak dilakukan dengan ketat sehingga *collateralizable asset* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Selain itu ada kemungkinan interaksi atau terjadi multikolinearitas antara variabel *leverage* dengan *collateralizable asset* sehingga membuat hipotesis ditolak, karena dalam perhitungan *leverage* dengan *collateralizable asset* melibatkan aset.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan keluarga berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Begitu juga dengan *collateralizable asset* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini disebabkan karena ada kemungkinan interaksi atau terjadi multikolinearitas antara variabel *leverage* dengan *collateralizable asset* sehingga membuat hipotesis ditolak.

Saran

Berdasar hasil penelitian dapat disarankan bahwa investor sebaiknya memperhatikan struktur kepemilikan karena hasil penelitian ini terbukti secara empiris bahwa kepemilikan keluarga, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Ini dapat dijadikan pertimbangan sebelum investor menanamkan dana dalam sebuah perusahaan, agar pihak investor tidak salah dalam menanamkan dananya di suatu perusahaan. Untuk emiten berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan keluarga akan berpengaruh negatif manajemen laba, artinya jika kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan keluarga tinggi maka manajemen laba akan rendah, atau sebaliknya. Untuk menghindari manajemen laba yang dilakukan secara oportunistik sebaiknya perusahaan atau emiten menambah jumlah proporsi saham manajerial atau institusional atau keluarga yang dapat mengurangi masalah keagenan diantara pemilik dan manajer yang bisa mempengaruhi manajemen labadari perusahaan tersebut. Dengan semakin besarnya proporsi saham manajerial atau institusional atau keluarga diharapkan konflik yang terjadi antara pemilik dan manajer dapat meminimalkan manajemen laba secara oportunistik. Keterbatasan pada penelitian ini antara lain adalah dalam mengidentifikasi kepemilikan keluargaada kemungkinan dilakukan secara subyektif oleh peneliti dengan melihat nama pemegang saham dari suatu perusahaan sehingga tidak cukup untuk di-

gunakan sebagai simpulan bahwa kepemilikan tersebut dikategorikan sebagai kepemilikan keluarga. Pada penelitian selanjutnya diharapkan pengidentifikasian kepemilikan keluarga tidak hanya dilakukan dengan cara subyektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R.C., S.A. Mansi, and D.M. Reeb. 2002. "Founding Family Ownership and the Agency Cost of Debt". <http://www.ssrn.com> .
- Anderson, R. C., Reeb, D. M. 2003. "Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500". *The Journal of Finance*, 58 (3): 1301-1327.
- Arifin, Z. 2003. "Masalah Agensi dan Mekanisme Kontrol pada Perusahaan dengan Struktur Kepemilikan Terkonsentrasi yang Dikontrol Keluarga: Bukti dari Perusahaan Publik di Indonesia". *Disertasi*. Pascasarjana FEUI.
- Cornett M. M, J. Marcuss, Saunders dan Tehranian H. 2006. "Earnings Management, Corporate Governance, and True Financial Performance". <http://papers.ssrn.com/>.
- Gideon, SB. Boediono. 2005. "Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governace dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisis Jalur". Simposium Nasional Akuntansi VIII. IAI.
- Kim, J. and C.H. Yi. 2005. "Ownership Structure, Business Group Affiliation, Listing Status, and Earnings Management: Evidence from Korea". <http://www.ssrn.com>.
- Koh, P-S. 2003. "On the Association between Institutional Ownership and Aggressive Corporate Earnings Management in Australia". *The British Accounting Review*, 35: 105.
- Midiastuty, Pratana Puspa dan Mahfoedz, Mas'ud. 2003. "Analisis Hubungan Mekanisme Corporate Governance dan Indikasi Manajemen Laba". Simposium Nasional Akuntansi VI. IAI.
- Mitra, S. 2002. "The Impact of Institutional Stock Ownership on A Firm's Earnings Management Practice: An Empirical Investigation". *Dissertation*. Louisiana State University.
- Purnomo, Budi dan Pratiwi. 2009. "Pengaruh Earning Power Terhadap Praktek Manajemen Laba (Earning Management), Studi Kasus Pada perusahaan Go Publik Sektor Manufaktur", *Jurnal Media Ekonomi*, 14 (1).
- Romandhoni, Achmad dan Naomi, Prima. 2012. "Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Struktur Modal". Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Universitas Atma Jaya Jogjakarta: 172-184.
- Stubben, Sthepen R. 2010. "Discretionary Revenues as a Measure of EarningsManagement". *The Accounting Review*, 85 (2): 695-717.
- Sugeng, Bambang. 2009. "Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Struktur Modal terhadap Kebijakan Inisiasi Dividen di Indonesia". *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14 (1).
- Sukartha, Made. 2007. "Pengaruh Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan pada Kesejahteraan Pemegang Saham Perusahaan Target Akuisisi". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 10 (3): 243-267.
- Utami, Wiwik. 2006. "Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Biaya Modal Ekuitas (Studi pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur). *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 9 (2): 178 – 179 .
- Widyaningdyah, Agnes, Utari. 2001. "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Earnings Management Pada Perusahaan Go Public di Indonesia". *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 3 (2).

PENGARUH PROFITABILITAS DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA CAPITAL ADEQUACY RATIO DAN DANA PIHAK KETIGA TERHADAP PEMBIAYAAN MUDHARABAH

Irman Firmansyah

Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi
E-mail: irmanfirmansyah@unsil.ac.id

ABSTRACT

This study intends to examine the effect on the distribution of ROA in mudharaba financing on Islamic Banks in Indonesia in the relationship between CAR and third-party funds. The study period from 2006 to 2012, with data taken from the annual financial statements through the media website. The analytical tool used is OLS and the Sobel test. results of the OLS analysis indicated that CAR positive effect towards mudharaba financing, third-party funds positive effect toward mudharaba financing, ROA does not affect towards mudharaba financing. While the results of the analysis Sobel test indicated that the ROA does not mediate the relationship between CAR and the third-party funds towards mudharaba financing.

Keywords: CAR, third-party funds, ROA, mudharaba financing, Sobel test

JEL Classification: G21

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkannya dengan mekanisme tertentu. Penghimpunan

dana dilakukan melalui simpanan dan investasi seperti giro, wadiah, tabungan, dan deposito berjangka, sedangkan penyaluran dana dilakukan dengan beberapa macam akad seperti *murabahah*, *istisna*, *mudharabah*, *musyarakah*, *ijarah* dan *salam*. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua, pembiayaan produktif dan pembiayaan konsumtif (Antonio, 2001). Pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang disalurkan untuk dipakai sebagai modal usaha sedangkan pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang digunakan untuk konsumsi sehari-hari.

Beberapa produk pembiayaan menjadi sumber penghasilan utama bank syariah, yaitu pembiayaan dengan prinsip jual beli *murabahah* dan pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil diharapkan lebih menggerakkan sektor riil karena menutup kemungkinan disalurkannya dana pada kepentingan konsumtif dan hanya pada usaha produktif. Apabila ditinjau dari konsep bagi hasil, maka harus ada *return* yang dibagi, hal tersebut hanya bisa terjadi apabila uang digunakan untuk usaha produktif. Apabila ditinjau dari prinsip ketaatan terhadap syariah, pembiayaan dengan prinsip jual beli dan sewa menimbulkan celah lebih besar untuk melakukan penyimpangan terhadap prinsip syariah (Donna, 2006). Namun demikian, pada kenyataannya pembiayaan dengan prinsip bagi hasil jauh berada di bawah pembiayaan dengan prinsip jual beli, terlebih pembiayaan *mudharabah* yang paling

kecil di antara pembiayaan yang lainnya sehingga menjadi fenomena yang patut dikaji guna mencari faktor yang menyebabkan hal ini terjadi.

Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) adalah salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap pembiayaan mudharabah. Hasil penelitian Triasdini (2010), menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap pembiayaan. Hal ini terjadi karena semakin besar ROA menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena tingkat *return* semakin besar. Apabila ROA meningkat berarti profitabilitas perusahaan meningkat, sehingga dampak akhirnya adalah profitabilitas yang dinikmati oleh pemegang saham. Berdasar profitabilitas yang diperoleh terus-menerus maka akan meningkatkan aset bank dan dipergunakan untuk penyaluran pembiayaan *mudharabah*. Oleh karena itu, diduga bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*. Selain itu, variabel independen yang terdiri dari *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) secara langsung akan mempengaruhi profitabilitas (ROA) seperti pada hasil-hasil penelitian sebelumnya, seperti penelitian Mahardian (2008) yang menunjukkan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap ROA. Taswan (2008) menjelaskan bahwa dengan meningkatnya jumlah DPK sebagai sumber dana utama pada bank, bank menempatkan dana tersebut dalam bentuk aktiva produktif misalnya kredit. Penempatan dalam bentuk kredit akan memberikan kontribusi pendapatan bunga bagi bank yang akan berdampak terhadap profitabilitas bank.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Bank merupakan lembaga yang mengelola dana yang dihimpun dari masyarakat dan juga berperan sebagai lembaga intermediasi bagi masyarakat yang surplus dana dan masyarakat yang kekurangan dana. Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam bentuk lalu lintas pembayaran. Menurut Antonio (2001), bank syariah mempunyai fungsi secara umum, yaitu bertanggung jawab terhadap penyimpanan dana nasabah, mengelola investasi dari dana yang diperoleh, penyedia transaksi keuangan, serta pengelola, zakat, infaq, dan shadaqah. Agar berhasil menjadi pendorong terwujudnya

pembangunan ekonomi nasional maka bank syariah memiliki peranan sebagai perekat nasionalisme yang berpihak pada ekonomi kerakyatan, beroperasi secara transparan, berfungsi sebagai pendorong penurunan investasi spekulatif, pendorong peningkatan efisiensi, mobilisasi dana masyarakat, serta menjadi uswatun hasanah bagi praktik usaha berlandaskan moral dan etika Islam.

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Secara teknis, *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak kedua menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian pengelola. Jika kerugian akibat kelalaian pengelola, pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Pengertian *mudharabah* menurut PSAK No. 105 adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pengelola dana.

CAR adalah rasio kecukupan modal bank atau merupakan kemampuan bank dalam permodalan yang ada untuk menutup kemungkinan kerugian di dalam perkreditan atau dalam perdagangan surat-surat berharga. Kecukupan modal yang tinggi dan memadai akan meningkatkan volume kredit perbankan (Warjiyo, 2005:435). Penelitian tentang pengaruh CAR terhadap pembiayaan oleh Firmansyah dan Nasrulloh (2013) menunjukkan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap pembiayaan bagi hasil. Selanjutnya Arisandi (2007) melakukan penelitian tentang analisis faktor penawaran kredit pada bank umum Indonesia yang menunjukkan bahwa CAR berpengaruh positif dan signifikan terhadap penawaran kredit. Kedua hasil penelitian itu didukung oleh Sri *et. al.* (2013). Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa (2010) yang menunjukkan bahwa CAR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap volume kredit pada bank yang *go public* di Indonesia. Ber-

dasarkan penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: CAR berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*.

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah (Pasal 1) disebutkan bahwa simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh nasabah kepada bank syariah dan/atau UUS berdasarkan *akad wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dalam bentuk giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dana-dana masyarakat yang disimpan dalam bank merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan bank yang terdiri dari 3 jenis, yaitu giro, deposito, dan tabungan. Dengan demikian DPK adalah penjumlahan giro, tabungan, dan deposito. Berdasar DPK tersebut maka bank syariah akan mempunyai dana untuk menyalurkan pembiayaan bagi hasil kepada masyarakat. Seperti pada penelitian Sri *et. al.* (2013) yang menyatakan bahwa semakin besar DPK yang dihimpun maka semakin besar pembiayaan yang disalurkan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: DPK berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*.

Return on asset (ROA) adalah indikator yang menunjukkan bahwa apabila ROA meningkat, maka aktiva bank telah digunakan dengan optimal untuk memperoleh pendapatan sehingga diperkirakan ROA dan kredit memiliki hubungan yang positif (Hadad, 2004:22). Semakin besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank. Tingginya tingkat profitabilitas bank, membuat bank semakin dapat melakukan ekspansi pembiayaan.

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh ROA terhadap penyaluran pembiayaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Di antaranya penelitian Arisandi (2007) yang menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penawaran kredit. Selanjutnya penelitian yang sama dilakukan Marisa (2010) dan hasilnya menunjukkan bahwa ROA memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap volume kredit pada bank yang *go public* di Indonesia. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: ROA berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*.

Profitabilitas merupakan salah satu tolok ukur yang paling tepat untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Rasio yang biasa digunakan untuk mengukur kinerja profitabilitas adalah ROA, karena ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Salah satu faktor yang menyebabkan naik atau turunnya rasio ROA adalah CAR. Rasio kecukupan modal ini merupakan indikator terhadap kemampuan bank untuk menutupi penurunan aktivasnya sebagai akibat dari kerugian-kerugian bank yang disebabkan oleh aktiva yang berisiko.

Hal ini sesuai dengan penelitian Mahardian (2008) yang menunjukkan bahwa CAR yang semakin meningkat berpengaruh pada ROA yang semakin meningkat pula. Namun CAR yang terlalu tinggi menandakan adanya dana yang menganggur, sehingga kesempatan bank untuk memperoleh laba akan menurun, akibatnya profitabilitas bank akan menurun. Padahal besarnya profitabilitas akan menambah modal bagi bank untuk kemudian digunakan dalam penyaluran pembiayaan terutama pembiayaan *mudharabah*. Sehingga semakin besar profitabilitas bank akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* pada bank syariah. Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian Firmansyah dan Nasrulloh (2013) dan Triasdini (2010) yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap pembiayaan bagi hasil. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H4: Profitabilitas memediasi hubungan antara CAR dengan pembiayaan *mudharabah*.

Bank bertugas memberikan layanan kepada masyarakat dan bertindak selaku perantara bagi keuangan masyarakat. Oleh karena itu, bank harus selalu berada di masyarakat agar arus uang dari masyarakat yang kelebihan dana dapat ditampung dan disalurkan kembali kepada masyarakat. DPK merupakan salah satu sumber dana terbesar yang diperoleh dari masyarakat. Bank dapat memanfaatkan dana DPK untuk ditempatkan pada pos-pos yang menghasilkan pendapatan bagi bank terutama untuk penyaluran pembiayaan. Peningkatan dana pihak ketiga akan mengakibatkan pertumbuhan pembiayaan khususnya pembiayaan *mudharabah* yang besar sehingga ROA bank syariah akan meningkat.

Taswan (2008) juga menjelaskan bahwa dengan

meningkatnya jumlah dana pihak ketiga sebagai sumber dana utama pada bank, bank menempatkan dana tersebut dalam bentuk aktiva produktif misalnya kredit. Penempatan dalam bentuk kredit akan memberikan kontribusi pendapatan bunga bagi bank yang akan berdampak terhadap profitabilitas bank. Sementara itu profitabilitas yang dihasilkan secara terus-menerus tentunya akan meningkatkan pembiayaan *mudharabah* bank syariah, sehingga secara tidak langsung pembiayaan *mudharabah* akan meningkat dengan adanya DPK melalui peningkatan ROA. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dilihat bahwa posisi ROA berada antara dipengaruhi oleh DPK dan mempengaruhi pembiayaan *mudharabah* sehingga ROA memediasi hubungan antara DPK dengan pembiayaan *mudharabah*. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis sebagai berikut:

H5: Profitabilitas memediasi hubungan antara DPK dengan pembiayaan *mudharabah*.

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan Bank Umum Syariah periode tahun 2006 sampai dengan 2012 yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah yang terdapat di Indonesia. Jumlah Bank Umum Syariah yang ada dari 2006 hingga 2012 sebanyak 11 bank. Pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan sampel secara tidak acak yang mempunyai tujuan atau target tertentu. Kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah di Indonesia, menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan selama periode penelitian, yaitu dari tahun 2006 hingga dengan 2012, dan laporan

keuangan yang dipublikasikan memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan.

Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Analisis ini mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negative terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian 1 sampai 3 disajikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 \text{CAR} + b_2 \text{DPK} + b_3 \text{ROA} + e$$

Untuk menguji hipotesis 4 dan 5 atau variabel mediasi digunakan analisis jalur atau analisis regresi mediasi pendekatan *Sobel Test*. Persamaan regresi untuk sobel test adalah sebagai berikut:

$$M = a + b \text{CAR} + e \quad | \quad Y = a + b_1 \text{CAR} + b_3 \text{ROA} + e$$

$$M = a + b \text{DPK} + e \quad | \quad Y = a + b_2 \text{DPK} + b_3 \text{ROA} + e$$

Hipotesis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikansi koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian. Kesimpulan hipotesis dilakukan berdasarkan *t-test* (uji t) untuk menguji signifikansi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan *F-test* digunakan untuk menguji ketepatan model pada penelitian.

HASIL PENELITIAN

Berdasar data yang telah dikumpulkan maka dilakukan uji kualitas data untuk memastikan data layak dilaku-

Tabel 1
Uji Asumsi Klasik

Kolmogorov-Smirnov Test	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,873		
Durbin Watson		1,976		
Glejser Test	Sig. CAR	0,200		
	DPK	0,195		
	ROA	0,727		
Collinearity Statistics	VIF. CAR	1,912	TOL. CAR	0,523
	DPK	1,915	DPK	0,522
	ROA	1,007	ROA	0,993

Sumber: Output SPSS, data diolah

kan pengujian hipotesis. Pengujian dilakukan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Hasil pengolahan kualitas data disajikan pada Tabel 1.

Hasil uji normalitas (Kolmogorov Smirnov) ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,873. Nilai ini lebih besar dari 0,05 atau 5%. Sehingga disimpulkan data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil analisis uji autokorelasi pada Tabel 1, menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,976. Sedangkan berdasarkan tabel Durbin Watson (DW) dengan $k=3$ dan $n=30$ maka nilai $dL=1,2138$ dan $dU=1,6498$, maka $4-dU= 2,3502$ dan $4-dL= 2,7862$. Oleh karena itu, nilai DW berada di antara dU dan $4-dU$, sehingga terbebas dari outokorelasi. Hasil analisis uji Glejser pada Tabel 1 diketahui nilai sig. semua variabel independen lebih dari besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini. Hasil analisis uji multikolinieritas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari angka 10 dan nilai *tolerance* (TOL) yang diperoleh menunjukkan lebih dari angka 0,1. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dalam model regresi terbebas dari multikolinieritas antarvariabel independen. Dengan demikian, semua hasil uji kualitas data telah lolos dan data layak untuk digunakan.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan analisis data panel model *Ordinary Least Square* (OLS). Untuk mengetahui ketepatan model (*goodness of fit*) pengaruh variabel independen (CAR, DPK dan ROA) terhadap variabel dependen (pembiayaan *mudharabah*) maka dilakukan uji F. Hasil analisis uji F dengan SPSS terhadap data Bank Umum Syariah di Indonesia dengan metode analisis regresi disajikan sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Perhitungan Uji Ketepatan Model

Model	F	Sig.
I Regression	19,679	0,000 ^a
Residual		
Total		

Sumber: Output SPSS, data diolah.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari batas nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam rangka untuk menjelaskan variabel pembiayaan *mudharabah*, maka variabel CAR, DPK dan ROA dapat digunakan secara bersama-sama karena model sudah layak digunakan. Selanjutnya untuk pengujian hipotesis H1, H2, dan H3 yang telah diajukan, maka dilakukan dengan menggunakan uji t. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi data panel diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	-.412	0.684
1 CAR	3.045	0.005
DPK	7.069	0.000
ROA	1.141	0.264

Sumber: Output SPSS, data diolah.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*. Hasil ini didukung oleh *Sri, et. al* (2013), Firmansyah dan Nasrulloh (2013), Arisandi (2007) yang menunjukkan pengaruh positif CAR terhadap pembiayaan *mudharabah*, terbukti bahwa nilai signifikansi sebesar 0,007 di bawah 0,05. Hasil ini membuktikan pengaruh positif CAR terhadap pembiayaan *mudharabah*. Namun demikian, hasil penelitian ini tidak didukung oleh Marisa (2010) yang menunjukkan hasil sebaliknya. Hal ini berarti jika bank umum syariah mempunyai kecukupan modal maka bank akan menyalurkan pembiayaan *mudharabah*. Keadaan ini menunjukkan sinyal positif terhadap perbankan syariah bahwa pembiayaan *mudharabah* yang menjadi ciri khas bank syariah akan meningkat jika bank mempunyai modal cukup. Fakta riil menunjukkan bahwa pembiayaan *mudharabah* masih menjadi bukan produk unggulan pada bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh positif antara DPK terhadap pembiayaan *mudharabah* sehingga mendukung hipotesis yang telah diajukan. Hasil penelitian ini didukung oleh *Sri, et. al* (2013)

yang menyatakan bahwa semakin besar DPK yang dihimpun maka semakin besar pembiayaan yang disalurkan. Dengan demikian, hasil ini semakin memperjelas bahwa semakin banyak bank umum syariah mempunyai dana pihak ketiga, maka semakin besar pula menyalurkan pembiayaan *mudharabah*. Hal ini berarti Bank Syariah masih memiliki niat untuk tetap mempertahankan pembiayaan berbasis bagi hasil di tengah-tengah maraknya produk bank syariah berbasis jual beli yang seolah-olah menjadi produk andalannya.

Komposisi DPK yang tinggi menjadi modal bank syariah untuk terus meningkatkan pembiayaan *mudharabah* sebagai produk pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional. Artinya, semakin besar DPK maka semakin besar pula kesempatan bank syariah untuk menyalurkan pembiayaan *mudharabah* sehingga dengan banyaknya penyaluran *mudharabah* maka bank syariah akan mempunyai keuntungan yang lebih besar. Begitupun sebaliknya, jika bank syariah memiliki DPK yang minim, maka sudah barang tentu bank syariah mempunyai keterbatasan dalam menyalurkan pembiayaan khususnya pembiayaan *mudharabah*. Jika ini terjadi maka bank syariah akan kehilangan penghasilan dari salah satu produk bagi hasil, sehingga laba yang diperoleh menjadi berkurang. Dengan demikian, bank umum syariah harus terus mempertahankan peningkatan kepemilikan DPK untuk digunakan sebagai sumber penyaluran pembiayaan *mudharabah* yang pada akhirnya akan meningkatkan laba bank umum syariah.

Pada penelitian ini hasil analisis menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap pembiayaan *mudharabah* pada bank umum syariah sehingga hipotesis ditolak. Hasil ini tidak didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya seperti hasil penelitian Arisandi (2007) yang menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap pembiayaan yang diberikan kepada nasabah. Dengan hasil ini, maka besar kecilnya ROA pada bank umum syariah tidak mempengaruhi besar kecilnya penyaluran pembiayaan, bank akan terus menyalurkan pembiayaan *mudharabah* baik dalam kondisi ROA tinggi maupun rendah. Hal ini berarti bank terus melayani kebutuhan masyarakat sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat sebagai lembaga intermediasi yang berdasarkan syariah.

Menurut Hadad (2004:22) diperkirakan ROA dan kredit memiliki hubungan yang positif. Semakin

besar ROA suatu bank, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank, dan semakin baik posisi bank tersebut dari segi penggunaan aset. Tingginya tingkat profitabilitas bank, membuat bank semakin dapat melakukan ekspansi pembiayaan. Namun pada kenyataannya saat ini bank syariah sedang dalam keadaan berkembang, sehingga bank umum syariah masih terkonsentrasi pada pemasaran produk, memperkenalkan bank syariah ke masyarakat dengan berbagai produk yang dimiliki yang berbeda dengan bank konvensional pada umumnya. Oleh karena itu, bank akan terus menyalurkan pembiayaan bagi hasil dalam hal ini *mudharabah* tanpa melihat kondisi ROA. Namun yang menjadi kebijakan penyaluran pembiayaan *mudharabah* adalah ketersediaan dananya.

Untuk pengujian hipotesis H4 dan H5 dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis *sobel test* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Perhitungan Sobel Test

Variables In Simple Mediation Model	Sig (two)
Y - MDRBH	
X - CAR	0,8154
M - ROA	
Y - MDRBH	
X - DPK	0,7748
M - ROA	

Sumber: Output SPSS, data diolah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,8154 atau lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, ROA tidak memediasi hubungan antara CAR terhadap pembiayaan *mudharabah* pada bank umum syariah sehingga hipotesis ditolak. Hipotesis ini mendukung hasil penelitian Firmansyah dan Nasrulloh (2013) dan Arisandi (2007) yang menunjukkan pengaruh CAR terhadap pembiayaan *mudharabah*. Artinya, bahwa besarnya penyaluran pembiayaan *mudharabah* pada bank umum syariah di Indonesia dipengaruhi secara langsung oleh CAR tanpa melalui ROA. Ketika bank syariah mempunyai kecukupan modal yang memadai maka bank syariah akan menyalurkan pembiayaan *mudharabah* tanpa harus melihat

kondisi kinerja keuangan yaitu ROA apakah sedang baik atau tidak baik. Karena yang menjadi patokan kebijakan pengambilan keputusan untuk menyalurkan pembiayaan *mudharabah* tidak didasarkan pada besarnya ROA melainkan ketersediaan dana untuk disalurkan. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa ROA tidak memediasi hubungan antara DPK terhadap pembiayaan *mudharabah* pada bank umum syariah sehingga hipotesis ditolak.

SIMPULAN

Simpulkan hasil penelitian adalah CAR berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*, DPK berpengaruh positif terhadap pembiayaan *mudharabah*, ROA tidak berpengaruh terhadap pembiayaan *mudharabah*, dan ROA tidak memediasi hubungan antara CAR dan DPK terhadap pembiayaan *mudharabah*. Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, di antaranya observasi penelitian sebanyak 30 sampel dikarenakan pengambilan data hanya dari media *website* masing-masing bank umum syariah sehingga jumlah sampel yang dapat diakses hanya sebanyak 10 bank umum syariah di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada bank umum syariah padahal masih banyak perbankan syariah lainnya seperti Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafii. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Arisandi, Desi. 2007. "Analisis Faktor Penawaran Kredit Pada Bank Umum di Indonesia. *Tesis*. Program Studi Manajemen Perbankan Universitas Guna Darma. Jakarta.
- Donna D.R. & Dumairy. 2006. "Variabel-variabel yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Mudharabah pada Bank Syariah di Indonesia". *Sociosains Journal*, 19 (4).
- Firmansyah, Irman dan Nasrulloh, Agus Ahmad. 2013. "Analisis Pembiayaan bagi Hasil pada bank Umum Syariah di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islami*, 3 (1): 58-72.
- Hadad, Muliaman. 2004. "Fungsi Intermediasi Dalam Mendorong Sektor Riil". *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, Desember 2004.
- Mahardian, Pandu. 2008. "Analisis Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM dan LDR terhadap Kinerja Keuangan Perbankan". *Tesis*. Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.
- Marisa, Ayu Hesti. 2010. "Pengaruh Faktor Internal Bank Terhadap Volume Kredit Pada Bank yang *Go Public* di BEI". *Tesis*. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Sri, Anastasia *et. al.*, 2013. "The Influence of Third Party Funds, CAR, NPF, and ROA Against the Financing of a General Sharia-Based Banks in Indonesia". *Proceeding of the 2013 IBEA, International Conference on Business, Economics, and Accounting*. 20-23 March 2013, Bangkok, Thailand.
- Taswan, 2008. *Manajemen Perbankan Konsep, Teknis & Aplikasi*. Penerbit UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Triasdini Himaniar. 2010. "Pengaruh CAR, NPL dan ROA Terhadap Penyaluran Kredit Modal Kerja (Studi Pada Bank Umum Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2004-2009"
- Warjiyo, Perry. 2004. "Stabilitas Sistem Perbankan dan Kebijakan Moneter". *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*. Maret 2004.

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MODERASI KEPUASAN DAN RETENSI PELANGGAN

R. Yefta Sukmana

E-mail: yeftasukmana@yahoo.com

ABSTRACT

Today's tougher competition requires companies to act quickly and accurately in facing competition as the business environment continues to move very dynamic and full of uncertainty. This study aims to examine the effect of brand image on customer loyalty with customer satisfaction and customer retention as mediating variables. This study developed six hypotheses to be tested using Structural Equation Model (SEM) by AMOS software 16. The research was conducted by distributing questionnaires to survey method the 150 respondents. Respondents were selected based on specific criteria established researchers. The results showed that brand image, customer satisfaction, and customer retention will affect higher customer loyalty.

Keyword: brand image, satisfaction, retention, loyalty

JEL Classification: M31

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini menuntut perusahaan harus mampu bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang terus bergerak sangat dinamis dan penuh ketidakpastian. Perubahan tersebut antara lain kemajuan teknologi, hukum, atau kebijakan pemerintah yang

terus berubah sehingga diharapkan perusahaan mampu bertahan dan terus bersaing. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal melalui persaingan merek untuk memberikan citra khusus bagi para pelanggannya.

Merek dianggap sebagai salah satu aset tidak berwujud yang paling penting dari setiap bisnis. Perusahaan menghabiskan sejumlah besar pendapatan dan waktunya dalam melakukan aktivitas membangun merek. Perusahaan banyak mengadopsi berbagai strategi dalam membentuk merek untuk mendapatkan tempat di benak konsumen. Perusahaan perlu memahami bagaimana merek dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Perusahaan harus memahami komponen-komponen yang diperlukan untuk membangun sebuah merek (Mohan dan Sequeira, 2012).

Kotler dan Keller (2009) menyatakan citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. Sikap dan tindakan pelanggan terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Citra merek merupakan suatu syarat dari merek yang kuat sehingga citra merek yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaingnya.

Pelanggan memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Konsentrasi pemasaran sekarang bukan tentang produk ke pelang-

gan saja, tetapi lebih berfokus pada pemenuhan permintaan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mendorong meningkatnya suatu profit. Pelanggan yang puas akan bersedia untuk membayar lebih produk atau jasa yang diterima dan cenderung lebih toleran terhadap kenaikan harga.

Pappu dan Quester (2006) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan evaluasi dari pengalaman pelanggan dalam membeli dan mengonsumsi produk atau jasa. Pelanggan mungkin memiliki harapan tertentu tentang hasil dari produk atau jasa, sehingga pelanggan berpikir bahwa produk atau jasa tersebut sesuai dengan harapan atau tidak.

Loyalitas yang diberikan pelanggan juga sangat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan, sehingga para pelaku usaha harus mengenali karakteristik para pelanggannya supaya produk atau jasa yang ditawarkan bisa melekat di hati para pelanggannya. Khan (2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk membeli kembali dan melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga loyalitas pelanggan menjadi titik fokus bagi banyak organisasi bisnis. Retensi pelanggan adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan tidak membiarkan para pelanggannya menyimpang atau beralih ke perusahaan lain, sehingga pelanggan tidak mudah tergoda terhadap produk atau jasa perusahaan lain. Lee (2010) menyatakan perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang berfokus retensi pelanggan, bukan pada perolehan pelanggan baru untuk meningkatkan pangsa pasar.

Dalam perkembangannya saat ini, loyalitas pelanggan akan menjadi suatu indikasi kekuatan dalam menguasai pasar. Hal ini dapat dilihat pada merek-merek yang menjadi pemimpin di pasar, dapat dipastikan bahwa merek tersebut memiliki pelanggan yang loyal. Salah satu pasar dengan pelanggan yang sangat besar adalah telekomunikasi seluler yang pangsa pasarnya terbesar dikuasai Telkomsel, Indosat, dan XL Axiata. Berdasarkan data Asosiasi Telepon Seluler Indonesia jumlah pelanggan yang tercatat Telkomsel 109,88 juta, Indosat 52,1 juta, XL Axiata 46,4 juta (www.bisnis.com).

Saat ini XL menduduki peringkat 3 di dalam jumlah pelanggan telepon seluler di Indonesia. Jumlah pelanggan XL hanya terpaut sekitar 5 juta pelanggan

dengan Indosat sehingga bukan hal yang mustahil dalam waktu dekat XL dapat melebihi jumlah pelanggan Indosat dalam waktu dekat. Loyalitas pelanggan akan menjadi suatu indikasi kekuatan bagi XL di dalam menguasai pangsa pasar telekomunikasi di Indonesia.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Konsep loyalitas pelanggan merupakan faktor kunci karena di dalam membuat pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa bukan pekerjaan yang mudah. Loyalitas pelanggan memainkan peran yang sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mempertahankannya sehingga setiap perusahaan berjuang untuk memaksimalkan keuntungan dengan menyediakan produk dan layanan yang menarik bagi para pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah ukuran keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pelanggan yang loyal cenderung memilih produk atau jasa tertentu secara sukarela. Perusahaan harus mampu merencanakan manfaat ekonomi yang jelas dan langsung sebagai hasil dari strategi dan taktik dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (www.managementstudyguide.com).

Mohzan *et al.* (2011) menyatakan loyalitas merupakan sesuatu hal yang rentan karena pelanggan dapat pindah ke merek yang lain jika dapat mendapatkan nilai, kenyamanan, dan kualitas yang lebih baik. Loyalitas lebih memfokuskan pada harapan pelanggan atau kecenderungan untuk memilih suatu produk atau jasa. Setiap merek memiliki posisi yang berbeda-beda di benak pelanggan sehingga memiliki tingkat pendapatan yang berbeda juga. Merek yang sukses merupakan produk atau jasa yang dapat diidentifikasi melalui layanan, orang, atau tempat sehingga pelanggan dapat merasakan nilai tambah yang unik sesuai dengan kebutuhan.

Sondoh *et al.* (2007) menyatakan citra merek yang sukses memungkinkan pelanggan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan membedakan merek dari para pesaingnya, sehingga mampu meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk membeli produk atau jasa dari merek tersebut. Berdasar hal tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

H2: Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H3: Citra merek berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.

Miryala (2011) menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan senang atau kecewa sebagai hasil dari pengalaman dengan membandingkan kinerja produk atau jasa terhadap harapan pelanggan. Jumlah kepuasan yang tinggi atau rendah tergantung pada tingkat pemenuhan harapan dan tergantung pada kualitas karakteristik merek yang ditawarkan oleh perusahaan (Gerpott *et al.*, 2001). Mohzan *et al.* (2011) menyatakan perusahaan dengan pelanggan yang puas memiliki kesempatan yang baik untuk mengkonversi pelanggan tersebut menjadi loyal yang diharapkan membeli barang atau jasa dari perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Berdasar hal tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

H5: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.

Retensi pelanggan adalah mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan tidak membiarkan para pelanggannya menyimpang atau beralih ke perusahaan lain dan hal ini hanya mungkin jika ada hubungan yang berkualitas antara pelanggan dan perusahaan, sehingga pelanggan tidak mudah tergoda terhadap produk atau jasa perusahaan lain. Biasanya pelanggan cenderung berpegang teguh pada merek tertentu sejauh kebutuhan dasarnya sudah terpenuhi, pelanggan tersebut tidak memilih mengambil risiko untuk memilih merek lain.

Retensi dan kualitas layanan digunakan sebagai kemudi untuk meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan. Berdasar hal tersebut, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: Retensi pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang memiliki dan menggunakan kartu XL dan bertempat tinggal di Yogyakarta. Data penelitian menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dikumpulkan langsung dari responden. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan SEM dengan bantuan program Amos 16.0. Hal ini dikarenakan peneliti ingin menguji secara simultan pengaruh citra merek, kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Data yang dikumpulkan sebanyak 150 responden, memenuhi syarat penggunaan uji SEM yang dilakukan minimal 100 data. Pengujian hipotesis dari H1, H2, H3, H4, H5, dan H6 diuji dengan melihat *significant path* pada penelitian.

HASIL PENELITIAN

Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah selama dua puluh hari, mulai dari 23 Mei 2013 sampai 11 Juni 2013. Kuesioner yang disebarkan kepada responden sebanyak 150 buah dan yang dikembalikan sebanyak 150 buah. Jumlah responden laki-laki adalah 73 responden dan perempuan 77 responden. Usia responden yang dominan adalah 17-25 tahun sebanyak 139 responden dan >25 tahun sebanyak 11 responden.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
CM1	Saat ini operator XL dikenal sebagai operator yang mampu memberikan kebutuhan komunikasi secara professional.	0,850	Valid
CM2	Saat ini operator XL dikenal sebagai operator yang memiliki dukungan teknologi yang canggih.	0,849	Valid
CM3	Saat ini operator XL dikenal sebagai operator yang mampu memenuhi kebutuhan komunikasi konsumen.	0,824	Valid
CM4	Saat ini operator XL memberikan penawaran produk yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan.	0,757	Valid

Variabel citra merek digambarkan dalam *item* pernyataan CM1, CM2, CM3, CM4 dan nilai reliabilitas untuk citra merek adalah 0,838. *Item-item* CM1, CM2,

CM3 dan CM4 masuk ke dalam satu kelompok faktor, sehingga dianggap valid.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
KP1	Saya merasa puas terhadap kesesuaian antara kinerja layanan yang diberikan operator XL dengan kinerja yang saya inginkan.	0,845	Valid
KP2	Saya merasa puas terhadap kesesuaian antara biaya yang saya keluarkan dengan kinerja layanan yang saya terima.	0,797	Valid
KP3	Saya merasa puas dengan keputusan saya memakai operator XL.	0,818	Valid
KP4	Secara keseluruhan, pengalaman saya dengan operator XL yang saya pakai saat ini adalah memuaskan.	0,817	Valid

Variabel kepuasan pelanggan digambarkan dalam *item* pernyataan KP1, KP2, KP3, KP4 dan nilai reliabilitas untuk kepuasan pelanggan adalah 0,837. *Item-item*

KP1, KP2, KP3 dan KP4 masuk ke dalam satu kelompok faktor, sehingga dianggap valid.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Retensi Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
RP1	Saya tidak ingin beralih menjadi pelanggan operator lain walaupun mereka menawarkan berbagai kemudahan bagi saya.	0,776	Valid
RP2	Saya tidak ingin beralih ke operator lain walaupun mereka menawarkan biaya transaksi yang lebih murah.	0,843	Valid
RP3	Saya tidak ingin beralih ke operator lain walaupun mereka menawarkan memiliki fasilitas yang lebih baik.	0,829	Valid
RP4	Saya tidak ingin beralih ke operator lain walaupun mereka menawarkan menawarkan produk atau jasa yang lebih beragam.	0,810	Valid

Variabel retensi pelanggan digambarkan dalam *item* pernyataan RP1, RP2, RP3, RP4 dan nilai reliabilitas untuk retensi pelanggan adalah 0,831. *Item-item* RP1,

RP2, RP3 dan RP4 masuk ke dalam satu kelompok faktor, sehingga dianggap valid.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Kode	Item Pertanyaan	Factor Loading	Status
LP1	Saya akan menceritakan hal-hal yang baik mengenai operator XL kepada orang lain.	0,811	Valid
LP2	Saya akan tetap memilih operator XL ini di masa yang akan datang.	0,793	Valid
LP3	Saya merasa nyaman untuk tetap menggunakan operator XL.	0,870	Valid
LP4	Saya akan mendorong orang lain untuk menjadi pelanggan operator XL.	0,850	Valid

Variabel loyalitas pelanggan digambarkan dalam *item* pernyataan LP1, LP2, LP3, LP4 dan nilai reliabilitas untuk loyalitas pelanggan adalah 0,849. *Item-item* LP1, LP2, LP3 dan LP4 masuk ke dalam satu kelompok

faktor, sehingga dianggap valid.

Berikut ini disajikan statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 5
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Std. Deviasi	CM	KP	RP	LP
CM	3,553	0,836	1	0,727**	0,612**	0,727**
KP	3,495	0,924	0,727**	1	0,728**	0,723**
RP	3,306	0,975	0,612**	0,728**	1	0,723**
LP	3,500	0,979	0,727**	0,723**	0,723**	1

Keterangan: * Signifikan pada tingkat 0,05. Hasil pengujian korelasi antarvariabel tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas yang berat, karena nilainya < 0,8.

Hasil pengujian model dilakukan dengan melihat nilai-nilai *absolute fit* yang menunjukkan bahwa secara umum model mempunyai *goodness of fit* yang baik, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan model yang ada.

Tabel 6
Hasil Pengujian Model Fit

Goodness-of-fit Index	Kriteria	Hasil Olah Data	Evaluasi Model
CMIN/DF	1-2 over fit, 2,5 liberal limit	1,540	Baik
GFI	> 0,90	0,889	Baik
AGFI	>0,80	0,846	Baik
TLI	>0,9	0,952	Baik
CFI	>0,9	0,961	Baik
RMSEA	<0,08 upper limit <0,1	0,060	Baik

Nilai *Goodness of Fit* (GFI) sebesar 0,889. Nilai GFI yang baik adalah yang mendekati angka 1, sehingga nilai kesesuaian model dengan data dalam penelitian

ini dapat dikatakan baik. Nilai RMSEA sebesar 0,060 dapat memenuhi kriteria penerimaan model karena tidak melebihi batas atas 0,1. Nilai *Comparative Fit*

Index (CFI) sebesar 0,961 memenuhi batas minimum 0,9. Nilai *Adjusted Goodness of Fit* (AGFI) sebesar 0,846 memenuhi batas minimum 0,8. Nilai CMIN/DF masih di atas standar, tetapi masih dalam batas yang umum yaitu 1,540, dengan nilai batas maksimal adalah 5. Berdasar nilai-nilai tersebut dapat disim-

pulkan bahwa secara umum nilai-nilai *incremental fit* menunjukkan hasil yang baik.

Pengujian hipotesis dari H1, H2, H3, H4, H5, dan H6 diuji dengan melihat *significant path* pada penelitian. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	<i>Standardized Regression Weights</i>	P	Keterangan
H1	Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.	1,024	0,000	Hipotesis diterima
H2	Citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	-0,147	0,529	Hipotesis ditolak
H3	Citra merek berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.	0,970	0,000	Hipotesis diterima
H4	Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.	0,600	0,004	Hipotesis diterima
H5	Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.	-0,038	0,891	Hipotesis ditolak
H6	Retensi pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.	0,523	0,008	Hipotesis diterima

PEMBAHASAN

Dalam hipotesis 1 peneliti menduga bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Citra merek yang baik dari XL berhasil membuat suatu kesan terhadap pelanggan sehingga memberikan suatu informasi dan motivasi terhadap pelanggan untuk tetap memilih produk atau jasa tersebut. Dalam hipotesis 2 peneliti menduga bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Dalam kasus ini, responden kurang mempertimbangkan aspek citra merek untuk mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Dalam hipotesis 3 peneliti menduga bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Citra

merek yang baik dari XL berhasil membuat suatu kesan terhadap pelanggan sehingga pelanggan tetap memilih XL dan tidak ingin beralih ke operator lainnya. Dalam hipotesis 4 peneliti menduga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Pelanggan yang telah dipenuhi harapan-harapannya akan tetap menggunakan kartu XL di masa yang akan datang sehingga menjadi pelanggan yang loyal. Hasil ini mendukung penelitian Lee (2010) yang menyatakan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam hipotesis 5 peneliti menduga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Dalam kasus ini, responden kurang mempertimbangkan aspek kepuasan dalam mempenga-

ruhi retensi, sehingga responden bisa beralih ke merek yang lain tanpa memperhatikan tingkat pemenuhan harapan dari kartu XL. Dalam hipotesis 6 peneliti menduga bahwa retensi pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Pelanggan yang tidak mau untuk beralih merek akan menjadi pelanggan yang loyal karena tidak tertarik terhadap tawaran dari merek-merek yang lainnya.

SIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini mendukung adanya pengaruh positif antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin tinggi citra merek kartu XL, maka semakin bertambah pelanggan yang loyal. Hasil pengujian hipotesis selanjutnya tidak mendukung adanya pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi karena responden kurang mempertimbangkan aspek citra merek untuk mempengaruhi tingkat kepuasan mereka. Secara keseluruhan, tingkat pemenuhan harapan yang diberikan XL kepada para pelanggannya belum sesuai dengan yang diharapkan. Hasil pengujian hipotesis selanjutnya mendukung adanya pengaruh positif antara citra merek terhadap retensi pelanggan. Artinya, semakin tinggi citra merek kartu XL, maka semakin tinggi kemungkinan pelanggan untuk tidak beralih ke merek yang lain.

Hasil pengujian hipotesis selanjutnya mendukung adanya pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kartu XL, maka semakin bertambah pelanggan yang loyal. Hasil pengujian hipotesis selanjutnya tidak mendukung adanya pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan. Hal ini terjadi karena responden kurang mempertimbangkan aspek kepuasan dalam mempengaruhi retensi, sehingga responden bisa beralih ke merek yang lain tanpa memperhatikan tingkat pemenuhan harapan dari kartu XL. Hasil pengujian hipotesis selanjutnya mendukung adanya pengaruh positif antara retensi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin tinggi niat pelanggan kartu XL untuk tidak beralih ke merek yang lain, maka semakin bertambah pelanggan yang loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Gerpott, Torsten J; Wolfgang Rams; Andreas Schindler. 2001. "Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market". *Telecommunications Policy*, 25: 249-269.
- Khan, Innamullah. 2012. "Impact of Customers Satisfaction and Customer Retention on Customer Loyalty". *International Journal of Scientific & Technology*, 1.
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management* Ed. 13th. Pearson Education, International Edition.
- Lee, Hyung Seok. 2010. "Factors Influencing Customer Loyalty of Mobile Phone Service: Empirical Evidence from Koreans". *Journal of Internet Banking and commerce*, 15 (2).
- Miryala, Ramesh Kumar. 2011. "Brand Image Vis-à-vis it's Impact on Customer Commitment and Loyalty in India". *International Journal of Multidisciplinary Research*, 1 (2).
- Mohan, Bijuna C; A. H. Sequeira. 2012. "Exploring the Interlinkages between Brand Equity and Business Performance—Towards a Conceptual Framework". *Working Paper*. <http://ssrn.com/abstract=2133940>.
- Mohzan, Faizan, Muhammad Musarrat Nawaz, Sarfraz M. Khan, Zeeshan Shaukat, dan Numan Aslam. 2011. "Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan". *International Journal of Business and Social Science*, 2 (16).
- Pappu, Ravi; Pascal Quester. 2006. "Does Customer Satisfaction Lead to Improved Brand Equity? An Empirical Examination of Two Categories of Retail Brand". *Journal of Product and Brand Management*, 15: 4-14.

Sondoh, Stephen L; Maznah Wan Omar; Nabsiah Abdul Wahid; Ishak Ismail; Amran Harun. 2007. "The Effect of Brand Image on Overall Satisfaction dan Loyalty Intention in the Context of Color Cosmetic". *Asian Academy of Management Journal*, 12 (1): 83-107.

www.bisnis.com diakses 25 Februari 2013.

www.managementstudyguide.com diakses 7 Mei 2013.

PENGARUH ANALISIS RASIO KEUANGAN DALAM MEMPREDIKSI PERTUMBUHAN LABA DENGAN ACFTA SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Rr. Prima Dita Hapsari

E-mail: prima_al@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study examined the effect of financial ratio analysis to predict profit growth with ACFTA as a moderating variable. Independent variables used in this study consisted of 9 financial ratios; dependent variable is growth in earnings and the ACFTA as a moderating variable. Analysis of the data was used in this study is multiple regression analysis. The study sample is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2008 to 2011. Implementation of the ASEAN-China free trade Free Trade Agreement (ACFTA) does not provide a significant influence on the sustainability of Manufacturing Industry in Indonesia. In addition, this study proves that the ACFTA is not always moderate all financial ratios proposed in previous studies significant effect on earnings growth.

Keywords: financial ratio analysis, profit growth, ACFTA

JEL Classification: E44, F36

PENDAHULUAN

Model globalisasi ekonomi dalam rantai libelarisasi sudah sangat menggeliat dalam peradaban ekonomi abad ke-20, membuat semua negara di seluruh dunia bersiap-siap dan mengambil regulasi ekonomi dalam

menghadapi persaingan global tersebut. Perdagangan bebas adalah praktik ekonomi dimana negara dapat mengimpor dan mengekspor barang tanpa takut intervensi pemerintah.

Perjanjian ACFTA adalah perjanjian perdagangan antara negara-negara di ASEAN dengan negara Cina yang mulai efektif berjalan pada bulan Januari 2010 yang lalu. Indonesia harus membuka pasar dalam negeri secara luas kepada negara-negara ASEAN dan Cina. Seperti hasil penelitian yang dilakukan Chu dan Kalirajan (2010), menjelaskan bahwa dengan adanya ACFTA mampu berdampak positif dalam meningkatkan pangsa tenaga kerja terampil sehingga menjadi kunci bagi perusahaan untuk mencapai output potensial yang lebih tinggi dalam jangka panjang.

Kinerja perusahaan dapat dinilai melalui laporan keuangan yang disajikan secara teratur setiap periode (Juliana dan Sulardi, 2003). Informasi akuntansi dalam laporan keuangan sangat penting bagi para pelaku bisnis seperti investor dalam pengambilan keputusan. Para investor akan menanamkan investasinya pada perusahaan yang dapat memberikan *return* yang tinggi. Informasi laba memiliki pengaruh yang sangat besar bagi para penggunanya dalam mengambil sebuah keputusan, sehingga perhatian investor sering terpusat pada informasi laba (Budileksmana dan Andriani, 2005).

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba (Wild, *et al.*, 2005). Laba yang mengalami peningkatan merupakan kabar baik bagi investor, sedangkan laba yang mengalami penurunan merupakan

kabar buruk bagi investor. Laba merupakan suatu pos dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai kegunaan dalam berbagai konteks. Pentingnya peran profitabilitas sangat jelas bagi perusahaan karena perubahan profitabilitas mempengaruhi siklus hidup perusahaan (Warusawitharana, 2012).

Analisis rasio merupakan suatu bentuk atau cara yang umum digunakan dalam melakukan analisis terhadap laporan finansial suatu perusahaan. Dengan menggunakan alat analisis berupa rasio ini akan dapat menjelaskan atau memberi gambaran kepada penganalisis tentang baik buruknya keadaan atau posisi keuangan suatu perusahaan. Analisis rasio keuangan memungkinkan manajer keuangan meramalkan reaksi para calon investor dan kreditur serta dapat ditempuh untuk memperoleh tambahan dana. Rasio keuangan dikelompokkan menjadi rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dampak ACFTA terhadap rasio keuangan dalam memprediksi pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur dan menganalisis perbedaan tingkat pertumbuhan laba antara sebelum dan sesudah terjadinya ACFTA.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Working capital to total assets ratio (WCTA ratio) adalah likuiditas total aktiva dan posisi modal kerja. Modal kerja merupakan salah satu keputusan penting dari fungsi manajemen keuangan. Didukung hasil studi Takarini dan Ekawati (2003), *Working Capital to Total Assets* berpengaruh positif signifikan terhadap perubahan laba, maka dalam penelitian ini peneliti memproksikan rasio profitabilitas dengan WCTA. Penelitian Yue (2004), menyatakan bahwa dengan adanya *Free Trade Area* di kawasan Asia Timur mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi. Berdasar argument tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: ACFTA memoderasi rasio WCTA dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Salah satu bentuk kemampuan perusahaan bertahan terhadap persaingan dapat terlihat dari rasio solvabilitas. CLI termasuk salah satu rasio solvabilitas. Rasio solvabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Penelitian Ediningsih (2004) menunjukkan bahwa CLI ber-

pengaruh negatif untuk memprediksi pertumbuhan laba satu tahun mendatang. Ini membuktikan bahwa perusahaan tidak mampu mendayagunakan utangnya untuk menambah ekspansi usaha guna memperoleh keuntungan. Takarini dan Ekawati (2003) menyatakan bahwa variabel CLI tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur. Anggraeni (2010) menyatakan bahwa ACFTA meningkatkan beban utang perusahaan sehingga menghambat pengembangan usaha di Indonesia. Berdasar pemikiran-pemikiran tersebut, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H2: ACFTA memoderasi rasio CLI dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Adanya ACFTA semakin membuka peluang pengusaha Indonesia untuk meningkatkan laba perusahaan. OITL merupakan rasio solvabilitas. Semakin besar OITL menunjukkan semakin besar laba yang diperoleh dari kegiatan penjualan terhadap total utang perusahaan. Pernyataan tersebut didukung Ediningsih (2004) yang menunjukkan bahwa OITL berpengaruh positif untuk memprediksi pertumbuhan laba satu tahun ke depan. Berdasar pemikiran-pemikiran tersebut, maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H3: ACFTA memoderasi rasio OITL dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Total Asset Turnover menunjukkan kemampuan dana yang tertanam dalam keseluruhan aktiva berputar dalam suatu periode tertentu atau kemampuan modal yang diinvestasikan untuk menghasilkan *revenue*. Semakin besar TAT menunjukkan semakin efisien penggunaan seluruh aktiva perusahaan dalam menghasilkan penjualan. Hasil penelitian Meriewati dan Setiani (2005) menunjukkan bahwa *Total Assets Turnover* (TAT) berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian Suwarno (2004), Takarini dan Ekawati (2003), Juliana dan Sulardi (2003) serta Meythi (2005) menunjukkan bahwa TAT tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis keempat sebagai berikut:

H4: ACFTA memoderasi rasio TAT dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Revolusi industri membawa kebebasan bergerak dan meningkatkan kesempatan untuk semua tingkat ekonomi masyarakat. Perdagangan bebas membantu mendorong pembangunan dan pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan persaingan industri. *Net Profit*

Margin (NPM) merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak (yaitu laba sebelum pajak penghasilan dikurangi dengan pajak penghasilan) terhadap penjualan bersih. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan pendapatan bersihnya terhadap total penjualan bersih yang dicapai perusahaan.

Suwarno (2004) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba adalah NPM dan *Gross Profit Margin* (GPM). Takarini dan Ekawati (2003) menyatakan bahwa NPM berpengaruh signifikan positif terhadap perubahan laba. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis kelima sebagai berikut:

H5: ACFTA memoderasi rasio NPM dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Era globalisasi perdagangan bebas ACFTA menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan strategi perusahaan supaya dapat mempertahankan eksistensinya dan memperbaiki kinerjanya. GPM merupakan rasio antara laba kotor (yaitu penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan) terhadap penjualan bersih. Hasil penelitian Juliana dan Sulardi (2003) menunjukkan bahwa GPM berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba satu tahun ke depan. Hasil penelitian Hapsari (2007) juga menyimpulkan bahwa GPM berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis keenam sebagai berikut:

H6: ACFTA memoderasi rasio GPM dalam memprediksi pertumbuhan laba.

ACFTA merupakan kesepakatan antara negara-negara anggota ASEAN dengan China untuk mewujudkan kawasan perdagangan bebas dengan menghilangkan atau mengurangi hambatan-hambatan perdagangan barang baik tarif ataupun non-tarif, peningkatan akses pasar jasa, peraturan dan ketentuan investasi, sekaligus peningkatan aspek kerjasama ekonomi untuk mendorong hubungan perekonomian para pihak ACFTA dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat ASEAN dan China (Setyorini, 2013). Perjanjian perdagangan bebas ASEAN-China semula memang potensial membawa kemajuan bagi perekonomian Indonesia (Maroha, 2013).

ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham. Ukuran

keberhasilan pencapaian alasan ini adalah angka ROE yang berhasil dicapai. Hasil penelitian Kennedy (2003) menyatakan ROE memiliki korelasi positif terhadap harga saham. Begitu pula hasil penelitian yang dilakukan Sheela dan Karthikeyan (2012). ROE dan ROI adalah ukuran yang paling komprehensif profitabilitas perusahaan. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis ketujuh sebagai berikut:

H7: ACFTA memoderasi rasio ROE dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Permasalahan ekonomi kerap kali muncul mengenai berbagai pemenuhan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan meningkat (Anggraeni, 2010). ACFTA memberikan peluang bagi peningkatan pertumbuhan laba perusahaan di Indonesia dan dengan masuknya produk dari Cina hendaknya memberikan peluang bagi produsen domestik meningkatkan kapasitas produksi dengan tersedianya pilihan impor barang modal dengan harga yang relatif murah (Ibrahim *et al.*, 2010).

Earning Per Share (EPS) adalah salah satu dari dua alat ukur yang sering digunakan untuk mengevaluasi saham biasa di samping *Price Earning Ratio* (PER dalam lingkaran keuangan. Riset Sasongko dan Wulandari (2006) yang memeriksa pengaruh EVA dan rasio profitabilitas antara lain ROA, ROE, ROS, EPS, dan BEP terhadap harga saham. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa hanya EPS yang berpengaruh terhadap harga saham. Begitu pula dengan Wibowo (2005), yang meneliti pengaruh EVA, ROA, dan ROE perusahaan terhadap *return* pemegang saham. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis kedelapan sebagai berikut:

H8: ACFTA memoderasi rasio EPS dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Perkembangan perdagangan internasional mengarah pada bentuk perdagangan yang lebih bebas yang disertai dengan berbagai bentuk kerjasama bilateral, regional dan multilateral. Banyak studi yang berkesimpulan bahwa perdagangan bebas berimplikasi positif bagi negara-negara yang terlibat (Ibrahim *et al.*, 2010). *Free Trade Area* (FTA) di Asia Timur memberi pengaruh positif pada pertumbuhan laba perusahaan. *Operating Margin Ratio* (OMR) menunjukkan berapa banyak keuntungan perusahaan setelah membayar biaya variabel produksi seperti upah dan bahan baku. Analisis OMR dapat digunakan untuk mengukur ke-

mampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Penelitian mengenai kemampuan rasio keuangan dalam memprediksi pertumbuhan laba yang dilakukan oleh Suprihatmi dan Wahyuddin (2003) menunjukkan bahwa rasio keuangan, salah satunya *operating profit margin*, berpengaruh signifikan dalam memprediksi pertumbuhan laba perusahaan. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis kesembilan sebagai berikut:

H9: ACFTA memoderasi rasio OMR dalam memprediksi pertumbuhan laba.

Berdasar studi yang dirilis *Institute of Southeast Asian Studies*, secara strategis ACFTA merupakan aplikasi dari Konsep Keamanan Baru Cina dalam mendorong dunia yang multikutub, sebagai tandingan atas sikap unilateralisme Amerika Serikat. Presiden China Jiang Zemin mengumumkan konsep tersebut pertama kali pada 1996. Dengan demikian, ACFTA dapat dipahami sebagai bagian dari strategi Cina untuk menyebarkan pengaruhnya secara ekonomi maupun politik (Nugroho, 2010).

Besar harapan berbagai pihak dengan di mulainya ACFTA menjadi salah satu langkah besar untuk meningkatkan perekonomian di wilayah ASEAN-Cina. Hasil penelitian Yuce dan Rakhmanyil (2010) menyatakan bahwa perdagangan bebas berpengaruh positif terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Berdasar hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis kesepuluh sebagai berikut:

H10: Terdapat perbedaan tingkat pertumbuhan laba antara sebelum dan sesudah terjadinya ACFTA.

Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah seluruh perusahaan *manufaktur* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2008 sampai dengan 2011 yang berjumlah 145 perusahaan. Pemilihan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Dengan metoda tersebut, sampel dipilih berdasarkan kesesuaian karakteristik sampel dengan kriteria pemilihan sampel yang ditentukan peneliti.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pertumbuhan laba. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah rasio keuangan, yang terdiri dari WCTA, CLI, OITL, TAT, NPM, GPM, ROE, EPS, dan OMR. Sedangkan ACFTA merupakan variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Teknik ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan dimoderasi oleh variabel pemoderasi. Model persamaan regresi untuk hipotesis 1 sampai dengan 9 adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a_1 + b_{11}X_1 + b_{12}Z + b_{13}X_1Z + e$$

$$Y_2 = a_2 + b_{21}X_2 + b_{22}Z + b_{23}X_2Z + e$$

$$Y_3 = a_3 + b_{31}X_3 + b_{32}Z + b_{33}X_3Z + e$$

$$Y_4 = a_4 + b_{41}X_4 + b_{42}Z + b_{43}X_4Z + e$$

$$Y_5 = a_5 + b_{51}X_5 + b_{52}Z + b_{53}X_5Z + e$$

$$Y_6 = a_6 + b_{61}X_6 + b_{62}Z + b_{63}X_6Z + e$$

$$Y_7 = a_7 + b_{71}X_7 + b_{72}Z + b_{73}X_7Z + e$$

$$Y_8 = a_8 + b_{81}X_8 + b_{82}Z + b_{83}X_8Z + e$$

$$Y_9 = a_9 + b_{91}X_9 + b_{92}Z + b_{93}X_9Z + e$$

$Y_0 \neq Y_1$ merupakan persamaan regresi untuk hipotesis 10.

Keterangan:

Y : Pertumbuhan laba

a : Koefisien konstanta

b : Koefisien regresi dari masing-masing variabel

X_1 : *Working Capital to Asset* (WCTA)

X_2 : *Current Liability to Inventory* (CLI)

X_3 : *Operating Income to Total Liability* (OITL)

X_4 : *Total Asset Turnover* (TAT)

X_5 : *Net Profit Margin* (NPM)

X_6 : *Gross Profit Margin* (GPM)

X_7 : *Return to Equity* (ROE)

X_8 : *Earning Per Share* (EPS)

X_9 : *Operating Margin Ratio* (OMR)

Z : *ASEAN-China Free Trade Area* (ACFTA)

e : Koefisien error

HASIL PENELITIAN

Berikut ini disajikan Tabel 1 yang menunjukkan ringkasan hasil pengujian hipotesis:

Tabel 1
Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Prediksi	t	α	Hasil
H1	ACFTA memoderasi rasio WCTA dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{13} \square \alpha \leq 0,05$	12.695	0.000	Diterima
H2	ACFTA memoderasi rasio CLI dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{23} \square \alpha \leq 0,05$	-0.33	0.025	Diterima
H3	ACFTA memoderasi rasio OITL dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{33} \square \alpha \leq 0,05$	-4.792	0.000	Diterima
H4	ACFTA memoderasi rasio TAT dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{43} \square \alpha \leq 0,05$	1.799	0.001	Diterima
H5	ACFTA memoderasi rasio NPM dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{53} \square \alpha \leq 0,05$	-0.33	0.000	Diterima
H6	ACFTA memoderasi rasio GPM dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{63} \square \alpha \leq 0,05$	12.997	0.000	Diterima
H7	ACFTA memoderasi rasio ROE dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{73} \square \alpha \leq 0,05$	-8.213	0.000	Diterima
H8	ACFTA memoderasi rasio EPS dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{83} \square \alpha \leq 0,05$	0.0000089	0.577	Ditolak
H9	ACFTA memoderasi rasio OMR dalam memprediksi pertumbuhan laba.	$b_{93} \square \alpha \leq 0,05$	12.22	0.000	Diterima
H10	Terdapat perbedaan tingkat pertumbuhan laba antara sebelum dan sesudah terjadinya ACFTA.	$t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ $\alpha \leq 0,05$	1.401	0.165	Ditolak

Sumber: Output SPSS, diolah.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio WCTA dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen WCTA sebesar -12,485; variabel moderasi ACFTA sebesar -6,66 dan variabel WCTA_ACFTA

sebesar 12,695. Ketiga variabel tersebut berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, dimana nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio WCTA dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Takarini dan Ekawati (2003) yang me-

nyatakan bahwa variabel WCTA berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur. Selanjutnya hasil hipotesis ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Yue (2004), yang menyatakan bahwa dengan adanya *Free Trade Area* di kawasan Asia Timur mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Hipotesis kedua yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio CLI dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen CLI sebesar 0,392; variabel moderasi ACFTA sebesar -2,354 dan variabel X_2Z sebesar -0,33. Ketiga variabel tersebut berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, dimana nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio CLI dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima.

Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Takarini dan Ekawati (2003) yang menyatakan bahwa variabel CLI tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur, namun sesuai dengan hasil penelitian Anggraeni (2010) yang menyatakan bahwa dengan adanya ACFTA meningkatkan beban utang perusahaan sehingga menghambat pengembangan usaha di Indonesia.

Hipotesis ketiga yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio OITL dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen OITL sebesar 4,619; variabel moderasi ACFTA sebesar -0,308 dan variabel X_3Z sebesar -4,792. Variabel X_3 dan X_3Z berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Sedangkan untuk variabel Z tidak signifikan, karena berada di atas tingkat signifikansi yang sudah ditentukan. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio OITL dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima. Temuan ini mendukung hasil penelitian Takarini dan Ekawati (2003) dan Suwarno (2004) yang menyatakan bahwa variabel OITL tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur.

Hipotesis keempat yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio TAT dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil peneli-

tian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen TAT sebesar -1,613; variabel moderasi ACFTA sebesar -5,352 dan variabel X_4Z sebesar 1,799. Variabel ACFTA dan TAT berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, sedangkan untuk variabel X_4Z bernilai signifikansi 0,01, nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio TAT dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima.

Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian Asyik dan Sulisty (2000) yang menyatakan bahwa TAT berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Namun penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Suwarno (2004), Takarini dan Ekawati (2003), Juliana dan Sulardi (2003), serta Meythi (2005) yang menunjukkan hasil sebaliknya.

Hipotesis kelima yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio NPM dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen NPM sebesar 0,392; variabel moderasi ACFTA sebesar -2,354 dan variabel X_5Z sebesar -0,33. Variabel ACFTA dan NPM berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, sedangkan untuk variabel X_5Z bernilai signifikansi 0,025 dan signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio NPM dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima. Hasil ini sama dengan hasil penelitian Asyik dan Sulisty (2000) dan Suwarno (2004), serta Takarini dan Ekawati (2003) yang menyatakan bahwa variabel NPM berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Hipotesis keenam yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio GPM dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen GPM sebesar -14,255; variabel moderasi ACFTA sebesar -6,688 dan variabel X_6Z sebesar 12,997. Ketiga variabel berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis keenam yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio GPM dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima. Hasil ini sama dengan hasil penelitian Juliana dan Sulardi (2003) yang menyatakan bahwa variabel GPM berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Hipotesis ketujuh yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio ROE dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen ROE sebesar 7,88; variabel moderasi ACFTA sebesar -0,431 dan variabel X_7Z sebesar -8,213. Variabel ROE (X_7) dan X_7Z berada pada nilai signifikansi sebesar 0,00, nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Sedangkan variabel moderasi yaitu ACFTA tidak signifikan dengan nilai 0,189, karena nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi yang diterima. Melihat variabel X_7Z yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio ROE dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Kennedy (2003) dan Sheela dan Karthikeyan (2012) yang menyatakan bahwa ROE memiliki korelasi positif terhadap pertumbuhan laba. Akan tetapi keberadaan variabel moderasi dalam penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Maroha (2013), yang menyatakan bahwa Perjanjian perdagangan bebas ASEAN-China semula memang potensial membawa kemajuan bagi perekonomian Indonesia, namun pada perkembangan selanjutnya tidak demikian.

Hipotesis kedelapan yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio EPS dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen EPS sebesar -0,0000142; variabel moderasi ACFTA sebesar -3,123 dan variabel X_8Z sebesar 0,0000089. Terdapat satu variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu ACFTA (Z), dengan tingkat signifikansi 0,00, sedangkan variabel EPS (X_8) tidak signifikan dengan nilai 0,169 dan X_8Z dengan nilai 0,577. Berdasarkan hasil tersebut, maka dengan demikian hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio EPS dalam memprediksi pertumbuhan laba tidak dapat diterima.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Sasongko dan Wulandari (2006) dan Wibowo (2005) yang menyatakan bahwa EPS berpengaruh terhadap pertumbuhan laba perusahaan. Begitu pula hasil penelitian Ibrahim *et al.*, 2010 yang menyatakan bahwa ACFTA memberikan peluang bagi peningkatan

pertumbuhan laba perusahaan di Indonesia dilihat dari EPS-nya, didukung oleh hasil penelitian ini.

Hipotesis kesembilan yang diajukan pada penelitian ini adalah ACFTA memoderasi rasio OMR dalam memprediksi pertumbuhan laba. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi untuk variabel independen OMR sebesar -13,597; variabel moderasi ACFTA sebesar -4,623 dan variabel X_9Z sebesar 12,22. Semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,00. Dengan demikian, hipotesis kesembilan yang menyatakan bahwa rasio ACFTA memoderasi rasio OMR dalam memprediksi pertumbuhan laba dapat diterima. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Suprihatmi dan Wahyuddin (2003) yang menyatakan bahwa rasio keuangan, salah satunya *operating profit margin*, berpengaruh signifikan dalam memprediksi pertumbuhan laba perusahaan.

Hipotesis kesepuluh yang diajukan pada penelitian ini adalah terdapat perbedaan tingkat pertumbuhan laba antara sebelum dan sesudah terjadinya ACFTA. Berdasar hasil penelitian ini diperoleh nilai t hitung adalah sebesar 1,401 dengan sig 0.165. Karena sig > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, artinya rata-rata pertumbuhan sebelum dan sesudah ACFTA adalah sama. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa ACFTA tidak mempengaruhi tingkat pertumbuhan laba perusahaan manufaktur di Indonesia, sehingga hipotesis kesepuluh ditolak.

Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Yuca dan Rakhmanyil (2010) yang menyatakan bahwa perdagangan bebas berpengaruh positif terhadap tingkat profitabilitas perusahaan. Akan tetapi hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu dukungan beberapa wacana yang berkembang di pasar yang mempertanyakan peran perdagangan bebas terhadap pertumbuhan laba di suatu negara, terutama sehubungan dengan kerjasama perdagangan yang melibatkan China di dalamnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian menguji pengaruh analisis rasio keuangan dalam memprediksi pertumbuhan laba dengan ACFTA sebagai variabel pemoderasi. Beberapa variabel di-

gunakan untuk memproksi hubungan tersebut. Diterapkannya perdagangan bebas ACFTA dengan tarif 0 persen pada tahun 2010 ternyata tidak memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap keberlangsungan industri manufaktur di Indonesia.

Penelitian ini membuktikan bahwa ACFTA tidak semua memoderasi semua rasio keuangan yang diajukan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Terbukti dari hasil uji dengan EPS sebagai variabel independen. Hal ini mungkin terjadi karena kurangnya dukungan dari beberapa pihak yang mendukung terjadinya perubahan ekonomi. Selain aturan pemerintah yang sangat berperan penting, kondisi keamanan negara sangat mempengaruhi investor untuk berinvestasi. Untuk saat ini, banyak investor baik asing maupun lokal masih menimbang-nimbang untuk melakukan investasi. Selain itu, pola konsumsi masyarakat Indonesia yang relatif tinggi menyebabkan dampak ACFTA tidak begitu terasa. Pola konsumsi tersebut berlaku baik untuk produk dalam negeri maupun produk asing.

Akan tetapi di sisi lain, dari hasil uji juga menunjukkan bahwa sebagian besar rasio keuangan dapat dimoderasi oleh ACFTA untuk memprediksi pertumbuhan laba. Hasil uji menunjukkan bahwa ada yang dimoderasi positif, namun ada pula yang dimoderasi negatif. Ada beberapa kemungkinan yang dapat menyebabkan hal ini, selain keberadaan ACFTA yang otomatis membuka lebar-lebar masuknya produk asing ke tanah air di satu sisi, sedangkan di sisi lain upaya yang dilakukan pemerintah untuk melindungi pasar dalam negeri tidak kalah gencar,

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ada beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah rentang waktu penelitian sehingga hasil yang diperoleh akan lebih lebih akurat, penelitian yang akan datang diharapkan dilakukan ketika peran serta pemerintah dalam kegiatan ACFTA telah lebih baik. Peran serta ini dalam bentuk kebijakan-kebijakan yang diterapkan pemerintah untuk mendukung baik daya saing industri dalam negeri maupun aturan ekspor dan impor.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Leni Dewi. 2010. "Dampak ACFTA terhadap perekonomian Indonesia". <http://www.scribd.com/doc/25830743>
- Asyik, Nur Fadrijah dan Sulistyono. 2000. "Kemampuan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Laba". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15 (3).
- Budileksmana, Antariksa dan Andriani, Eka. 2005, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba Pada Perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 6 (2).
- Chu, Son Ngoc dan Kalirajan, Kaliappa. 2010. "Impact of Trade Liberalization on Technical Efficiency of Vietnamese Manufacturing Firms". Madras School of Economics and the Forum for Global Knowledge Sharing at the Madras School of Economics, March 19 -21.
- Ediningsih, Sri Isworo. 2004. "Rasio Keuangan dan Prediksi Pertumbuhan Laba: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEJ". *Wahana*, 7 (1).
- Ibrahim, Permata, Meily Ika dan Wibowo, Wahyu Ari. 2010. "Dampak ACFTA Terhadap Perdagangan Internasional Indonesia". <http://www.bi.go.id/web/id/Publikasi/Artikel.htm>
- Juliana, Roma Uly dan Sulardi. 2003. "Manfaat Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba Perusahaan Manufaktur". *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 3 (2).
- Kennedy, JSP. 2003. "Analisis Pengaruh dari Return on Asset, Return on Equity, Earning per Share, Profit Margin, Asset Turnover, Rasio Leverage dan Debt to Equity Ratio terhadap 17 Return Saham (Studi terhadap Saham – Saham yang termasuk dalam LQ 45 di BEJ tahun 2001)". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

- Maroha, Siti. 2013. "Dampak ACFTA terhadap Industri Nasional Ditinjau Dari Kebijakan Persaingan Usaha di Indonesia". <http://sitimaroha.blogspot.com/2013/05/tugas-2-dampak-asean-china-free-trade.html>.
- Meythi. 2005. "Rasio Keuangan yang paling baik Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba: Suatu studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11 (2).
- Meriewati, Dian dan Setiani, Astuti Yuli. 2005. "Analisis Rasio Keuangan Terhadap Perubahan Kinerja Pada Perusahaan di Industri *Food and Beverage* Yang Terdaftar di BEJ". Simposium Nasional Akuntansi VIII, Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Pendidik, Solo.
- Nugroho, Augustinus Heri. 2003. "Evaluasi Terhadap Alternatif-Alternatif Penilaian Kinerja Perusahaan". *Antisipasi*, 7 (2).
- Sasongko, Noer dan Wulandari, Nila. 2006. "Pengaruh Economic Value Added dan Rasio-Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham". *Empirika*, 19 (1).
- Setyorini, Nurul. 2013. "Pengaruh ACFTA terhadap Perekonomian Indonesia". <http://nurul-setyorini.blogspot.com/2013/05>
- Sheela, Christina dan Karthikeyan. 2012. "Financial Performance of Pharmaceutical Industry in India using DuPont Analysis". *European Journal of Business and Management*, 4 (14).
- Suprihatmi, S. W. dan Wahyuddin, M. 2003. "Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kemampuan Memprediksi Perubahan Laba Pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di PT Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 4 (2).
- Suwarno, Agus Endro. 2004. "Manfaat Informasi Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba (Studi Empiris terhadap Perusahaan Manufaktur Go Publik di Bursa Efek Jakarta)". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 3 (2).
- Takarini, Nurjanti dan Ekawati, Erni. 2003. "Analisis Rasio Keuangan dalam Memprediksi Perubahan Laba Pada Perusahaan Manufaktur di Pasar Modal Indonesia". *Ventura*, 6 (3).
- Warusawitharana, Missaka. 2012. "Profitability and the Lifecycle of Firms". *Working Paper*. The Federal Reserve Board.
- Wibowo, Lucky Bani. 2005. "Pengaruh Economi Value Added dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Return Pemegang Saham". *Tesis*. Program Pas-casarjana. Universitas Islam Indonesia.
- Wild, John; Subramanyam, K.R. dan Halsey, Robert F. 2005. *Financial Statement Analysis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Yue, Chia Siow. 2004. "ASEAN-China Free Trade Area". Singapore Institute of International Affairs". Paper for presentation at the AEP Conference Hong Kong.
- Yuce, Ayse dan Rakhmanyil, Sergiy. 2010. "Internationalization And Profitability Of The U.S. Multinational Companies After The Free Trade Agreement". *International Business & Economics Research Journal*. 9 (12).

PENGARUH REPUTASI *TRAINER* DAN PERENCANAAN KARIR POLITIK TERHADAP MOTIVASI PRA *TRAINING* DAN PEMAHAMAN MATERI *TRAINING* DENGAN PENGALAMAN BERORGANISASI DAN LOYALITAS KADER SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (KASUS PADA PARTAI POLITIK KABUPATEN SLEMAN)

Bianka Andriyani

E-mail: bianka_andriyani@gmail.com

ABSTRACT

The human resource have seen by organization as a valuable asset which is the existencies of it must be protected. Organization should improve the quality of human resource in all of the activities. There are some ways to improve it, one of the way is giving a training. PDI Perjuangan as a political organization always giving such as training activity for improving member's quality and surprisingly the training activity is able in resulting a lot of member who has a good quality. The aim of the research is to test the effect of trainer's reputation and political career's on pre-training motivation and the understandability of training material with organization's experience and member's loyalty as the moderating variable. This research shows that trainer's reputation doesn't have positive effect on pre-training motivation. Another result show that political career's planning have positive effect on pre-training motivation and then pre-training motivation giving a positive effect on the understandability of training material. The research also find's that organization's experience doesn't moderate the positive effect of trainer's reputation on pre-training motivation. Another result also shows that organization's experience is able to moderate the positive effect of political career's planning on pre-training motivation and organization's

experience is able to moderate the positive effect of pre-training motivation on the understandability of training's material. This research shows that member's loyalty doesn't able to moderate the positive effect of trainer's reputation on pre-training motivation. The member's loyalty is able to moderate the positive effect of political career planning on pre-training motivation and also member's loyalty is able to moderate the positive effect of pre-training motivation and also member's loyalty is able to moderate the positive effect of pre-training motivation on the understandability of training's material.

Keywords: trainer's reputation, political career's planning, pre-training motivation, understandability of training's material, organization experience, member's loyalty

JEL Classification: K42, M12, M53

PENDAHULUAN

Pergeseran di pasar global terhadap lingkungan yang lebih kompetitif membuat perusahaan semakin menghargai asset kompetitif mereka seperti *human capital*.

Karyawan dinilai sebagai *human capital* karena pengetahuan dan keterampilan yang melekat dalam dirinya. Untuk mengembangkan sumber daya manusia, perusahaan saat ini terutama perusahaan multinasional, telah menginvestasikan sejumlah besar uang dan waktu dalam pelatihan. Sebuah program pelatihan adalah fungsi strategis manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada pengembangan karyawan secara keseluruhan dan kompetensi untuk mengatasi masalah sehari-hari mereka saat bekerja. Hal ini dapat mendukung perkembangan dan pertumbuhan organisasi di masa depan (Desimone *et al.*, 2002).

Program pelatihan tidak hanya dilakukan oleh perusahaan tetapi dilakukan pula oleh partai politik sebagai salah satu bentuk organisasi. Banyak partai politik yang dapat menciptakan kemampuan kompetitifnya, namun sedikit yang dapat menjaga daya kompetitifnya sehingga berkesinambungan atau bertahan lama. Kesalahan utamanya karena partai politik tidak mampu memelihara dan menghasilkan keunggulan kompetitif serta mewariskannya kepada generasi selanjutnya.

Penelitian ini melibatkan reputasi *trainer* sebagai indikator yang akan memberikan pengaruh pada motivasi pra *training*. Sebelum mengambil kursus pelatihan, karyawan sering memiliki harapan tentang kualitas pelatihan. Harapan tersebut didasarkan pada pengalaman masa lalu dengan program pelatihan khusus atau dari komentar rekan kerja yang telah menyelesaikan pelatihan. Jika pelatihan dianggap sebagai aktivitas yang tidak produktif, karyawan akan memiliki motivasi pra *training* yang rendah, terlepas dari sebenarnya kualitas program pelatihan. Dengan kata lain, reputasi dari program *training*, *trainer* atau departemen *training* harus mempengaruhi motivasi pra *training* karyawan.

Karyawan yang mengeksplorasi berbagai pilihan karir dan berencana untuk mencapai prestasi karir di masa depan harus termotivasi untuk belajar selama pelatihan. Individu yang lebih berorientasi pada karir harus mengakui pentingnya mengembangkan keahlian yang berbeda dan mengasah keterampilannya saat ini. Akibatnya, perencanaan karir secara positif berhubungan dengan motivasi pra *training*. Program *training* ini tidak hanya dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pencapaian karir dari karyawannya, tetapi juga dilakukan oleh partai politik dalam meningkatkan

kualitas pencapaian karir politik kader. Perencanaan pencapaian karir politik kader partai sebagai *trainee* dalam program pelatihan yang dilakukan oleh organisasi menjadi salah satu indikator kesuksesan suatu program pelatihan yang dilakukan.

Motivasi pra *training* untuk program keterampilan diprediksi memberi pembelajaran pada kinerja berikutnya. Studi ini menunjukkan bahwa motivasi pra *training* memiliki pengaruh penting pada seberapa jauh peserta pelatihan benar-benar belajar materi yang disampaikan kepadanya selama program pelatihan. Selain itu, jumlah pembelajaran yang terjadi selama pelatihan dapat mempengaruhi indikator lain dalam efektivitas pelatihan, seperti perubahan perilaku *trainee* pada pekerjaan dan kriteria organisasi lainnya misalnya, absensi, produktivitas. Dengan demikian, berdasar hubungan tersebut motivasi pra *training* menjadi hal penting untuk didahulukan dalam menciptakan efektifitas pelatihan.

Penelitian ini menguji variabel pengalaman berorganisasi dan loyalitas kader terhadap partai sebagai pemoderasi. Pengalaman berorganisasi mengindikasikan kemampuan kader dalam bekerjasama dan menerima tugas-tugas politik. Kader yang memiliki pengalaman berorganisasi cenderung lebih termotivasi untuk mengikuti pelatihan, penyebabnya adalah kebutuhan kader akan peningkatan dan pengembangan kualitas diri. Sementara, loyalitas kader terhadap partai mengindikasikan kesetiannya terhadap partai, tugas-tugas yang diberikan, dan dalam prosesnya kader membutuhkan kompetensi untuk dapat melaksanakan tanggung jawabnya sebagai wujud nyata kesetiannya terhadap partai. Keterlibatan penulis dalam proses *training* yang diselenggarakan oleh Partai Politik di Kabupaten Sleman sebagai peserta menjadi salah satu alasan penulis mengangkat Partai Politik Kabupaten Sleman dalam tulisan ini.

Dalam penelitian ini, penulis menduga reputasi dari *trainer* dan perencanaan karir politik dari masing-masing peserta *training* diduga berkontribusi secara positif dalam mempengaruhi motivasi peserta *training* sebelum *training* dilaksanakan. Semakin peserta *training* tertarik dengan reputasi dari *trainer* dan semakin jelas tujuan karir politik peserta maka penulis menduga motivasi pra *training* dari peserta akan semakin baik. Peran motivasi pra *training* dalam memberikan pengaruh positif pada pemahaman materi *training* menjadi

dugaan berikutnya dalam penelitian ini. Peserta yang termotivasi dengan lebih baik sebelum *training* diselenggarakan diduga akan mampu memahami materi *training* dengan lebih baik.

Selanjutnya, penulis melibatkan dua variabel pemoderasi yang akan memoderasi model penelitian. Variabel pemoderasi pertama adalah pengalaman berorganisasi. Semakin tinggi pengalaman berorganisasi peserta *training*, maka diduga pengaruh positif antarvariabel penelitian akan semakin kuat. Variabel pemoderasi kedua adalah loyalitas kader. Semakin tinggi loyalitas kader peserta *training*, maka diduga pengaruh positif antarvariabel penelitian akan semakin kuat.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh reputasi *trainer* dan perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dan pemahaman materi *training* dengan pengalaman berorganisasi dan loyalitas kader sebagai variabel pemoderasi. Pelatihan adalah proses memberikan bantuan bagi para pekerja untuk menguasai keterampilan khusus atau membantu untuk memperbaiki kekurangannya dalam melaksanakan pekerjaan. Fokus kegiatannya adalah meningkatkan kemampuan kerja dalam memenuhi kebutuhan tuntutan cara bekerja yang paling efektif pada masa sekarang. Pelatihan adalah tindakan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang pegawai yang melaksanakan pekerjaan tertentu.

Wexley (2002) menganggap bahwa pelatihan yang efektif memiliki potensi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan untuk memenuhi persyaratan kinerja individu, sehingga meningkatkan keuntungan organisasi. Proses *training transfer* menemukan beberapa variabel yang mempengaruhi pelatihan, antara lain reaksi peserta pelatihan, sikap kerja, dan kompetensi jabatan ditingkatkan. Selain itu *trainee* yang mampu memahami materi *training* dengan baik akan merasa lebih termotivasi dalam bekerja, komitmen pada pekerjaan semakin tinggi, lebih produktif, lebih percaya diri dan mengubah perilaku yang tidak berkontribusi positif pada pekerjaan.

Penelitian telah menunjukkan bahwa peserta yang mengikuti pelatihan dengan motivasi pra *train-*

ing yang lebih tinggi lebih mungkin untuk tampil lebih baik di pelatihan daripada peserta lain yang kurang termotivasi. Akibatnya, motivasi pra *training* dapat dilihat sebagai hal penting yang didahulukan dalam menghasilkan efektifitas pelatihan dan diduga berhubungan positif ke tingkat yang lebih tinggi dari transfer pelatihan.

Partai politik, sebagai organisasi yang melaksanakan program *training*, harus selektif dalam menentukan siapa yang akan menjadi *trainer*. Reputasi *trainer* sebagai salah faktor penentu keberhasilan program *training* menjadi hal yang harus dipertimbangkan secara matang. Program pelatihan yang dilakukan oleh Partai Politik Kabupaten Sleman melibatkan pelatih internal dan pelatih eksternal, tujuannya agar kualitas program *training* dapat dicapai dengan maksimal. Pelatih internal lebih representatif dengan ideologi dan berbagai program-program kepartaian. Sementara pelatih eksternal akan mampu membuka wawasan dan cakrawala dari peserta *training*.

Dessler (2003) menyatakan bahwa perencanaan karir merupakan proses yang penuh pertimbangan saat seseorang memiliki pemahaman mengenai keterampilan, pengetahuan, motivasi, dan karakteristik pribadi lainnya dan memantapkan rencana bertindak untuk mencapai tujuan spesifik. Pengalaman berorganisasi merujuk pada kemampuan dan keterampilan berorganisasi kader secara kualitas dan kuantitas. Kualitas pengalaman berorganisasi ditunjukkan oleh berbagai aktivitas kader sebagai anggota organisasi dalam realita di lapangan dengan berbagai tingkatan struktural. Kuantitas pengalaman berorganisasi melihat periode waktu yang dilalui oleh kader dalam berorganisasi.

Kaderisasi merupakan usaha pembentukan seorang kader secara terstruktur dalam organisasi yang biasanya mengikuti suatu silabus tertentu. Kader diambil dari istilah yang diperkenalkan Lenin pada masa pembentukan Partai Komunis Sovyet (id.wikipedia.org/wiki/Kader). Partai politik adalah sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan pemerintah bagi pemimpin partainya, dan berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota partainya kemanfaatan yang bersifat ideal maupun materil. Loyalitas kader partai ditunjukkan dengan kesetiiaanya terhadap partai dan kemampuannya dalam melaksanakan program-program partai serta menjaga citra partainya.

Partai Politik melaksanakan program Kursus Kader Partai secara bertingkat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kader sehingga perilaku kader mampu konsisten dengan tujuan dan misi partai sebagai organisasi politik.

Reputasi dari program pelatihan, pelatih, atau departemen pelatihan harus mempengaruhi motivasi pra *training* karyawan. Dalam hal ini, reputasi *trainer* menjadi salah satu faktor dari reputasi pelatihan secara umum. Penting untuk mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi pra *training*. Berdasar uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: Reputasi *trainer* berpengaruh positif terhadap motivasi pra *training*.

Untuk mencapai prestasi karir di masa depan *trainee* harus termotivasi untuk belajar selama pelatihan. Individu yang lebih berorientasi pada karir harus mengakui pentingnya mengembangkan keahlian yang berbeda dan mematangkan keterampilan yang dimiliki saat ini. Akibatnya, karir eksplorasi dan perencanaan karir harus secara positif berhubungan dengan motivasi pra *training*. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: Perencanaan karir politik berpengaruh positif terhadap motivasi pra *training*.

Motivasi peserta pelatihan berhubungan dengan motivasi pra *training* adalah positif terkait dengan *training transfer* yang dirasakan. Dengan demikian, individu-individu yang memiliki tingkat motivasi yang lebih tinggi menunjukkan bahwa telah mendapat manfaat dari pelatihan. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: Perencanaan karir politik berpengaruh positif terhadap motivasi pra *training*.

Pengalaman berorganisasi dalam penelitian ini merujuk pada lama seorang karyawan atau kader bergabung dalam organisasi yang melaksanakan program *training*. Dalam organisasi politik, kader dengan pengalaman berorganisasi menganggap *training* sebagai suatu program rutin yang diselenggarakan oleh partai. Kader akan melaksanakan *training* sebagai bentuk kewajiban yang harus dipenuhi, sehingga kader akan termotivasi untuk mengikuti *training* dan cenderung akan mengabaikan berbagai faktor yang akan mempengaruhi konsistensi dalam menjalankan kewajiban tersebut misalnya, reputasi *trainer*. Berdasarkan uraian

tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H4a: Pengalaman berorganisasi memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*.

Dalam dunia politik, perencanaan karir oleh kader partai mengacu pada perencanaan karir politik, dimana kader memiliki pandangan tentang masa depan dan tujuan apa yang ingin dicapai. Keberadaan kader sebagai aset berharga partai politik harus mampu mengakomodir perencanaan karir politiknya sinergis dengan tujuan partai. Partai Politik sebagai partai yang berlandaskan ideologi Pancasila menanamkan kepada kadernya untuk selalu menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam berkehidupan berbangsa dan bernegara. Perencanaan karir politik dari kader harus berlandaskan ideologi Pancasila dan sinergis dengan tujuan partai, yaitu berjuang untuk kesejahteraan rakyat.

Kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi diduga akan memiliki perencanaan karir politik yang lebih baik dibandingkan kader dengan pengalaman berorganisasi rendah. Hal ini dikarenakan kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi memiliki pengalaman politik yang lebih baik dan kapasitas politik yang lebih baik, sehingga diduga kader akan memiliki motivasi pra *training* yang lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H4b: Pengalaman berorganisasi memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*.

Pelatihan tidak bermanfaat jika peserta tidak mendapatkan kemampuannya atau motivasi untuk mendapatkan manfaat dari program *training* yang dilakukan (Dessler, 2003). Menurut Ivancevich & Konopaske (2013) untuk belajar, seseorang harus mau belajar. Komitmen dan kompetensi ini diperoleh melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan mengikuti berbagai program peningkatan kualitas diri (*training*). Agar program peningkatan kualitas diri (*training*) dapat berjalan dengan optimal, maka kader harus mampu termotivasi untuk mengikutinya.

Kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi diduga akan memiliki motivasi pra *training* yang lebih baik dibandingkan kader dengan pengalaman berorganisasi rendah. Dengan motivasi pra *training* yang lebih baik, kader diharapkan akan mampu memahami materi *training* dengan lebih baik. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H4c: Pengalaman berorganisasi memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*.

Kader dengan loyalitas tinggi diduga akan mengabaikan berbagai faktor yang akan mampu mempengaruhi konsistensinya dalam menjalankan kewajiban, misalnya reputasi *trainer*. Sehingga kader dengan loyalitas tinggi akan mampu termotivasi untuk mengikuti *training* dibandingkan kader dengan loyalitas rendah karena memandang *training* sebagai suatu kewajiban. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H5a: Loyalitas kader memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*.

Training merupakan program partai yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas kader. Kader akan berupaya mencapai karir politiknya dengan meningkatkan kualitas dan kapasitas diri mereka sendiri. Perencanaan karir yang dipersiapkan dengan baik akan mampu melahirkan kader-kader yang berkualitas dan siap memperjuangkan kesejahteraan rakyat. Kader dengan loyalitas yang lebih tinggi diduga akan memiliki perencanaan karir yang lebih baik dibandingkan kader dengan loyalitas rendah. Sehingga kader dengan loyalitas tinggi akan termotivasi untuk mengikuti *training* dibandingkan kader dengan loyalitas rendah. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H5b: Loyalitas kader memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*.

Kader dengan loyalitas yang tinggi diduga akan mampu melaksanakan program kepartaian dengan lebih baik dibandingkan kader dengan loyalitas

rendah. Program partai dalam konteks ini adalah *training*. Loyalitas tinggi tersebut ditunjukkan dengan antusiasme, semangat dan motivasi dalam mengikuti *training* yang akan diselenggarakan oleh partai. Kader dengan motivasi pra *training* yang tinggi tentu akan mampu memahami materi *training* dengan lebih baik. Pemahaman materi *training* akan menentukan keberhasilan program *training* yang diselenggarakan oleh organisasi. Berdasarkan uraian tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H5c: Loyalitas kader memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*.

HASIL PENELITIAN

Sampel penelitian ini adalah anggota struktural partai dan bakal calon legislatif dari Partai Politik Kabupaten Sleman yang telah mengikuti Pendidikan Kader Partai Politik. Peneliti memilih anggota struktural partai dan bakal calon legislatif Partai Politik menjadi responden karena diduga akan mampu memberikan reaksi pada *training* yang telah dilakukan sebelumnya. Pengujian hipotesis H1, H2, dan H3 diuji dengan melihat *significant path* pada penelitian. Hasil pengujian hipotesis dapat terlihat pada Tabel 1.

PEMBAHASAN

Pada pengujian hipotesis pertama diperoleh angka $\beta = 0,146$ dimana $p > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama tidak didukung dalam penelitian ini. Hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti pada hipotesis kedua yaitu berpengaruh positif terhadap mo-

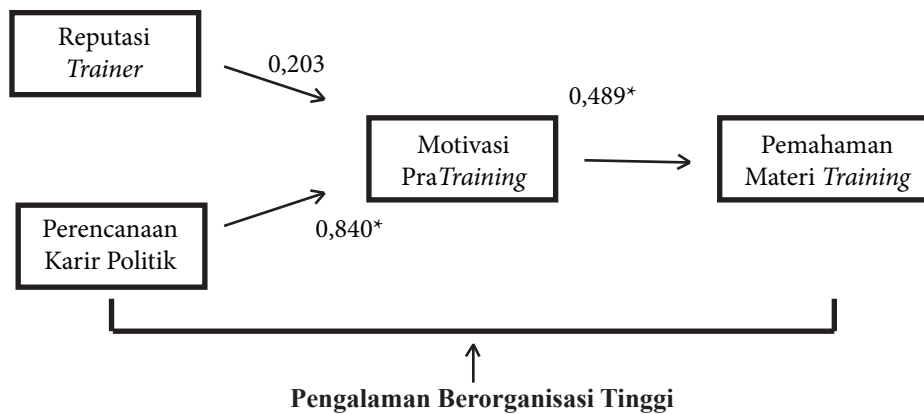
Tabel 1
Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Isi Hipotesis	Standardized Regression Weights	P	Keterangan
H1	Reputasi <i>trainer</i> berpengaruh positif terhadap motivasi pra <i>training</i>	0,146	>0,05	Hipotesis tidak diterima
H2	Perencanaan karir politik berpengaruh positif terhadap motivasi pra <i>training</i>	0,909	<0,05	Hipotesis diterima
H3	Motivasi pra <i>training</i> berpengaruh positif terhadap pemahaman materi pelatihan	0,810	<0,05	Hipotesis diterima

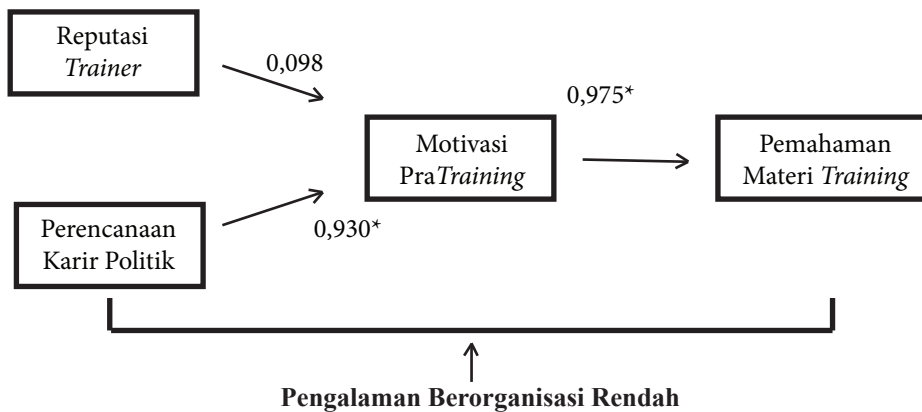
tivasi pra *training* menghasilkan nilai $\beta = 0,909$ dengan $p < 0,05$. Secara signifikan mendukung hipotesis kedua. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan nilai $\beta = 0,810$ pada $p < 0,05$, maka hipotesis ketiga diterima.

Dalam penelitian ini, model diuji dengan metode *subgroup*. Sampel pengalaman berorganisasi dan loyalitas kader, masing-masing akan diuji terpisah dengan melihat perbedaan koefisien antara dua *subgroup*. Pengalaman berorganisasi dibagi dua berdasarkan lama kader tergabung dalam organisasi politik, yaitu Partai Politik. Kader akan dikelompok-

kan berdasarkan lama berorganisasi dengan kategori pengalaman berorganisasi tinggi dan pengalaman berorganisasi rendah. Sementara loyalitas kader dibagi dua berdasarkan nilai *mean* yang diperoleh dari akumulasi skor pada kuisioner. Kader dikelompokkan berdasarkan *mean* yang diperoleh. Kader dengan nilai *mean* tinggi akan termasuk dalam kategori loyalitas kader tinggi dan loyalitas kader rendah. Hasil analisis diperoleh dengan cara membandingkan nilai beta berdasarkan kategori pada setiap variabel.



Gambar 1a
Bagan model penelitian untuk pengalaman berorganisasi tinggi
 Keterangan: *Signifikan pada tingkat 0,05



Gambar 1b
Bagan model penelitian untuk pengalaman berorganisasi rendah
 Keterangan: *Signifikan pada tingkat 0,05

Hipotesis keempat 4a diuji dengan cara membandingkan nilai beta yang ada pada Gambar 1a dan 1b. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai beta pada Gambar 1a menunjukkan pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dengan pengalaman berorganisasi tinggi sebagai variabel pemoderasi tidak signifikan terjadi ($\beta_{1a} = 0,232, p > 0,05$). Sementara signifikansi muncul pada pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dengan pengalaman berorganisasi tinggi sebagai variabel pemoderasi ($\beta_{2a} = 0,840, p < 0,05$). Hasil analisis pada hubungan pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* dengan pengalaman berorganisasi tinggi sebagai variabel pemoderasi dinyatakan signifikan ($\beta_{3a} = 0,489, p > 0,05$).

Sementara untuk hasil analisis pada Gambar 1b menunjukkan pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dengan pengalaman berorganisasi rendah sebagai variabel pemoderasi tidak signifikan terjadi ($\beta_{1b} = 0,098, p > 0,05$). Sementara signifikansi muncul pada pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dengan pengalaman berorganisasi rendah sebagai variabel pemoderasi ($\beta_{2b} = 0,930, p < 0,05$). Hasil analisis pada hubungan pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi pelatihan dengan pengalaman berorganisasi rendah sebagai variabel pemoderasi dinyatakan signifikan ($\beta_{3b} = 0,975, p < 0,05$).

Berdasar perbandingan tersebut dapat diperoleh simpulan bahwa hipotesis keempat 4a yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dinyatakan tidak diterima. Hipotesis keempat 4b yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dinyatakan diterima. Hipotesis keempat 4c yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* diterima.

Hasil analisis hipotesis keempat 4a yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dinyatakan tidak diterima. Berdasar perbandingan nilai pengalaman berorganisasi tinggi dan rendah yaitu ($\beta_{1a} = 0,232, p > 0,05$) dan ($\beta_{1b} = 0,098, p > 0,05$) diperoleh simpulan bahwa tidak ada pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*. Kedua nilai

beta tidak signifikan tetapi nilai beta pada pengalaman berorganisasi tinggi menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibanding dengan nilai beta pada pengalaman berorganisasi rendah. Kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi memandang *training* sebagai suatu rutinitas dan kewajiban, sehingga faktor yang dapat menghambat kader dalam melaksanakan kewajiban akan diabaikan, misalnya reputasi *trainer*. Sehingga tanpa mempertimbangkan reputasi dari *trainer*, kader akan tetap mampu memotivasi dirinya untuk mengikuti *training* yang diselenggarakan oleh partai. Karena dalam persepsi kader Partai Politik, apa yang menjadi program partai akan menjadi program kader partai pula.

Hasil analisis untuk hipotesis keempat 4b yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dinyatakan diterima. Berdasar perbandingan nilai pengalaman berorganisasi tinggi dan rendah yaitu ($\beta_{2a} = 0,840, p > 0,05$) dan ($\beta_{2b} = 0,930, p > 0,05$) diperoleh simpulan bahwa terdapat pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*.

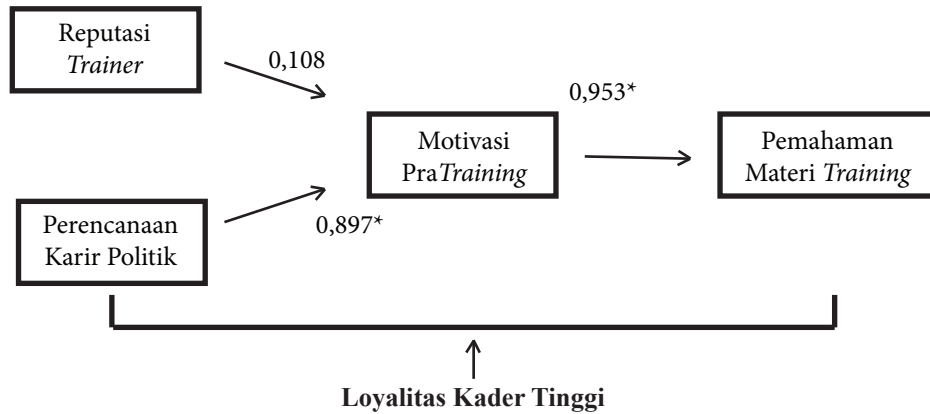
Kedua nilai beta signifikan tetapi nilai beta pada pengalaman berorganisasi tinggi menunjukkan nilai yang lebih rendah dibanding dengan nilai beta pada pengalaman berorganisasi rendah. Hal ini dikarenakan kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi tidak lagi memiliki ambisi berkarir karena alasan usia, tujuan hidup dan menganggap *training* sebagai suatu program rutin organisasi, sehingga mereka melaksanakannya sebagai suatu kewajiban. Sementara kader dengan pengalaman berorganisasi rendah memiliki perencanaan karir politik yang lebih tinggi sehingga akan lebih termotivasi untuk mengikuti *training* dan mampu memahami materi *training* dengan lebih baik.

Hasil analisis hipotesis keempat 4c yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* dinyatakan diterima. Berdasar perbandingan nilai pengalaman berorganisasi tinggi dan rendah yaitu ($\beta_{3a} = 0,489, p > 0,05$) dan ($\beta_{3b} = 0,975, p > 0,05$) diperoleh simpulan bahwa terdapat pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*. Kedua nilai beta signifikan tetapi nilai beta pada pengalaman berorganisasi tinggi menunjukkan nilai yang lebih rendah dibanding dengan nilai beta

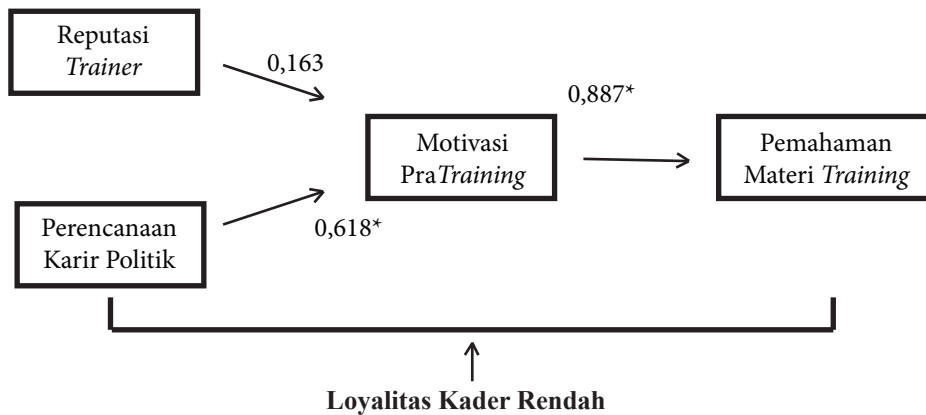
pada pengalaman berorganisasi rendah.

Kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi memandang *training* sebagai program rutin dan melaksanakan *training* sebagai suatu kewajiban, sehingga motivasi pra *training* dan pemahaman materi *training* kader dengan pengalaman berorganisasi tinggi menjadi lebih rendah dibandingkan kader dengan pengalaman

berorganisasi rendah. Dimana kader dengan dengan pengalaman berorganisasi rendah memandang *training* sebagai suatu aktivitas peningkatan kualitas diri, sehingga mereka akan lebih termotivasi untuk mengikuti *training* dan pemahaman materi *training* akan menjadi lebih baik.



Gambar 2a
Bagan model penelitian untuk loyalitas kader tinggi
 Keterangan: *Signifikan pada tingkat 0,05



Gambar 2b
Bagan model penelitian untuk loyalitas kader rendah
 Keterangan: *Signifikan pada tingkat 0,05

Hipotesis kelima diuji dengan membandingkan nilai beta pada Gambar 2a dan 2b. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai beta pada Gambar 2a menunjukkan pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dengan loyalitas kader tinggi sebagai variabel pemoderasi tidak signifikan terjadi ($\beta_{1a} = 0,108, p > 0,05$). Sementara signifikansi muncul pada pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dengan loyalitas kader tinggi sebagai variabel pemoderasi ($\beta_{2a} = 0,897, p < 0,05$). Hasil analisis pada hubungan pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* dengan loyalitas kader tinggi sebagai variabel pemoderasi dinyatakan signifikan ($\beta_{3a} = 0,953, p < 0,05$).

Hasil analisis pada Gambar 2b menunjukkan pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dengan loyalitas kader rendah sebagai variabel pemoderasi tidak signifikan terjadi ($\beta_{1b} = 0,163, p > 0,05$). Sementara pada pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dengan pengalaman berorganisasi rendah sebagai variabel pemoderasi ($\beta_{2b} = 0,618, p > 0,05$) dinyatakan tidak signifikan dan hasil analisis pada hubungan pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* dengan pengalaman berorganisasi rendah sebagai variabel pemoderasi dinyatakan signifikan ($\beta_{3b} = 0,887, p < 0,05$).

Berdasar perbandingan tersebut dapat diperoleh simpulan bahwa hipotesis kelima 5a yaitu loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dinyatakan tidak diterima. Hipotesis kelima 5b yaitu pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dinyatakan diterima. Hipotesis kelima 5c yaitu pengalaman perorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* diterima dalam penelitian ini.

Hasil analisis hipotesis kelima 5a yaitu loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training* dinyatakan tidak diterima. Berdasar perbandingan nilai pengalaman berorganisasi tinggi dan rendah yaitu ($\beta_{1a} = 0,108, p > 0,05$) dan ($\beta_{1b} = 0,163, p > 0,05$) diperoleh simpulan bahwa tidak ada pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*. Kedua nilai beta tidak signifikan tetapi nilai beta pada loyalitas kader tinggi

menunjukkan nilai yang lebih rendah dibanding dengan nilai beta pada loyalitas kader rendah. Kader dengan loyalitas tinggi memiliki pemahaman bahwa *training* merupakan aktivitas yang wajib diikuti sebagai kader partai untuk meningkatkan kualitas dirinya. Sehingga faktor yang akan menghambat pelaksanaan kewajiban tersebut akan diabaikan, misalnya reputasi *trainer*. Sementara kader dengan loyalitas rendah cenderung mempertimbangkan berbagai faktor yang akan mempengaruhi konsistensinya dalam mengikuti *training*, misalnya reputasi *trainer*. Dampaknya kader dengan loyalitas rendah semakin tidak termotivasi untuk mengikuti *training* karena terpengaruh oleh reputasi *trainer*.

Hasil analisis untuk hipotesis kelima 5b yaitu loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training* dinyatakan diterima. Berdasar perbandingan nilai pengalaman berorganisasi tinggi dan rendah yaitu ($\beta_{2a} = 0,897, p > 0,05$) dan ($\beta_{2b} = 0,0618, p > 0,05$) diperoleh simpulan bahwa terdapat pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*.

Terdapat perbedaan signifikansi pada kedua nilai beta. Nilai beta pada loyalitas kader tinggi signifikan sementara nilai beta pada loyalitas kader rendah tidak signifikan. Hal ini berarti moderasi dinyatakan sempurna. Nilai beta pada loyalitas kader tinggi menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibanding dengan nilai beta pada loyalitas kader rendah. Kader dengan loyalitas tinggi memiliki perencanaan karir politik yang lebih baik sehingga akan lebih termotivasi untuk mengikuti *training*. Sementara kader dengan loyalitas yang rendah cenderung tidak memiliki perencanaan karir politik yang baik sehingga tidak termotivasi untuk mengikuti *training*.

Hasil analisis hipotesis kelima 5c yaitu loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training* dinyatakan diterima. Berdasar perbandingan nilai pengalaman berorganisasi tinggi dan rendah yaitu ($\beta_{3a} = 0,953, p > 0,05$) dan ($\beta_{3b} = 0,887, p > 0,05$) diperoleh simpulan bahwa terdapat pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*. Kedua nilai beta signifikan tetapi nilai beta pada loyalitas kader tinggi menunjukkan nilai yang lebih tinggi dibanding dengan nilai beta pada loyalitas kader rendah.

Kader dengan loyalitas tinggi akan lebih termotivasi untuk mengikuti *training* dan mampu memahami materi *training* dengan lebih baik dibandingkan kader dengan loyalitas yang rendah. Hal ini dikarenakan kader dengan loyalitas yang rendah cenderung tidak termotivasi untuk mengikuti *training* dan pemahaman materi *training* menjadi lebih rendah dibandingkan kader dengan loyalitas tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil pengujian untuk hipotesis 1 tidak mendukung pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*, hipotesis 2 mendukung pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*, hipotesis 3 didukung dalam penelitian ini dimana hasil pengujian membuktikan terdapat pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*. Hasil pengujian hipotesis 4a tidak mendukung pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*, pengujian hipotesis 4b mendukung pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*, dan pengujian hipotesis 4c mendukung pengalaman berorganisasi mampu memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa hasil pengujian hipotesis 5a tidak mendukung loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif reputasi *trainer* terhadap motivasi pra *training*, pengujian hipotesis 5b mendukung loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif perencanaan karir politik terhadap motivasi pra *training*, dan hipotesis 5c mendukung loyalitas kader mampu memoderasi pengaruh positif motivasi pra *training* terhadap pemahaman materi *training*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pemilihan waktu pengambilan sampel yang ternyata dapat mempengaruhi hasil hipotesis. Pengambilan sampel pada anggota struktural dan bacaleg Parta Politik Kabupaten Sleman dilakukan pada saat acara partai dikarenakan kendala teknis, dimana tidak semua responden yang dituju dapat 100% hadir karena acara partai yang diselenggarakan seringkali bertepatan

dengan jam kerja. Keterbatasan berikutnya adalah ketidaksediaan beberapa responden dalam mengisi kuesioner diakibatkan kesibukannya setelah acara partai sehingga tidak dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah validitas *item* pernyataan kuesioner untuk pernyataan yang mengukur mengenai reputasi *trainer* dan perencanaan karir politik. Terdapat masing-masing satu *item*, yaitu TR6 dan CP3. Selain itu, bidang politik yang menjadi pengambilan sampel dalam penelitian ini dipandang sebagai sebuah keterbatasan karena belum tentu hasil dalam penelitian ini dapat diaplikasikan dalam bidang lainnya.

Saran

Saran peneliti dalam penelitian yang akan datang, yaitu peneliti mendatang diharapkan memperhatikan pemilihan waktu yang tepat dalam pengambilan sampel dan juga peneliti diharapkan dapat memperbaiki salah satu instrumen atau *item* yang tidak valid tersebut yang digunakan untuk mengukur variabel reputasi *trainer* dan perencanaan karir politik. Selain itu, peneliti menyarankan agar penelitian berikutnya dilakukan di bidang yang lain agar semakin menambah kontribusi pada ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Desimone, R. L., Werner, J. M., Haris, D. M. 2002. *Human resource development*. Thompson Learning, Inc.
- Dessler, Gary. 2003. *Human Resource Management Tenth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ivancevich J. M. & Konopaske R. 2013. *Human Resource Management Ed. 12th: Training and Development*. Mc Graw-Hill International.
- Wexley, K. N., & Baldwin, T. T. 2002. "Paottraining strategies for facilitating positive transfer: An empirical exploration". *Academy of Management Journal*, 29: 503-520.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DENGAN COMPUTER SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Irene Alfa Erawaty

E-mail: ireneae@yahoo.com

ABSTRACT

In the main business cycles, e-commerce can changes the selling and marketing activity. It's because e-commerce provides a product catalogue which is found by customer in the enterprise's website, so the customer can easily make their own purchase by their self. The accounting information system user satisfaction's issue will be the crucial thing when it became a part of customer satisfaction's value that must be maintained and increased. The aim of this research is to examine the factors that influence the accounting information system user satisfaction's which is closely related with the online shop's customer. The examined factors are system quality, information system, and service quality. This research also examine the moderating effect of computer self-efficacy in the relationship of factors that influence the accounting information system user satisfaction. This research using questioner given to the online shop's customer for gathering the data. Finding in this research shows the significant result that system quality, information system and service quality giving a positive effect on accounting information system user's satisfaction. This research also find that there is a differentiation between user with high computer self-efficacy and user with low computer self-efficacy.

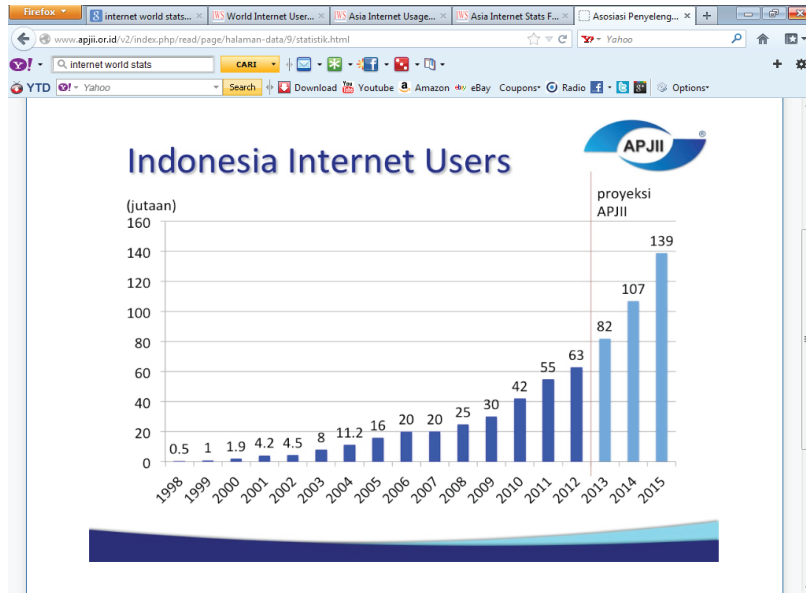
Keywords: system quality, information system, service quality, computer self-efficacy

JEL classification: C88, L86, M15

PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet di Indonesia semakin berkembang pesat dengan tersedianya berbagai fasilitas teknologi yang semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses internet. Data statistik yang dikeluarkan oleh Asosiasi Provider Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia dari akhir tahun 1998 sampai akhir tahun 2012 menunjukkan angka pertumbuhan yang pesat. Pengguna internet di Indonesia pada tahun 1998 hanya berjumlah setengah juta orang, tahun 2002 berjumlah 4,5 juta orang, tahun 2006 berjumlah 20 juta orang, kemudian terus bertumbuh pesat hingga menyentuh angka 55 juta orang pengguna pada tahun 2011, dan 63 juta orang pengguna di tahun 2012. APJII juga memproyeksikan perkembangannya di tahun 2013 akan mencapai angka 85 juta orang dan akan terus meningkat sampai pada angka 139 juta orang pada tahun 2015.

Data *Internet World Stats* per akhir tahun 2012 juga menyatakan bahwa dari jumlah 248.645.008 penduduk Indonesia, 55 juta orang di antaranya merupakan pengguna internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia ini menduduki peringkat keempat di Asia dengan penetrasi 22,1% dari jumlah populasi Indonesia. Salah satu perusahaan riset terbesar di Asia Tenggara, *MarkPlus Insight*, juga memberikan gambaran tentang jumlah pengguna internet di Indonesia. Menurut data yang dirilis, jumlah pengguna internet di Indonesia per akhir tahun 2012 mencapai 61,08 juta orang. Hal ini



Gambar 1
Proyeksi Indonesia Internet User

menunjukkan peningkatan hingga enam juta orang dari pengguna internet tahun 2011 yang berjumlah 55 juta orang, tingkat penetrasi mencapai 23,5% dari jumlah populasi Indonesia.

Selain data kuantitatif tersebut, riset *MarkPlus Insight* juga menemukan sejumlah pola tingkah laku, antara lain: 40% dari pengguna internet di Indonesia mengakses internet lebih dari tiga jam setiap hari; 56,4% rela berselancar di internet selama berjam-jam untuk mencari informasi dan penawaran terbaik tentang kebutuhannya; 6% dari pengguna internet pernah melakukan transaksi *e-commerce*; *budget* rata-rata seseorang untuk pembelian secara *online* adalah Rp150 ribu; mayoritas pengguna internet di Indonesia berada di rentang usia 15-35 tahun; dan didominasi oleh kalangan *middle class*. Hasil riset ini menjadi indikasi positif bagi perkembangan sebuah industri baru di Indonesia. Seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, potensi perdagangan lewat internet atau *e-commerce* diyakini semakin besar. Bank Indonesia (BI) mencatat volume *e-money* pada Oktober 2012 mencapai 9,97 juta transaksi dengan nilai transaksi Rp1,48 triliun. Angka tersebut tumbuh 113,7% dibandingkan periode yang sama tahun lalu yang hanya 4,66 juta

transaksi. Sumber data lembaga riset *International Data Corporation (IDC)*, nilai perdagangan lewat internet di Indonesia tahun 2011 mencapai 3,4 miliar dollar AS atau sekitar Rp30 triliun. Hasil survei *Master Card Worldwide* pada Februari 2012 menunjukkan tren peningkatan belanja *online* sebesar 15% di Indonesia dalam enam bulan ke depan.

Meningkatnya transaksi *e-commerce* di Indonesia disebabkan membaiknya pertumbuhan perekonomian dan kalangan kelas menengah. Bank Dunia menyatakan bahwa 56,5% dari populasi Indonesia masuk kategori kelas menengah dengan nilai belanja sampai 20 dollar AS per hari. Kalangan kelas menengah ini berpenghasilan relatif tinggi, sadar teknologi, dan selalu terhubung dengan internet. Perkembangan teknologi dan alat-alat komunikasi semakin menambah semaraknya dunia perdagangan *online*.

Perkembangan teknologi informasi juga mengubah sifat dasar akuntansi, secara khusus perkembangan teknologi informasi seperti internet, *e-commerce*, *EDI (Electronic Data Interchange)*, dan *database* telah mengubah organisasi dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat menuntut pemahaman konsep-konsep

utama, seperti berbagai kegiatan bisnis yang dilaksanakan dalam siklus-siklus utama bisnis serta arus data akuntansi dan informasi dalam sistem tersebut, pengumpulan dan pemrosesan data kegiatan bisnis, penggunaan perkembangan teknologi informasi terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan bisnis, dan perancangan sistem informasi akuntansi untuk menyediakan informasi yang diperlukan dalam pengambilan keputusan bisnis.

Pada poin pertama mengenai siklus-siklus utama bisnis, *e-commerce* sendiri secara signifikan dapat mengubah aktivitas dalam siklus penjualan. Aktivitas penjualan dan pemasaran dapat dilakukan secara elektronik dengan membuat katalog produk pada *website* perusahaan agar pelanggan dapat secara otomatis menginput pesanan sehingga mengurangi jumlah staf penjualan dan meminimalkan telepon, surat, dan *fax*. Selain itu, *e-commerce* juga dapat meningkatkan kualitas dukungan purnajual kepada pelanggan dengan membuat fasilitas layanan pelanggan di dalam tampilan *website*. Pada siklus inilah, pelanggan bersentuhan langsung dengan sistem informasi akuntansi perusahaan karena pelanggan juga menjadi salah satu pengguna sistem informasi yang tersedia pada *website*. Isu kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi semakin krusial ketika mulai menjadi bagian dari nilai kepuasan pelanggan yang perlu diperhatikan dan dipertahankan.

Persaingan yang makin ketat dan banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama untuk memenangkan persaingan dan menjaga keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing.

Tujuan bisnis untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang, dan membentuk rekomendasi *word of mouth* yang menguntungkan bagi perusahaan. Saat ini, *e-commerce* menjadi alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dina-

mis dan persaingan yang kompetitif, mengakibatkan perubahan pada perilaku pelanggan. *Online shopping* sebagai salah satu bentuk *e-commerce* telah menjadi sarana yang menarik bagi masyarakat untuk berbelanja. Masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cepat, mengetahui harga di pasar melalui media *website* yang menyediakan fasilitas *online shopping*, kondisi ini menyebabkan pemilik *website* harus memperhatikan kualitas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Investasi terkait dengan teknologi informasi seperti pembelian paket program *website* ini sangat mahal sehingga perlu dipertimbangkan apakah investasi ini benar-benar dapat memberikan lebih banyak manfaat dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Penggunaan sistem informasi merupakan perilaku yang muncul akibat adanya keuntungan atas pemakaian sistem informasi tersebut.

Kepuasan pengguna sistem informasi dapat dijadikan sebagai salah satu ukuran keberhasilan suatu sistem informasi. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna akhir sistem informasi ini merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Kepuasan pengguna merupakan sebuah respon untuk tiga tipe aspirasi sebuah sistem informasi, yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, dan kegunaan. DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kesuksesan sistem informasi dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan. Ketiga hal ini merupakan prediktor yang signifikan bagi kepuasan pengguna.

Hasil berbeda terdapat dalam penelitian Negash *et al.* (2003) yang menggunakan kepuasan pengguna sebagai indikasi dari penilaian efektivitas *web-based customer support systems*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hanya kualitas informasi dan kualitas sistem yang memengaruhi efektivitas *web-based customer support systems* secara signifikan, sedangkan kualitas layanan tidak memengaruhi secara signifikan. Pertimbangan - pertimbangan inilah yang mendorong peneliti untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi dengan menggunakan indikator-indikator yang disesuaikan dengan obyek penelitian.

Selain itu, penelitian ini mengambil pemahaman kepuasan pengguna dengan menguji pengaruh moderasi dari *self-efficacy* pada faktor-faktor yang

mempengaruhi kepuasan secara *online*. Salah satu konsep atau teori mengenai perilaku terhadap perkembangan teknologi adalah *Computer Self Efficacy (CSE)*, yang didefinisikan sebagai penilaian kapabilitas dan keahlian komputer seseorang untuk melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan teknologi informasi. Tingkatan *CSE* yang dimiliki seseorang mampu mempengaruhi persepsi manfaat serta kemudahan penggunaan terhadap suatu sistem informasi. Mengenai kepuasan pengguna informasi, *computer self-efficacy* yang tinggi dapat memastikan bahwa pengguna memiliki keyakinan tinggi dalam kemampuannya yang berhubungan dengan komputer, yang pada gilirannya dapat memungkinkan untuk mencapai kinerja dan kepuasan dalam *computer-related task* yang lebih baik. Maka, peneliti menduga bahwa tingkat *computer self-efficacy* pengguna akan mempengaruhi faktor-faktor yang menentukan kepuasan pengguna sistem informasi.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Kualitas sistem merupakan kualitas pengolahan sistem informasi itu sendiri. Kualitas sistem adalah ukuran sejauh mana sistem berfungsi baik secara teknis. Kualitas sistem juga berarti kombinasi antara *hardware* dan *software* dalam sistem informasi. Kualitas sistem, dalam lingkungan internet, mengukur karakteristik yang diinginkan dari sistem *e-commerce*. *Usability, availability, reliability, adaptability, dan response time* adalah contoh kualitas yang dinilai oleh pengguna sistem *e-commerce* (DeLone dan McLean, 2003).

Kualitas sistem adalah persepsi umum seseorang terhadap layanan sebuah *website*, yaitu dalam cakupan kinerja perangkat lunak dan perangkat keras dan dapat digambarkan sebagai bagian dari fitur-fitur sistem (Bharati dan Chaudury, 2006). Indikator-indikator yang memperjelas variabel kualitas sistem adalah kenyamanan akses, fleksibilitas, integrasi, respon waktu, kecanggihan, dapat diandalkan, kemudahan akses, mudah digunakan, navigasi, dan kecepatan jaringan (Bharati dan Chaudhury, 2006). Sistem informasi memerlukan beberapa indikator untuk mengukur kualitas sistem yang dihasilkan dan kaitannya dengan sistem informasi yang digunakan oleh layanan *website*.

Indikator diperlukan karena kualitas sistem merupakan variabel laten yang tidak dapat diukur se-

cara langsung. Kualitas informasi merupakan sebuah konsep multidimensional. Beberapa variabel indikator kualitas informasi seperti ketelitian, ketepatan, relevansi, keterkinian, kelengkapan, ketersediaan, dapat dibandingkan, kemampuan untuk dimengerti, dan jangkauan (Bharati dan Chaudhury, 2006). Kualitas informasi menggambarkan masalah konten *e-commerce*. Konten *web* harus dipersonalisasi, lengkap, relevan, mudah dimengerti, dan aman jika kita mengharapkan calon pembeli atau pemasok melakukan transaksi melalui internet dan kembali ke situs kita secara teratur. Kualitas informasi mengacu pada kualitas output yang dihasilkan oleh sistem informasi, bisa dalam bentuk laporan atau *online screen* (DeLone dan McLean, 2003).

Sistem informasi memerlukan beberapa indikator untuk mengukur kualitas informasi yang dihasilkan dan kaitannya dengan sistem informasi yang digunakan oleh layanan *website*. Indikator diperlukan karena kualitas informasi merupakan variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Pemilihan indikator berdasarkan kesamaan atau seringnya indikator tersebut digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu, dan juga mengacu pada kuisioner yang akan digunakan. Peneliti juga menghindari penggunaan indikator yang menjadi ukuran pada dua variabel yang berbeda, misalnya indikator *reliability* yang dapat dijadikan ukuran untuk variabel kualitas sistem dan kualitas layanan pada penelitian terdahulu. Hal ini dilakukan untuk menghindari makna ambigu.

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pemberian jasa yang sesuai dengan harapan konsumen. Pemberian layanan berarti penyesuaian dengan harapan konsumen secara konsisten. Kualitas layanan adalah derajat kecocokan antara harapan normatif dan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima. Kualitas jasa diukur dalam lima dimensi, yaitu *tangibles*, keandalan, daya respon, jaminan, dan empati.

Berdasar sekian banyak indikator yang digunakan dalam penelitian terdahulu, peneliti memilih beberapa indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pemilihan indikator berdasarkan kesamaan atau seringnya indikator tersebut digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu, dan juga mengacu pada kuisioner yang akan digunakan. Peneliti juga menghindari penggunaan indikator yang menjadi ukuran

pada dua variabel yang berbeda, misalnya indikator *reliability* yang dapat dijadikan ukuran untuk variabel kualitas sistem dan kualitas layanan pada penelitian terdahulu. Hal ini dilakukan untuk menghindari makna ambigu.

Kepuasan pelanggan ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang dirasakan atas layanan yang telah diterima dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Dalam konteks *online*, kepuasan *online* (Anderson dan Srinivasan, 2003) didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan rasa hormat terhadap pengalaman pembelian sebelumnya di masa lalu yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce*. Riset lainnya juga menemukan kepuasan pelanggan adalah suatu fungsi dari kualitas layanan *online* yang dirasa dalam melakukan belanja *online* (Lee dan Lin, 2005). DeLone dan McLean (2003) mengukur kepuasan pengguna dengan indikator, yaitu *repeat purchase*, *repeat visits*, dan *user surveys*. Sedangkan, dalam penelitian lain juga dikatakan bahwa *shopping enjoyment* memiliki pengaruh positif terhadap pilihan kepuasan (Kamis *et al.*, 2008). Berdasar sekian banyak indikator yang digunakan dalam penelitian terdahulu, peneliti memilih beberapa indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini. Pemilihan indikator berdasarkan kesamaan atau seringnya indikator tersebut digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu dan juga mengacu pada kuesioner yang akan digunakan.

Efikasi diri merupakan kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan kata lain, kondisi motivasi seseorang yang lebih didasarkan pada apa yang mereka percaya daripada apa yang secara obyektif benar. *Computer self-efficacy* menunjukkan penilaian individu terhadap kemampuannya menggunakan komputer di dalam situasi yang berbeda. *Computer self-efficacy* mengacu pada rasa percaya diri dan kompetensi tentang penggunaan komputer dan merupakan bagian dari konsep diri yang sehat (Eachus dan Cassidy, 2006).

Kualitas sistem merupakan karakteristik yang melekat mengenai sistem itu sendiri (DeLone dan McLean, 2003). Kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Semakin baik kualitas sistem maka semakin tinggi juga kepuasan pengguna sistem informasi yang dijadikan indikator efektivitas *web-based customer* (Negash *et al.*, 2003). Kualitas sistem sebagai *perceived ease of use* yang

menunjukkan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Hal ini memperlihatkan bahwa jika pemakai sistem informasi merasa bahwa menggunakan sistem tersebut mudah, maka tidak memerlukan usaha banyak untuk menggunakannya, sehingga lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal lain yang kemungkinan akan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan. Atas dasar uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian DeLone dan McLean (2003) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Negash *et al.* (2003) juga menyatakan bahwa semakin baik kualitas informasi maka semakin tinggi juga kepuasan pengguna sistem informasi. Semakin baik kualitas informasi, akan semakin tepat pula keputusan yang diambil. Apabila informasi yang dihasilkan tidak berkualitas, maka akan berpengaruh negatif pada kepuasan pemakai. Pengguna sistem informasi tentunya berharap bahwa dengan menggunakan sistem maka akan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Karakteristik informasi yang dihasilkan suatu sistem informasi tertentu, dapat berbeda dengan informasi dari sistem informasi yang lain. Sistem informasi yang mampu menghasilkan informasi yang tepat waktu, akurat, sesuai kebutuhan, dan relevan serta memenuhi kriteria dan ukuran lain tentang kualitas informasi, akan berpengaruh terhadap kepuasan pemakainya. Atas dasar uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Menurut Rust dan Lemon (2001), *e-service* memberikan kontribusi nilai pada konsumen, yaitu memberikan pengalaman belanja baru bagi konsumen. Pengalaman ini memberikan keunggulan dimana konsumen akan lebih menyukai membeli dan mengkonsumsi produk tersebut. *E-service* juga mengizinkan konsumen untuk memiliki kendali yang lebih besar dalam pembelian dan konsumsi, misalnya konsumen lebih bebas memilih produk, bebas dalam menentukan pengiriman produk. Teknologi baru menciptakan peluang pada personalisasi komunikasi, penawaran produk, pilihan pengiriman, serta layanan pendukung

setelah pembelian. Penelitian DeLone dan Mclean (2003) menunjukkan kualitas layanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Penelitian lainnya yang dilakukan Hsu *et al.* (2006) pada 120 responden yang melakukan belanja *online* menyatakan bahwa kualitas layanan *online* memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil yang sama juga dicapai oleh riset yang dilakukan oleh Kim *et al.*, (2009) dan Lee dan Lin (2005), menyatakan bahwa kualitas layanan *online* secara keseluruhan memengaruhi kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Literatur-literatur sebelumnya tentang pembentukan sikap juga menunjukkan bahwa anteseden terhadap kepuasan pengguna dipengaruhi oleh sifat-sifat individu. Ciri individual yang penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna adalah *self-efficacy*. *Self-efficacy* mengacu pada keyakinan seseorang dalam kemampuan untuk melakukan tugas tertentu. *Self-efficacy* tidak berkaitan dengan keterampilan seseorang tetapi dengan penilaian tentang apa yang dapat dilakukan dengan keterampilan apapun yang dimilikinya. Diduga seseorang yang memiliki *self-efficacy* tinggi dalam bidang tertentu akan melakukan upaya yang lebih besar dan menetapkan tujuan yang lebih tinggi untuk tugas-tugas di bidang itu, sedangkan yang memiliki *self-efficacy* rendah, menjadi sangat frustrasi ketika menggunakan situs *web*, dan tidak mau berusaha. *Self-efficacy*, dengan demikian, merupakan prediktor perilaku yang kuat. Atas dasar uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis keempat, kelima, dan keenam sebagai berikut:

H4: Hubungan kualitas sistem dan kepuasan pengguna antauser dengan *computer self-efficacy* tinggi dan user dengan *computer self-efficacy* rendah adalah berbeda.

H5: Hubungan kualitas informasi dan kepuasan pengguna antauser dengan *computer self-efficacy* tinggi dan user dengan *computer self-efficacy* rendah adalah berbeda.

H6: Hubungan kualitas layanan dan kepuasan pengguna antara user dengan *computer self-efficacy* tinggi dan user dengan *computer self-efficacy* rendah adalah berbeda.

Banyaknya penelitian mengenai kepuasan pengguna sistem informasi menghasilkan berbagai cara pengukuran dan indikator yang dapat menunjukkan hasil penelitian yang berbeda. Agar pemahaman penelitian tidak terlalu luas jangkauannya, maka penelitian ini dibatasi hanya mengukur tentang kepuasan pelanggan *online shopping* sebagai pengguna komputer yang berinteraksi langsung dengan sistem *website*. *Website* yang dijadikan obyek penelitian adalah *website* Toko X yang menjual produk *fashion*. Penelitian ini hanya menggunakan satu *website* yang telah dipilih oleh peneliti sebagai obyek penelitian, sehingga penelitian ini dapat disebut sebagai penelitian pada kasus *website* Toko X. Karakteristik *website* yang dipilih peneliti diharapkan mampu mewakili *website* lainnya yang sejenis.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan *website* Toko X. Sampel diambil secara random dari populasi dengan teknik *purposive sampling*, yakni dengan kriteria sampel yang melakukan transaksi terakhir pada *website* dalam jangka waktu dari awal bulan Desember 2013 sampai akhir Juli 2014. Jangka waktu ini dipilih dengan pertimbangan tren pembelanjaan masyarakat Indonesia umumnya meningkat pada saat mendekati hari raya besar di Indonesia seperti hari raya Idul Fitri dan Natal. Hari Raya Natal terdekat pada bulan Desember 2013 pada minggu terakhir dan Hari Raya Idul Fitri 2014 jatuh pada minggu awal bulan Agustus 2014. Akan tetapi, umumnya pembelanjaan terjadi sebulan sampai seminggu sebelum hari H. Pertimbangan inilah yang menjadi dasar keputusan pemilihan jangka waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari awal bulan Desember 2013 sampai akhir Juli 2014. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Peneliti menyiapkan kuesioner *online* kemudian menginformasikan kepada pemilik *website* Toko X untuk menyebarkan *link* kuesioner *online* tersebut ke *email* para pelanggan dengan kriteria yang telah ditentukan.

Kualitas sistem yang dimaksud adalah kualitas dari kombinasi *hardware* dan *software* dalam sistem informasi. Fokusnya adalah performa dari sistem, yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi yang menjadi kebutuhan pengguna (DeLone dan McLean, 2003). Kualitas sistem, dalam lingkungan internet, mengukur

karakteristik yang diinginkan dari sistem *e-commerce* yang dapat digambarkan dari fitur-fitur sistem. Terdapat 15 pernyataan yang digunakan untuk mengukur kualitas sistem yang dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, *ease of use* 5 pernyataan, *reliability* 5 pernyataan, dan *response time* 5 pernyataan.

Kualitas informasi merupakan kualitas keluaran yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan, menggambarkan konten *e-commerce* (DeLone dan McLean, 2003). Pengguna sistem informasi tentunya berharap bahwa dengan menggunakan sistem tersebut mereka akan memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Karakteristik informasi yang dihasilkan suatu sistem informasi tertentu, dapat saja berbeda dengan informasi dari sistem informasi yang lain. Semakin baik kualitas informasi, akan semakin tepat pula keputusan yang diambil. Terdapat 10 pernyataan yang digunakan untuk mengukur kualitas informasi yang dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, *completeness* 3 pernyataan, *understandability* 3 pernyataan, dan *relevancy* 4 pernyataan.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara harapan normatif pelanggan dan persepsi mereka terhadap kinerja layanan (Gorla *et al.*, 2010). Dalam penelitian ini, kinerja layanan adalah kinerja layanan yang dihasilkan atau diberikan oleh pemilik *website* kepada pelanggan *website*. Jadi, kualitas layanan yang dimaksud adalah sejauh mana persepsi pengguna aplikasi *website* atas kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia program tersebut. Terdapat 10 pernyataan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, *responsiveness* 3 pernyataan, *assurance* 4 pernyataan, dan *empathy* 3 pernyataan.

Kepuasan pengguna adalah keseluruhan evaluasi dari pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem informasi dan dampak potensial dari sistem informasi. Kepuasan pengguna mengukur tentang pendapat pelanggan mengenai sistem *e-commerce* dan mencakup seluruh siklus pengalaman pelanggan mulai dari pencarian informasi melalui pembelian, pembayaran, bukti penerimaan, dan layanan (DeLone dan McLean, 2003). Terdapat 7 pernyataan yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna yang dibagi menjadi beberapa bagian yaitu, *shopping enjoyment* 3 pernyataan, *repeat visits* 1 pernyataan,

repeat purchase 2 pernyataan, dan *user surveys* 1 item pernyataan.

Computer self-efficacy dimaksud sebagai keberhasilan yang dirasakan individu, kemampuan untuk menggunakan teknologi komputasi untuk melakukan tugas-tugas yang berkaitan dengan komputer tertentu, mengacu pada perasaan percaya diri dan kompetensi tentang penggunaan komputer (Eachus dan Cassidy, 2002). *Computer self-efficacy* menunjukkan penilaian individu terhadap kemampuan seseorang untuk menggunakan komputer di dalam situasi-situasi yang berbeda. Terdapat 12 pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur *computer self-efficacy*. Dalam penelitian ini, hipotesis 1, 2 dan 3 akan diuji menggunakan analisis regresi berganda. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan untuk hipotesis 4, 5 dan 6 akan diuji dengan metode subgroup. Sampel dengan tingkat *Computer Self-Efficacy (CSE)* rendah dan tinggi masing-masing diuji terpisah dengan analisis regresi berganda, kemudian membandingkan nilai beta dan *probability* antara dua subgroup. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pengaruh antara tingkat *Computer Self-Efficacy (CSE)* rendah dan tinggi dari hubungan antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

HASIL PENELITIAN

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *confirmatory factor analysis* dengan bantuan SPSS 16. Instrumen dikatakan valid jika pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam kuesioner mengelompok sesuai kelompoknya, dalam hal ini diwakili oleh kolom *component 1*. Pernyataan mana saja yang hanya masuk dalam satu kolom *component 1* (komponen utama) itulah yang dinyatakan valid. Untuk lebih jelasnya, hasil validitas dari pernyataan-pernyataan yang dipakai dalam kuesioner disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 15 pernyataan yang mewakili variabel kualitas sistem, terdapat dua pernyataan yang dinyatakan tidak valid yakni RB4 dan RT1, sedangkan 13 pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas untuk Kualitas Sistem

Pernyataan	Component 1	Component 2	Hasil
<i>Ease of Use1</i>	0.702		Valid
<i>Ease of Use2</i>	0.805		Valid
<i>Ease of Use3</i>	0.886		Valid
<i>Ease of Use4</i>	0.853		Valid
<i>Ease of Use5</i>	0.813		Valid
<i>Reliability1</i>	0.785		Valid
<i>Reliability2</i>	0.806		Valid
<i>Reliability3</i>	0.825		Valid
<i>Reliability4</i>		0.681	Tidak Valid
<i>Reliability5</i>	0.754		Valid
Response Time1		0.738	Tidak Valid
<i>Response Time2</i>	0.780		Valid
<i>Response Time3</i>	0.817		Valid
<i>Response Time4</i>	0.812		Valid
<i>Response Time5</i>	0.711		Valid

Tabel 2
Hasil Uji Validitas untuk Kualitas Informasi

Pernyataan	Component 1	Component 2	Hasil
<i>Completeness1</i>	0.723		Valid
<i>Completeness2</i>	0.812		Valid
<i>Completeness3</i>	0.790		Valid
<i>Understandbility1</i>	0.773		Valid
<i>Understandbility2</i>	0.770		Valid
<i>Understandbility3</i>	0.826		Valid
<i>Relevancy1</i>	0.837		Valid
<i>Relevancy2</i>	0.839		Valid
<i>Relevancy3</i>	0.772		Valid
<i>Relevancy4</i>	0.796		Valid

Tabel 2 memperlihatkan bahwa seluruh pernyataan yang mewakili variabel kualitas informasi dinyatakan valid.

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari 10 pernyataan yang mewakili variabel kualitas layanan, terdapat dua pernyataan yang dinyatakan tidak valid yakni AS1 dan AS2, sedangkan 8 pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Tabel 4 memperlihatkan bahwa semua pernyataan yang mewakili variabel kepuasan pengguna

dinyatakan valid.

Tabel 5 menunjukkan bahwa dari pada 12 pernyataan yang mewakili variabel *computer self-efficacy*, hanya terdapat satu pernyataan yang dinyatakan tidak valid yakni CSE12, sedangkan 11 pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Uji reliabilitas juga dilakukan pada semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pernyataan dan indikator yang dinyatakan valid diukur reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Validitas untuk Kualitas Layanan

Pernyataan	Component 1	Component 2	Hasil
<i>Responsiveness1</i>	0.746		Valid
<i>Responsiveness2</i>	0.791		Valid
<i>Responsiveness3</i>	0.783		Valid
<i>Assurance1</i>	0.599	0.688	Tidak Valid
<i>Assurance2</i>	0.591	0.684	Tidak Valid
<i>Assurance3</i>	0.798		Valid
<i>Assurance4</i>	0.831		Valid
<i>Empathy1</i>	0.802		Valid
<i>Empathy2</i>	0.788		Valid
<i>Empathy3</i>	0.758		Valid

Tabel 4
Hasil Uji Validitas untuk Kepuasan Pengguna

Pernyataan	Component 1	Component 2	Hasil
<i>Shopping Enjoyment1</i>	0.828		Valid
<i>Shopping Enjoyment2</i>	0.761		Valid
<i>Shopping Enjoyment3</i>	0.710		Valid
<i>Repeat Visits1</i>	0.901		Valid
<i>Repeat Purchase1</i>	0.855		Valid
<i>Repeat Purchase2</i>	0.891		Valid
<i>User Surveys1</i>	0.846		Valid

Tabel 5
Hasil Uji Validitas untuk Computer Self-Efficacy

Pernyataan	Component 1	Component 2	Hasil
<i>Computer Self-Efficacy1</i>	0.851		Valid
<i>Computer Self-Efficacy2</i>	0.849		Valid
<i>Computer Self-Efficacy3</i>	0.824		Valid
<i>Computer Self-Efficacy4</i>	0.754		Valid
<i>Computer Self-Efficacy5</i>	0.841		Valid
<i>Computer Self-Efficacy6</i>	0.886		Valid
<i>Computer Self-Efficacy7</i>	0.843		Valid
<i>Computer Self-Efficacy8</i>	0.813		Valid
<i>Computer Self-Efficacy9</i>	0.812		Valid
<i>Computer Self-Efficacy10</i>	0.841		Valid
<i>Computer Self-Efficacy11</i>	0.884		Valid
<i>Computer Self-Efficacy12</i>	0.734	0.511	Tidak Valid

atau keandalannya. Reliabilitas ditentukan berdasarkan nilai *cronbach's alpha* yang menunjukkan konsistensi dalam merespon keseluruhan item yang mewakili pengukuran suatu variabel. Jika nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 maka data penelitian dianggap cukup *reliable* digunakan sebagai input dalam analisis pengujian hipotesis. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki *cronbach's alpha* di atas 0,80, berarti memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian hipotesis melalui dua tahap, yakni hipotesis pertama, kedua, dan ketiga diuji menggunakan metode analisis regresi berganda serta hipotesis keempat, kelima, dan keenam diuji dengan membagi data dalam dua *subgroups*, kemudian masing-masing *subgroups* diolah kembali menggunakan analisis regresi berganda untuk membandingkan hasil dari kedua *subgroups* tersebut. Hasil pengujian analisis berganda untuk data sebelum dibagi menjadi dua *subgroups* tampak pada Tabel 7.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Hasil
Kualitas Sistem	0.952	13	Reliable
Kualitas Informasi	0.934	10	Reliable
Kualitas Layanan	0.919	8	Reliable
Kepuasan Pengguna	0.920	7	Reliable
Computer Self-Efficacy	0.957	11	Reliable

Tabel 7
Hasil Pengujian Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. atau p-value	Hipotesis	
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-.061	.112		-.549	.584		
1	KS	.225	.087	.193	2.573	.011	Didukung
	KI	.250	.094	.208	2.654	.009	Didukung
	KL	.563	.061	.542	9.173	.000	Didukung
N				155			
<i>F-stat (p-value)</i>				133.214 (0.000)			
<i>Adjusted R²</i>				0.726			

Dependent Variable: KP

Pada tahap kedua ini, data dibagi menjadi dua *subgroups*. Pembagian *subgroups* ini berdasarkan nilai rata-rata data yang diperoleh untuk masing-masing pernyataan dari variabel *computer self-efficacy* (CSE). Data yang berada di bawah nilai rata-rata CSE masuk sebagai *subgroups* A, yakni responden yang dianggap memiliki tingkat CSE tinggi. Sedangkan data yang be-

rada di atas rata-rata CSE masuk sebagai *subgroups* B, yakni responden yang memiliki dianggap tingkat CSE rendah. Kemudian data dari kedua *subgroups* masing-masing diolah menggunakan analisis regresi berganda. Nilai dari *p-value* dan beta masing-masing variabel pada *subgroups* A dibandingkan dengan *p-value* dan beta masing-masing variabel pada *subgroups* B.

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Berganda Subgroups A

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. atau p-value	Hipotesis	
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.141	.156		.908	.366	
	KS	.259	.103	.232	2.523	.013	Didukung
	KI	.097	.120	.080	.803	.424	Tidak Didukung
	KL	.547	.077	.561	7.077	.000	Didukung

Dependent Variable: KP

Tabel 9
Hasil Analisis Regresi Berganda Subgroups B

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. atau p-value	Hipotesis	
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.131	.220		.595	.555	
	KS	.068	.158	.062	.430	.669	Tidak Didukung
	KI	.394	.151	.364	2.599	.013	Didukung
	KL	.534	.102	.534	5.242	.000	Didukung

PEMBAHASAN

Hasil riset Kim *et al.*, (2008) dan Lee dan Lin (2005), menyatakan bahwa kualitas layanan *online* secara keseluruhan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Simpulannya didukung dengan bukti empiris dari hasil penelitian ini. Pada Tabel 7, hasil tingkat signifikansi atau masing-masing variabel dibandingkan dengan $\alpha=0.050$. Variabel kualitas sistem (KS) memiliki *p-value* $0.011 < \alpha 0.050$, variabel kualitas informasi (KI)

memiliki *p-value* $0.009 < \alpha 0.050$, variabel kualitas layanan (KL) memiliki *p-value* $0.000 < \alpha 0.050$. Hal ini berarti kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Negash *et al.* (2003) menyatakan bahwa semakin baik kualitas informasi maka semakin tinggi juga kepuasan pengguna sistem informasi. Semakin baik kualitas sistem maka semakin tinggi juga kepuasan pengguna sistem informasi yang dijadikan indikator

efektivitas *web-based customer*. Penelitian Hsu (2006) pada 120 responden yang melakukan belanja *online* menyatakan bahwa kualitas layanan *online* memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Simpulannya didukung dengan bukti empiris dari hasil penelitian ini. Berdasarkan Tabel 7, dibuat persamaan regresi estimasi berikut:

$$KP = -0.061 + 0.225KS + 0.250KI + 0.563KL$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien konstanta (b_0) -0.061. Hal ini menyatakan apabila kualitas sistem (KS), kualitas informasi (KI), dan kualitas layanan (KL) sama dengan nol, maka tingkat kepuasan pengguna (KP) sama dengan minus 6,1% atau dengan kata lain tingkat ketidakpuasan pelanggan sebesar 6,1%. Nilai koefisien $b_1 = 0.225$ berarti apabila kualitas sistem (KS) naik sebesar 1% sementara variabel independen yang lainnya tetap, maka kepuasan pengguna (KP) akan mengalami peningkatan sebesar 22,5% dan sebaliknya, apabila kualitas sistem (KS) turun sebesar 1% sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pengguna (KP) akan mengalami penurunan sebesar 22,5%. Nilai koefisien b_1 yang bernilai positif ini sejalan dengan penelitian yang terdahulu yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas sistem maka semakin tinggi juga kepuasan pengguna sistem informasi (Negash *et al.*, 2002).

Nilai koefisien $b_2 = 0.250$ berarti apabila kualitas informasi (KI) naik sebesar 1% sementara variabel independen yang lainnya tetap, maka kepuasan pengguna (KP) akan mengalami peningkatan sebesar 25% dan sebaliknya, apabila kualitas informasi (KI) turun sebesar 1% sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pengguna (KP) akan mengalami penurunan sebesar 25%. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi berhubungan positif dengan kepuasan pengguna akhir sistem informasi. Semakin baik kualitas informasi, akan semakin tepat pula keputusan yang diambil. Sebaliknya, apabila informasi yang dihasilkan tidak berkualitas, maka akan berpengaruh negatif pada kepuasan pemakai.

Nilai koefisien $b_3 = 0.563$ berarti apabila kualitas layanan (KL) naik sebesar 1% sementara variabel independen yang lainnya tetap, maka kepuasan pengguna (KP) akan mengalami peningkatan sebesar 56,3% dan sebaliknya, apabila kualitas layanan (KL) turun sebesar 1% sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pengguna (KP) akan mengalami penurunan

sebesar 56,3%. Nilai positif koefisien b_3 mendukung penelitian lainnya yang dilakukan Hsu (2006) pada 120 responden yang melakukan belanja *online* menyatakan bahwa kualitas layanan *online* memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji F ($F\text{-stat} = 133.214$) menunjukkan *p-value* 0.000, nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.050, jadi dapat diartikan variabel kualitas sistem (KS), kualitas informasi (KI) dan kualitas layanan (KL) memengaruhi variabel kepuasan pengguna (KP) secara bersama-sama. *Adjusted R²* menunjukkan nilai 0.726, artinya variasi kepuasan pengguna (KP) yang dapat dijelaskan oleh kualitas sistem (KS), kualitas informasi (KI) dan kualitas layanan (KL) adalah 72,6%. Sisanya sebesar 27,4% variasi kepuasan pengguna (KP) dijelaskan oleh variabel lain selain kualitas sistem (KS), kualitas informasi (KI) dan kualitas layanan (KL).

DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kesuksesan sistem informasi dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan. Ketiga hal ini merupakan prediktor yang signifikan bagi kepuasan pengguna. Hasil berbeda terdapat dalam penelitian Negash *et al.* (2003) yang menggunakan *user satisfaction* sebagai indikasi dari penilaian efektivitas *web-based customer support systems*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hanya kualitas informasi dan kualitas sistem yang mempengaruhi efektivitas *web-based customer support systems* secara signifikan, sedangkan kualitas layanan tidak mempengaruhi secara signifikan.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat dijelaskan salah satunya dengan *computer self-efficacy* sebagai variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini didukung dengan adanya bukti empiris dari penelitian ini. Berdasar Tabel 8 dan Tabel 9 dapat dibandingkan hasilnya bahwa pada *subgroups* A nilai *p-value* kualitas sistem (KS) 0.013 lebih kecil dari $\alpha = 0.050$. Ini berarti kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan pada *subgroups* B nilai *p-value* kualitas sistem (KS) 0.669 lebih besar dari $\alpha = 0.050$. Ini berarti kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Pada *subgroups* A nilai *p-value* kualitas informasi (KI) 0.424 lebih besar dari $\alpha = 0.050$. Ini berarti kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan pada *subgroups* B nilai *p-value* kualitas informasi (KI) 0.013 lebih kecil dari $\alpha = 0.050$. Ini berarti kualitas informasi

berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa *computer self-efficacy* (CSE) dapat memoderasi secara penuh hubungan kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan. Didukung pula dengan nilai beta kualitas sistem (KS) dan kualitas informasi (KI) pada subgroups A dan subgroups B berbeda jauh.

Kualitas layanan (KL) baik pada *subgroups* A maupun *subgroups* B sama-sama menunjukkan *p-value* 0.000, nilai ini lebih kecil dari $\alpha = 0.050$, berarti kualitas layanan (KL) baik pada subgroups A maupun subgroups B sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (KP). Namun, nilai beta kualitas layanan (KL) pada subgroups A 0.561 sedangkan pada subgroups B 0.534. Hasil ini menunjukkan bahwa *computer self-efficacy* (CSE) dapat memoderasi hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan namun tidak secara penuh, pengaruh moderasinya relatif hanya sedikit.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka ditarik simpulan sebagai berikut 1) kualitas sistem terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Semakin baik kualitas sistem maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pengguna sistem informasi; 2) kualitas informasi terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Semakin baik kualitas informasi, akan semakin tepat pula keputusan yang diambil. Apabila informasi yang dihasilkan tidak berkualitas, maka akan berpengaruh negatif pada kepuasan pemakai. Sistem informasi yang mampu menghasilkan informasi yang lengkap, mudah dimengerti, sesuai kebutuhan, dan relevan serta memenuhi kriteria dan ukuran lain tentang kualitas informasi, akan berpengaruh terhadap kepuasan penggunanya; 3) kualitas layanan terbukti signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. *E-service* memberikan kontribusi nilai pada konsumen. Kualitas layanan *online* secara keseluruhan mampu meningkatkan kepuasan pengguna sistem informasi; 4) *Computer self-efficacy* terbukti secara signifikan mampu memoderasi hubungan antara kepuasan pengguna

sistem informasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, yakni kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Tingkat kepuasan pengguna sistem informasi berbeda antara orang yang dikategorikan memiliki *computer self-efficacy* tinggi dan yang dikategorikan memiliki *computer self-efficacy* rendah; 5) kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pengguna sistem informasi sebesar 72,6%. Sisanya sebesar 27,4% variasi kepuasan pengguna dijelaskan oleh variabel lain selain kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu kasus yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada *website fashion*, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan untuk *website* lainnya; oleh karena relatif sulit untuk menjalin komunikasi dan kerjasama dengan para pemilik *website*, maka sampel yang diperoleh hanya para pelanggan yang diambil dari satu *website* saja; periode yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini dapat dipisahkan menjadi periode *peak season* dan *off season*, namun rancangan kuesioner tidak mampu untuk memisahkan sampel yang berada pada *peak season* dan *off season* sehingga tidak dapat melakukan pembahasan yang lebih mendalam. Untuk penelitian selanjutnya, hal yang dapat dikembangkan dan diperbaiki dari penelitian ini, yakni 1) menggunakan kasus dari berbagai jenis *website* yang berbeda, agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan lebih mendekati situasi yang sebenarnya dalam dunia industri; 2) mengambil sampel dari beberapa *website* dari masing-masing jenis *website*, agar dapat disimpulkan sebuah standar kepuasan pengguna yang menjadi tolok ukur pertimbangan untuk rancangan segala *website*; 3) pemisahan sampel pada periode *peak season* dan *off season* memberikan data yang dapat digunakan untuk penambahan variabel aspek profit perusahaan sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai manfaat dan biaya investasi di bidang sistem informasi akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. E., and S. S. Srinivasan. 2003. "E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework". *Psychology & Marketing* 20 (2):123-138.
- Bharati, P., and A. Chaudhury. 2006. "Product Customization on the Web: An Empirical Study of Factors Impacting Choiceboard User Satisfaction". *Information Resources Management Journal*, 19 (2):69-81.
- DeLone, and McLean. 2003. "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update". *Journal of Management Information Systems/Spring*, 19 (4):9-30.
- Eachus, P., and S. Cassidy. 2006. *Development of the Web Users Self-Efficacy Scale. Informing Science and Information Technology* 3.
- Gorla, N., T. M. Somers, and B. Wong. 2010. "Organizational Impact of System Quality, Information Quality and Service Quality". *Journal of Strategic Information Systems* 19: 207-228.
- Hsu, M. H., C. H. Yen, C. M. Chiu, and C. M. Chang. 2006. "A Longitudinal Investigation of Continued Online Shopping Behavior: An Extension of The Theory of Planned Behavior". *International Journal of Human-Computer Studies* 64 (9):889-904.
- Kamis, Arnold, M. Koufaris, and T. Stern. 2008. "Using An Attribute-Based Decision Support System for User-Customized Products Online: An Experimental Investigation". *MIS Quarterly*, 32:159-177.
- Kim, J., B. Jin, and J. L. Swinney. 2009. "The Role of Etail Quality, E-satisfaction and E-trust in Online Loyalty Development Process". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16 (4):239-247.
- Lee, G. G., and H. F. Lin. 2005. "Customer Perceptions of E-service Quality in Online Shopping". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33:161-176.
- Negash, S., T. Ryan, and M. Igbaria. 2003. "Quality and Effectiveness in Web-based Customer Support Systems". *Information & Management*, 40 (2003):757-768.
- Rust, R. T., and K. N. Lemon. 2001. "E-Service and the Consumer". *International Journal of Electronic Commerce*, 5 (3):85-101.

INDEKS SUBYEK JURNAL EKONOMI & BISNIS

A

ACFTA 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35

B

brand image 19, 25, 26

C

CAR 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

collateralizable asset 1

computer self-efficacy 47, 50, 51, 52, 53, 55, 56, 57,
58, 59

E

earnings management 1, 10

F

financial ratio analysis 27

I

information system 47, 60

L

leverage 1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 34

loyalty 19, 25, 26, 37

M

managerial ownership 1

member's loyalty 37

mudharaba financing 11

O

organization experience 37

P

political career's planning 37

pre-training motivation 37

profit growth 27

R

retention 19, 25

ROA 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

S

satisfaction 19, 25, 26

service quality 47

Sobel test 11, 14, 16

system quality 47, 60

T

third-party funds 11

trainer's reputation 37

U

understandability of training's material 37

Vol. 9, No. 1, Maret 2015

ISSN: 1978-3116

JURNAL
EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

INDEKS PENGARANG JURNAL EKONOMI & BISNIS

D

Dedy Hartanto 1

B

Bianka Andriyani 37

I

Irene Alfa Erawaty 47

Irman Firmansyah 11

R

R. Yefta Sukmana 19

Rr. Prima Dita Hapsari 27

Y

Yeterina Widi Nugrahanti 1

PEDOMAN PENULISAN JURNAL EKONOMI & BISNIS

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.