JURNAL EKONOMI & BISNIS

VOL. 7, NO. 3, NOVEMBER 2013: 149-212

VOL. 7, NO. 3, NOVEMBER 2013 ISSN: 1978 - 3116

JURNAL EKONOMI & BISNIS JEB

ANTESEDEN PERILAKU BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN: STUDI PERILAKU KONSUMEN MAKANAN ORGANIK

Tony Wijaya

SOCIAL DISCLOSURE PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA

Irman Firmansyah

ANALISIS FAKTOR KELEMBAGAAN BERBASIS KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA INDUSTRI KREATIF KERAJINAN RAMBUT PURBALINGGA

Agus Arifin dan Rakhmat Priyono

PENGARUH PENDAPATAN PER KAPITA, *ECONOMIC GROWTH RATE, ECONOMIC STRUCTURE*, DAN *TAX RATE* TERHADAP *TAX RATIO* PADA NEGARA-NEGARA *ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT*

Danny Wibowo

PENGARUH *POWER* TERHADAP MOTIVASI DAN PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA YANG DIMODERASI OLEH KEPRIBADIAN

Aji Irawan

PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL YANG DIMODERASI OLEH KOMITMEN ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA PADA SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH KABUPATEN HALMAHERA UTARA PROVINSI MALUKU UTARA

Alfred Labi

Rp7.500,-

JEB	VOL. 7	NO. 3	Hal. 149-212	NOVEMBER 2013	ISSN: 1978 - 3116

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

EDITOR IN CHIEF
Djoko Susanto
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Dody Hapsoro
STIE YKPN Yogyakarta

I Putu Sugiartha Sanjaya
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dorethea Wahyu Ariani
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jaka Sriyana
Universitas Islam Yogyakarta

MANAGING EDITOR
Baldric Siregar
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL SECRETARY
Rudy Badrudin
STIE YKPN Yogyakarta

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

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

Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB) terbit sejak tahun 2007. JEB merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN) Yogyakarta. Penerbitan JEB dimaksudkan sebagai media penuangan 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).

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

DAFTAR ISI

ANTESEDEN PERILAKU BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN: STUDI PERILAKU KONSUMEN MAKANAN ORGANIK
Tony Wijaya
149-161

***SOCIAL DISCLOSURE* PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA**
Irman Firmansyah
163-172

ANALISIS FAKTOR KELEMBAGAAN BERBASIS KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA INDUSTRI KREATIF KERAJINAN RAMBUT PURBALINGGA
Agus Arifin dan Rakhmat Priyono
173-179

PENGARUH PENDAPATAN PER KAPITA, *ECONOMIC GROWTH RATE*, *ECONOMIC STRUCTURE*, DAN *TAX RATE* TERHADAP *TAX RATIO* PADA NEGARA-NEGARA *ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT*
Danny Wibowo
181-188

PENGARUH *POWER* TERHADAP MOTIVASI DAN PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA YANG DIMODERASI OLEH KEPRIBADIAN
Aji Irawan
189-200

PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL YANG DIMODERASI OLEH KOMITMEN ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA PADA SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH KABUPATEN HALMAHERA UTARA PROVINSI MALUKU UTARA
Alfred Labi
201-212

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

MITRA BESTARI
JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

Editorial JEB menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada MITRA BESTARI yang telah menelaah naskah sesuai dengan bidangnya. Berikut ini adalah nama dan asal institusi MITRA BESTARI yang telah melakukan telaah terhadap naskah yang masuk ke editorial JEB Vol. 7, No. 1, Maret 2013; Vol. 7, No. 2, Juli 2013; dan Vol. 7, No. 3, Nopember 2013.

Andreas Lako
Universitas Katholik Soegijapranata

Agus Suman
Universitas Brawijaya

Akhmad Makhfatih
Universitas Gadjah Mada

Catur Sugiyanto
Universitas Gadjah Mada

FX. Sugiyanto
Universitas Diponegoro

HM. Wahyuddin
Universitas Muhammadiyah Surakarta

J. Sukmawati Sukamulja
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Lincolin Arsyad
Universitas Gadjah Mada

Mahmudah Enny W., M.Si.
Universitas Bhayangkara Surabaya

R. Maryatmo
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Wasiaturrahma
Universitas Airlangga

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3 November 2013
Hal. 149-161

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

ANTESEDEN PERILAKU BELI PRODUK RAMAH LINGKUNGAN: STUDI PERILAKU KONSUMEN MAKANAN ORGANIK

Tony Wijaya
E-mail: tonypascamm@yahoo.com

ABSTRACT

The issue of safe food has increased public awareness of the environmental crisis that requires everyone to have a healthy life and tend to naturally. Environmental problems occurred in Indonesia so far show that there is a tendency of environmental quality degradation. Understanding of factors whose role is to explain buying behavior of organic food is expected to be able to reduce environmental degradation. This research aims to examine a model which presents effects of attitude toward organic food, of subjective norm, of purchase behavioral control, and of purchase intention toward purchase behavior of organic food. Data collection method of this research used questionnaire, which was arranged through an exploration study. The sample of this research were housewifes as last consumers from Yogyakarta, Jakarta, and Surabaya. The result of this research proves that attitude toward buying organic food, subjective norm, and purchase behavioral control significantly give positive effect for purchase intention toward organic food. Purchase behavioral control give positive effect but not significant for purchase behavior toward organic food. Purchase intention toward organic food significantly give positive effect for purchase behavior toward organic food.

Keywords: organic food, attitude toward, subjective norm, purchase behavioral control, purchase intention, purchase behavior

JEL classification: M31

PENDAHULUAN

Pola hidup sehat dengan slogan *back to nature* telah menjadi tren masyarakat dunia. Gerakan ini didasari bahwa segala sesuatu yang berasal dari alam adalah baik dan berguna serta menjamin adanya keseimbangan antara manusia dan alam (Chan, 2001). Manusia semakin menyadari bahwa penggunaan bahan-bahan kimia non alami seperti pestisida kimia dalam produksi pertanian menimbulkan efek negatif terhadap kesehatan manusia dan lingkungan. Sebagai contoh, berdasarkan hasil pemeriksaan sampel *cholonesterase* (uji petik darah) tahun 2006 oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Magelang, diketahui tingkat pencemaran pestisida pada tanah di Kabupaten Magelang telah mencapai 99,8% yang akan menyebabkan produk pertanian terkontaminasi bahan kimia yang merugikan kesehatan (Wawasan, 2009).

Studi terhadap 266 anak di Bronx Selatan dan Utara Manhattan New York Amerika Serikat menemukan adanya konsentrasi tinggi pestisida dalam darah -lebih tinggi 6,17 pg/gram- yang memicu penurunan pengembangan psikomotorik dan skor pengembangan mental pada anak usia tiga tahun. Penelitian University of Montreal di Quebec menunjukkan bahwa paparan pestisida yang digunakan pada makanan anak-anak seperti stroberi segar, seledri bisa meningkatkan risiko *Attention Deficit Hyperactivity Disorder* (ADHD) pada anak. Para ilmuwan di AS dan Kanada menemukan bahwa anak-anak dengan tingkat residu pestisida yang tinggi dalam urin mereka, rentan mengalami ADHD. ADHD adalah gangguan

perkembangan dalam peningkatan aktifitas motorik anak-anak. Gangguan ini berdampak pada masalah mental seperti cara berpikir, bertindak, dan merasa. Anak-anak yang mengalaminya akan bermasalah dengan konsentrasi dan pemusatan pikiran. Menurut kajian National Academy of Sciences pada tahun 2008, 28% sampel blueberry beku, 25% sampel stroberi segar, dan 19% sampel seledri mengandung residu pestisida. Paparan pestisida kebanyakan berasal dari buah-buahan dan sayuran segar sehingga ahli kesehatan menganjurkan untuk mengkonsumsi makanan organik (Noorastuti & Astuti, 2010).

Berbagai literatur kesehatan sebagian besar selalu menyarankan untuk mengkonsumsi makanan yang segar dan alami. Makanan yang baik adalah semua makanan segar yang memenuhi kebutuhan gizi tubuh, yaitu makanan yang mengandung unsur-unsur hidrat arang, protein, lemak, vitamin, mineral, air, dan zat-zat penting lainnya seperti serat, enzim, dan antioksidan. Makanan yang terkontaminasi oleh pestisida akan meninggalkan residu berbahaya yang terus menumpuk di dalam tubuh manusia. **Tren** mengkonsumsi makanan organik memang mulai meningkat seiring dengan kesadaran terhadap betapa pentingnya faktor makanan bagi kesehatan.

Pembelian makanan organik di Indonesia masih tergolong rendah. Hasil survey penelitian YLKI (2012) dengan 609 responden beberapa wilayah di Jakarta menunjukan konsumen yang mengonsumsi beras organik sebesar 24%, mengkonsumsi buah-buahan sebesar 17%, dan dalam bentuk bumbu-bumbu sebesar 3%. Konsumen tidak membeli makanan organik dengan alasan di antaranya harga yang mahal, keterjangkauan, dan akses tempat yang masih sangat sulit. Sementara 34% lainnya (205 orang) tidak mengetahui tentang pangan organik. Berdasarkan penelaahan penelitian konsumsi organik oleh YLKI menunjukkan masih rendahnya konsumsi pangan organik di Indonesia. Masalah akses dan keterjangkauan masih menjadi persoalan utama konsumen jika ingin mendapatkan produk pangan organik. Minimnya informasi, terkait tempat penjualan dengan harga yang terjangkau merupakan salah satu masalah yang harus dicarikan jalan keluarnya. Selama ini sebagian besar konsumen membeli produk pangan organik di ritel modern. Sedikitnya konsumen yang mencari produk di pasar tradisional, mungkin terkait dengan minimnya tempat tersebut yang menyediakan produk pangan organik. Pemahaman faktor-faktor yang berperan menjelaskan perilaku membeli makanan organik diharapkan mampu mengurangi degradasi lingkungan melalui aspek konsumsi yang ramah lingkungan. Perilaku beli makanan organik dapat dijadikan sebagai sasaran dalam mengarahkan konsumsi yang ramah lingkungan serta perbaikan mutu hidup. Pentingnya pemahaman perilaku beli makanan organik dari sisi konsumen antaralain alasan kesehatan, kualitas hidup maupun alasan mengurangi degradasi lingkungan (Tsakiridou, 2008). Pemerintah perlu mengambil bagian dalam hal ini sebagai bagian dari regulasi dalam mengawasi produksi yang ramah lingkungan. Sosialisasi pengembangan pangan organik juga menjadi salah satu program depertemen pertanian yaitu *go organic 2010* yang dilanjutkan dengan *go organic 2014*. Pangan organik sebagai produk yang ramah lingkungan merupakan salah satu upaya mengurangi degradasi kualitas lingkungan.

Beberapa studi perilaku konsumen berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan bagi perilaku konsumen makanan organik Studi-studi tersebut mencoba mengeksplorasi variabel-variabel yang menjadi anteseden bagi perilaku pembelian makanan organik. Beberapa temuan dalam penelitian perilaku konsumen makanan organik menegaskan adanya variabel anteseden terhadap perilaku pembelian makanan organik yaitu sikap konsumen (Aertsens *et al.*, 2009; Gracia & Magistris, 2007; Lodorfos & Dennis, 2008; Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Wijaya & Hidayat, 2011), norma subjektif (Aertsens *et al.*, 2009; Lodorfos & Dennis, 2008; Sampson, 2009), kontrol perilaku (Aertsens *et al*., 2009; Lodorfos & Dennis, 2008; Tarkiainen & Sundqvist, 2005; Wijaya & Hidayat, 2011). Perilaku menjaga kualitas lingkungan hidup sangat bergantung pada tingkat pengetahuan, sikap, dan nilai yang ada pada konsumen sebagai umat manusia (Chen & Chai, 2010).

Studi perilaku konsumen yang berkaitan dengan makanan organik telah dilakukan di beberapa negara maju seperti Swiss, Inggris, dan beberapa negara Asia maju lainnya. Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki karakteristik konsumen yang berbeda khususnya dalam sikap, gaya hidup, budaya dan nilai sehingga perlu dikaji lebih lanjut. Pertimbangan lainnya, prediksi suatu model dimungkinkan bervariasi pada

kondisi dan budaya (Bagozzi *et al*., 2000) dan perilaku pembelian maupun konsumsi (Hempel & Jain, 2001). Studi ini dilengkapi desain penelitian eksplorasi yaitu wawancara dan *focus group discussion* sehingga menghasilkan amatan dan pengukuran yang lebih kontekstual sesuai karakteristik konsumen Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari variabel prediktor yang diteliti terhadap perilaku beli makanan organik sesuai dengan konteks konsumen Indonesia.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Banyak penelitian yang membuktikan bahwa perilaku berkaitan dengan sikap, bahkan dapat diprediksi dari sikap. Perhatian utama dalam *theory of planned behavior* atau teori perilaku terencana adalah pada intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku karena intensi merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Intensi dipengaruhi oleh tiga determinan dasar yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Model dalam penelitian ini mengacu pada model dasar teori perilaku terencana. Dalam perkembangan selanjutnya ditemukan bahwa prediksi perilaku itu dapat jauh lebih akurat apabila ukuran sikap bersifat spesifik, bukannya umum. Aspek-aspek yang terdapat dalam model perilaku terancana perlu dieksplorasi sesuai konteks yang diteliti. Menurut Ajzen (2005) perilaku individu bersifat kontinum dari kemampuan kontrol yang kecil yang kecil hingga kontrol yang besar.

Beberapa temuan dalam penelitian perilaku konsumen mendukung adanya pengaruh sikap terhadap perilaku terhadap intensi beli makanan organik (Gracia & Magistris, 2007; Wijaya & Hidayat, 2011). Para peneliti melakukan penelitian sikap untuk memperoleh kepastian peran sikap dalam menjelaskan perilaku secara akurat. Terbentuknya intensi dapat diterangkan dengan teori perilaku terencana yang mengasumsikan manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku. Sikap berperilaku merupakan dasar bagi pembentukan intensi. Pada sikap terhadap perilaku terdapat dua aspek pokok, yaitu keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan merupakan aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan.

Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya. Evaluasi berakibat pada perilaku penilaian yang diberikan individu terhadap setiap akibat atau hasil yang diperoleh oleh individu. Evaluasi atau penilaian individu dapat bersifat menguntungkan atau merugikan saat menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu. Semakin tinggi skor sikap terhadap makanan organik maka semakin tinggi intensi beli makanan organik.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara sikap membeli makanan organik dan intensi beli makanan organik (Aertsens *et al*., 2009; Gracia & Magistris, 2007; Wijaya & Hidayat, 2011; Suprapto & Wijaya, 2012). Studi meta-analisis menunjukkan adanya hubungan sikap membeli makanan organik dengan intensi beli sebesar 0,497. Peneliti dalam studi pendahuluan menemukan secara operasional, evaluasi dan keyakinan konsumen dalam membeli makanan organik berdasarkan pada kesehatan, keamanan, kealamian, kesegaran, dan respon negatif yaitu tidak tahan lama atau gangguan serangga (Wijaya, 2013). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Sikap membeli makanan organik berpengaruh positif terhadap intensi beli makanan organik

Peran norma subjektif terhadap intensi menggunakan istilah *motivation to comply* untuk menggambarkan fenomena berikut ini, yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Semakin tinggi motivasi individu mematuhi pandangan ataupun peranan orang lain dalam membeli makanan organik maka semakin tinggi intensi untuk membeli makanan organik. Engel *et al*, (2005) mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor–faktor sosial yaitu faktor-faktor disekitar yang berperan sebagai fungsi sosial bagi konsumen seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status. Kelompok acuan mempunyai pengaruh kuat atas pilihan produk dan pilihan merek bagi konsumen karena merupakan model dalam berperilaku. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam

masyarakat dan menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian karena paling dekat dengan individu terutama di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara norma subjektif dan intensi beli makanan organik (Aertsens *et al*., 2009; Sampson, 2009; Wijaya & Hidayat, 2011). Studi meta-analisis menunjukkan adanya hubungan norma subjektif dengan intensi beli sebesar 0,325. Peneliti dalam studi pendahuluan menemukan secara operasional norma subjektif yang berperan bagi konsumen untuk membeli makanan organik yaitu teman atau rekan kerja, dan kerabat (Wijaya, 2013). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan daam penelitian ini adalah:

H2: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap intensi beli makanan organik.

Selain sikap dan norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan merupakan kondisi dimana individu percaya bahwa suatu perilaku mudah atau sulit untuk dilakukan. Ini mencakup juga pengalaman masa lalu di samping rintangan-rintangan yang ada yang dipertimbangkan oleh individu tersebut. Kontrol keperilakuan sangat memperhatikan beberapa kendala realistis yang mungkin ada. Kekuatan kontrol perilaku tergantung pada keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya maupun kesempatan untuk berperilaku. Semakin banyak sumber daya dan kesempatan yang diyakini mampu dikendalikan oleh individu maka semakin tinggi intensi untuk berperilaku.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara kontrol perilaku dan intensi beli makanan organik (Aertsens *et al*., 2009; Wijaya & Hidayat, 2011; Suprapto & Wijaya, 2012). Untuk menampilkan niat membeli makanan organik, konsumen mempertimbangkan faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit konsumen membeli makanan organik seperti ketersediaan di pasar, harga makanan, aspek keuangan konsumen, dan adanya informasi keaslian produk (Wijaya, 2013). Studi meta-analisis menunjukkan adanya hubungan kontrol perilaku dengan intensi beli sebesar 0,512. Semakin tinggi keyakinan individu untuk mengendalikan faktor-faktor kontrol perilaku maka semakin tinggi intensi beli. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan daam penelitian ini adalah:

H3: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi beli makanan organik

Secara langsung kontrol keperilakuan memiliki peran terhadap perilaku dan tidak langsung melalui intensi beli (Ajzen, 2005; 2008). Perilaku ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang berkaitan dengan perilaku tertentu. Apabila individu memiliki kontrol perilaku yang dirasakan tinggi maka ia akan mengetahui tindakan yang perlu dilakukan. Kontrol perilaku sangat berhubungan dengan dilakukan atau tidak dilakukannya sebuah perilaku. Peneliti dalam studi pendahuluan menemukan secara operasional kontrol perilaku yang dirasakan konsumen untuk membeli makanan organik yaitu ketersediaan penjual, kemudahan dalam mendapatkan makanan organik, harga makanan, aspek keuangan konsumen,dan informasi keaslian produk. Beberapa hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara kontrol perilaku seperti pendapatan (Taner & Kast, 2003) dengan perilaku membeli makanan organik. Untuk menampilkan perilaku membeli makanan organik, konsumen mempertimbangkan faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit konsumen membeli makanan organik. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap perilaku beli makanan organik

Model berdasarkan pengembangan teori perilaku terencana menjelaskan bahwa perilaku individu dapat diprediksi melalui intensi (Azjen, 2008). Intensi merupakan prediktor yang baik bagi perilaku. Variabel intensi berperan terhadap perilaku karena intensi dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku. Intensi menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba (berupaya). Intensi juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan. Intensi adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Beberapa temuan parsial dalam penelitian perilaku konsumen hijau mendukung adanya pengaruh positif intensi beli makanan organik secara parsial terhadap perilaku membeli makanan organik (Chan, 2001; Bui, 2005; Magnusson *et al*, 2001). Intensi berperan dalam memediasi pengaruh berbagai faktor yang berdampak pada perilaku. Intensi memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yaitu

menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu. Studi meta-analisis melaporkan adanya hubungan antara intensi beli makanan organik dengan perilaku membeli makanan organik sebesar 0,49. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan daam penelitian ini adalah:

H5: Intensi beli berpengaruh positif terhadap perilaku beli makanan organik

Penelitian ini diawali melalui pengamatan empiris lapangan yaitu studi pendahuluan. Penelitian kasus dan eksperimen secara khusus tidak dilakukan oleh peneliti. Studi eksplorasi dilakukan untuk pemahaman konteks sikap yang berhubungan dengan makanan organik, norma subjektif dan aspek kontrol perilaku pembelian. Stimulus menggunakan survei pendahuluan melalui wawancara terbuka dengan responden yang melakukan pembelian makanan organik serta mengenal makanan organik. Hasil wawancara terbuka kemudian didiskusikan dalam *focus group discussion* (FGD). Hasil FGD kemudian disusun konstrak pengukuran variabel melalui item-item pertanyaan yang mengacu pada definisi operasional variabel. Item yang tersusun kemudian dilakukan uji coba, kemudian diuji mengunakan validitas konstrak (Wijaya, 2013).

Metode pengumpulan data awal yang digunakan dalam studi pendahuluan dilakukan dengan wawancara. Metode pengumpulan data selanjutnya dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Desain survei ini dipilih dengan melibatkan sejumlah besar konsumen yang berdomisili di tiga kota, yaitu Jakarta, Yogyakarta, dan Surabaya sebagai sampel penelitian. Kuesioner yang didistribusikan sebanyak 750 kuesioner dan kuesioner yang diterima kembali sebanyak 610 kuesioner, namun yang dapat dianalisis hanya 516 kuesioner. Populasi penelitian yang digunakan sebagai sumber sampel adalah konsumen makanan organik. Teknik sampel menggunakan teknik non probabilitas dengan metode *purposive sampling* dan dipilih adalah konsumen yang mengetahui makanan organik dan melakukan pembelian untuk tujuan konsumsi keluarga, mengolah makanan atau memasak untuk konsumsi keluarga sehari-hari. Tataran data variabel penelitian yang dikumpulkan berbentuk skor data rentang (*interval*) atau menggunakan skala interval yaitu rentang 1-5. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan analisis model persamaan struktural atau disebut *Structural Equation Modeling* (SEM).

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data usia responden dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 36-40 tahun yang berada pada usia dewasa muda yaitu sebanyak 138 responden (26,7%). Secara berurutan responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 69 orang (13,4%), berusia 31-35 tahun berjumlah 93 orang (18,0%), berusia 41-45 tahun berjumlah 131 orang (25,4%), dan yang berusia di atas 45 tahun berjumlah 85 (16,5%). Berdasarkan tingkat pendidikan responden, dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan tinggi. Responden yang memiliki pendidikan SMU/setingkat sebanyak 52 orang (10,1%), pendidikan Diploma (D1-D3) sebanyak 57 orang (11,0%), pendidikan S1 sebanyak 241 orang (46,7%), pendidikan S2 sebanyak 163 orang (31,6%), dan pendidikan S3 sebanyak 3 orang (0,6%).

Data pekerjaan menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 211 responden (40,9%), pegawai negeri sipil sebanyak 85 responden (16,5%), pekerjaan pegawai swasta sebanyak 126 responden (24,4%), dan pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 94 responden (18,2%). Data tingkat pendapatan keluarga menunjukkan mayoritas responden tergolong menengah ke atas dengan pendapatan keluarga di atas Rp9.000.000 yaitu sebanyak 314 responden (60,9%). pendapatan Rp1.000.000-Rp3.000.000 sebanyak 4 responden (0,8%), pendapatan Rp3.000.100-Rp5.000.000 sebanyak 13 responden (2,75%), pendapatan Rp5.000.100-Rp7.000.000 sebanyak 74 responden (14,3%), dan pendapatan Rp7.000.100–Rp9.000.000 sebanyak 111 responden (21,5%).

Berdasarkan data uji normalitas diketahui bahwa semua data yang berasal dari data variabel manifes memiliki *critical ratio* atau nilai kritis di bawah ±2,58. Pada tabel 1 ditunjukkan nilai muatan faktor yang diukur dari variabel laten melalui masing-masing variabel terobservasi. Nilai muatan faktor berkisar dari 0,71-0,98 di atas 0,5.

Tabel 1
Muatan Faktor (*Factor Loading*)

Variabel laten / Variabel terobservasi	Sikap membeli makanan organik (SB)	Norma subjektif (NS)	Kontrol perilaku (KP)	Intensi beli (IB)	Perilaku beli (PB)
SB1	0,92				
SB2	0,91				
SB3	0,89				
SB4	0,91				
NS1		0,71			
NS2		0,78			
NS3		0,72			
NS4		0,73			
KP1			0,79		
KP2			0,93		
KP3			0,89		
KP4			0,90		
IB1				0,79	
IB2				0,85	
IB3				0,85	
PB1					0,88
PB2					0,88

Reliabilitas diperlukan untuk ukuran internal konsistensi indikator suatu konstruk. Pendekatan untuk menilai model pengukuran adalah mengukur reliabilitas komposit dan ekstraksi varian. Mengacu pada formulasi tersebut dapat diketahui nilai reliabilitas komposit dan ekstraksi varian masing-masing variabel sebagai berikut:

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa koefisien reliabilitas komposit untuk masing-masing variabel berkisar dari 0,72 (sikap membeli makanan organik) hingga 0,94 (norma subjektif). Semua variabel berada di atas nilai penerimaan batas reliabilitas yaitu nilai minimum 0,7. Nilai ekstraksi varian berada pada tingkat batas penerimaan yaitu nilai minimum 0,5.Variasi nilai berkisar 0,54 (sikap membeli makanan organik) hingga 0,84 (perilaku beli).

PEMBAHASAN

Hasil uji kesesuaian model menggunakan *chi-square*, CMIN/DF, GFI, AGFI, RMSEA, TLI, CFI dan ECVI diringkas pada Tabel3:

Tabel 3 menunjukkan bahwa secara keseluruhan model penelitian *fit*. Secara keseluruhan nilai probabilitas sebesar 0,753 > 0,05. Selain itu setelah diuji kecocokannya, nilai RMSEA, GFI, AGFI, TLI, dan CFI dibandingkan nilai acuan persamaan model struktural hasilnya baik. Hasil uji kausalitas model dalam penelitian ini secara lengkap sebagai berikut:

Tabel 2
Koefisien Reliabilitas Komposit dan Ekstraksi Varian

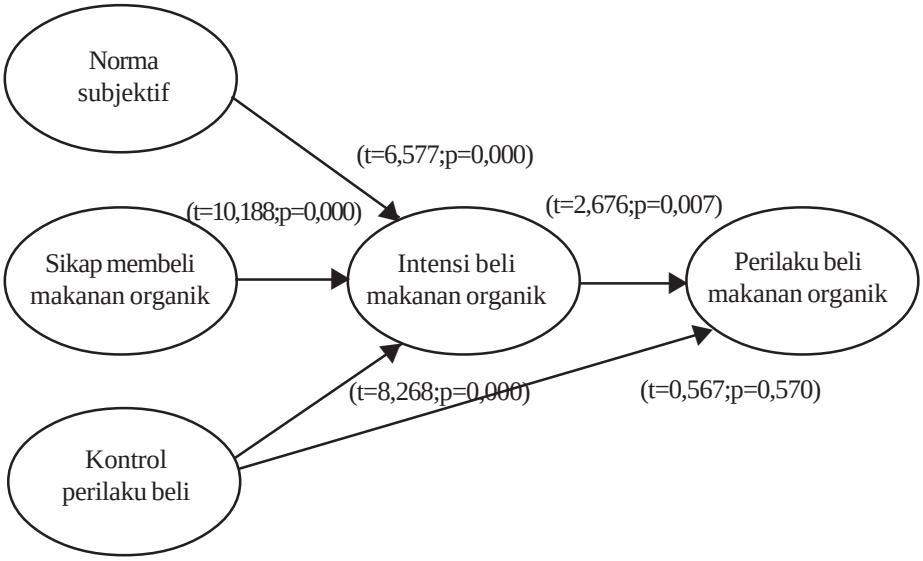
Variabel	l_i	e_i	Reliabilitas Komposit	Ekstraksi Varian
Norma subjektif (NS):			0,94	0,82
NS1	0,71	0,83		
NS2	0,78	0,79		
NS3	0,72	0,83		
NS4	0,73	0,85		
Sikap membeli makanan organik (SB):			0,72	0,54
SB1	0,92	0,53		
SB2	0,91	0,52		
SB3	0,89	0,61		
SB4	0,91	0,50		
Kontrol perilaku (KP):			0,91	0,77
KP1	0,79	0,62		
KP2	0,93	0,86		
KP3	0,89	0,79		
KP4	0,90	0,81		
Intensi beli (IB):			0,82	0,69
IB1	0,79	0,72		
IB2	0,85	0,72		
IB3	0,85	0,62		
Perilaku beli (PB):			0,93	0,84
PB1	0,88	0,96		
PB2	0,88	0,77		
PB3	0,98	0,77		

Sumber: Data diolah, 2013.

Tabel 3
Hasil *Goodness of Fit* Model Pengukuran

Indeks	*Cut off Value*	Hasil	Evaluasi Model
Probability	e" 0,05	0,753	Baik
CMIN/DF	d" 2,00	0,913	Baik
GFI	e" 0,90	0,975	Baik
AGFI	e" 0,90	0,968	Baik
RMSEA	d" 0,08	0,000	Baik
TLI	e" 0,90	1,002	Baik
CFI	e" 0,90	1,000	Baik
ECVI	*Default model* < *saturated model*	0,390<0,664	Baik

Sumber: Data diolah, 2013



Gambar 1
Model Jalur

Tabel 4
Evaluasi Bobot Regresi Uji Kausalitas

Hipotesis	Variabel	Estimasi	CR	P
Hipotesis 1	SBàIB	0,318	10,188	0,000
Hipotesis 2	NSàIB	0,522	6,577	0,000
Hipotesis 3	KPàIB	0,160	5,409	0,000
Hipotesis 4	KPàPB	0,025	0,567	0,570
Hipotesis 5	IBàPB	0,567	8,268	0,000

Sumber: Data diolah, 2013

Keterangan:
SB = Sikap membeli makanan organik
NS = Norma subjektif
KP = Kontrol perilaku
IB = Intensi beli
PB = Perilaku beli

Variabel sikap membeli makanan organik mempengaruhi intensi beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d" 0,05. Dengan demikian, hipotesis 1 diterima. Variabel norma subjektif mempengaruhi intensi beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d" 0,05. Dengan demikian, hipotesis 2 diterima. Variabel kontrol perilaku beli mempengaruhi intensi beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d" 0,05. Dengan demikian, hipotesis 3 diterima. Variabel kontrol perilaku mempengaruhi perilaku beli makanan organik secara positif namun tidak signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,570 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Dengan demikian, hipotesis 4 ditolak. Variabel intensi beli makanan organik mempengaruhi perilaku beli makanan organik secara positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas d" 0,05. Dengan demikian, hipotesis 5 diterima.

Berdasarkan nilai koefisien terstandar dapat diketahui bahwa pengetahuan organik dominan mempengaruhi sikap membeli makanan organik dibandingkan nilai orientasi alami manusia. Besarnya kontribusi variabel secara simultan terhadap variabel lainnya diringkas dalam Tabel 5:

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Variabel yang mempengaruhi	Variabel yang dipengaruhi	Sumbangan efektif
Intensi beli Kontrol perilaku	Perilaku beli makanan organik	17,0%
Sikap terhadap makanan organik Kontrol perilaku Norma subjektif	Intensi beli makanan organik	35,9%

Sumber: Data diolah, 2013

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa variabel intensi beli dan kontrol perilaku memiliki kontribusi sebesar 17% terhadap perilaku beli makanan organik. Variabel sikap membeli makanan organik, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki peran sebesar 35,9% terhadap intensi beli makanan organik.

Hasil temuan membuktikan adanya pengaruh sikap membeli makanan organik secara positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Temuan tersebut mendukung hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian. Sikap membeli makanan organik berpengaruh signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Hasil temuan konsisten dengan hasil temuan Aertsens *et al*., (2009); Gracia & Magistris (2007); dan Wijaya & Hidayat (2011). Hasil temuan menjelaskan bahwa semakin kuat sikap membeli makanan organik maka semakin tinggi intensi beli, sebaliknya semakin lemah sikap membeli makanan organik maka semakin rendah juga intensi beli konsumen.

Sesuai konsep dasar teori perilaku terencana menunjukkan bahwa sikap merupakan prediktor yang baik bagi intensi berperilaku. Teori perilaku terencana menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari determinan sikap terhadap perilaku, yang merupakan dasar bagi pembentukan intensi. Terwujud tidaknya intensi sangat tergantung pada faktor eksternal dan internal. Faktor internal tergantung pada keyakinan individu dalam berperilaku dan dapat tidaknya berperilaku sedangkan faktor eksternal merupakan stimulus yang mendorong individu untuk berperilaku. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya. Evaluasi akan berakibat perilaku penilaian yang diberikan individu terhadap setiap akibat atau hasil yang diperoleh oleh individu. Apabila menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu, evaluasi, atau penilaian ini dapat bersifat menguntungkan atau merugikan. Konsumen yang memiliki sikap yang positif terhadap makanan organik berdasarkan keyakinan dan evaluasi akan mengkonsumsi makanan organik karena dianggap bermanfaat bagi mereka sehingga menstimulasi niat konsumen membeli makanan organik.

Hasil temuan membuktikan adanya pengaruh norma subjektif secara positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Temuan tersebut mendukung hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian. Hasil temuan sesuai dengan hasil temuan Aertsens *et al*., (2009); Gracia & Magistris (2007); Suprapto & Wijaya (2012); dan Wijaya & Hidayat (2011). Hasil temuan menjelaskan bahwa semakin tinggi norma subjektif maka semakin tinggi intensi beli, sebaliknya semakin rendah norma subjektif maka semakin rendah juga intensi beli konsumen.

Norma subjektif memuat dua aspek pokok yaitu aspek harapan norma referensi, merupakan pandangan pihak lain yang dianggap penting oleh individu yang menyarankan individu untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu serta aspek motivasi kesediaan individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan pendapat atau pikiran pihak lain yang dianggap penting bahwa individu harus atau tidak harus berperilaku. Konsumen dalam memutuskan pembelian makanan organik mempertimbangkan model yang menjadi acuan serta kesediaan untuk mematuhi

harapan dari norma referensi untuk mengkonsumsi makanan organik yaitu anjuran anggota keluarga, rekan, maupun media yang dijadikan acuan seperti televisi dan majalah. Kelompok referensi tersebut yang menjadi stimulus konsumen dalam merespon pembelian makanan organik. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan menjadi obyek penelitian yang ekstensif (Engel *et al*., 2005). Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian karena paling dekat dengan individu terutama di Indonesia yang cenderung kolektif.

Pentingnya peran norma subjektif dalam konteks konsumen Indonesia dibuktikan dalam penelitian ini. Norma subjektif yang masih jarang dipertimbangkan dalam penelitian khususnya di Eropa membawa dampak perbedaan hasil dengan penelitian ini. Hal ini juga didukung oleh budaya di Indonesia yang cenderung lebih kolektif berbeda dengan budaya di masyarakat Barat yang cenderung lebih individualis. Masyarakat Indonesia masih memperhatikan pentingnya norma atau memandang apa yang seharusnya dilakukan atau diharapkan masyarakat. Harapan orang banyak atau masyarakat terkristalisasi dalam hal pengambilan keputusan konsumsi makanan organik.

Hasil temuan membuktikan adanya pengaruh kontrol perilaku secara positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Temuan tersebut mendukung hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian. Hasil temuan konsisten dengan hasil temuan Aertsens *et al*., (2009); Gracia & Magistris (2007); Suprapto & Wijaya (2012); dan Wijaya & Hidayat (2011). Hasil temuan menjelaskan bahwa semakin tinggi kontrol perilaku maka semakin tinggi intensi membeli, sebaliknya semakin rendah kontrol perilaku maka semakin rendah juga intensi membeli.

Kontrol perilaku memuat keyakinan individu yang berkaitan perasaan mampu atau tidak mampu dalam mengendalikan perilaku dan keyakinan mengenai ada atau tidaknya faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit individu untuk berperilaku. Dua faktor yang menentukan kontrol perilaku yaitu kekuatan faktor-faktor kontrol yaitu keyakinan individu mengenai adanya faktor-faktor yang ikut mempengaruhinya dalam mewujudkan perilaku dan daya pengaruh faktor-faktor kontrol yaitu daya pengaruh faktor-faktor kontrol yang menentukan mudah tidaknya berperilaku. Untuk menampilkan niat membeli makanan organik, konsumen mempertimbangkan faktor-faktor yang memudahkan atau mempersulit konsumen membeli makanan organik seperti ketersediaan di pasar, harga makanan, aspek keuangan konsumen, dan adanya informasi keaslian (keabsahan) produk, berbeda dengan negara-negara lain seperti Eropa yang telah melegalisasi keabsahan produk organik dan tersedia secara luas karena tingkat produksi organik yang tinggi beserta distribusi yang merata.

Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli makanan organik. Temuan hasil analisis data menolak hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian. Peran kontrol perilaku menjelaskan perilaku melalui intensi atau niat untuk membeli sehingga tidak berdampak langsung pada perilaku. Kontrol perilaku dapat mempengaruhi perilaku namun dengan mempertimbangkan motivasi untuk berperilaku yang ditunjukkan dengan intensi. Saat individu ragu akan kontrol diri untuk berperilaku menyebabkan kontrol perilaku tidak berdampak langsung pada perilaku yang ditunjukkan dengan garis putus-putus dalam kerangka hubungan kontrol perilaku dengan perilaku (model teori perilaku terencana). Sebaliknya, semakin tinggi keyakinan kontrol perilaku individu akan berdampak langsung pada perilaku.

Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli makanan organik untuk konteks konsumen Indonesia. Berdasarkan studi eksplorasi sebelumnya, diperoleh informasi bahwa secara menyeluruh konsumen mempersepsikan adanya kesulitan dalam mengendalikan aspek-aspek kontrol perilaku seperti keabsahan atau keaslian makanan organik keuangan konsumen, dan ketersediaan di pasar karena saat ini mayoritas makanan organik hanya tersedia di pasar modern. Beberapa responden merasa ragu bahwa makanan organik yang sekedar diberi label organik adalah asli atau benar-benar organik. Konsumen membutuhkan jaminan atau indikator keabsahan bahwa produk yang dibeli merupakan produk organik. Hal ini yang menjadikan kontrol perilaku konsumen menjadi rendah sehingga tidak berdampak pada perilaku secara langsung.

Hasil temuan menunjukkan adanya pengaruh intensi beli secara positif dan signifikan terhadap

perilaku beli makanan organik atau pembelian aktual makanan organik. Intensi beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beli. Temuan hasil analisis data mendukung hipotesis 5 yang diajukan dalam penelitian. Hasil temuan konsisten dengan penelitian Bui (2005); Chan (2001); dan Magnusson *et al*, (2001). Hasil menunjukkan semakin tinggi intensi membeli maka semakin tinggi perilaku beli makanan organik, sebaliknya semakin rendah intensi membeli maka semakin rendah juga perilaku membeli makanan organik. Intensi merupakan prediktor yang kuat bagi perilaku sesuai model dasar teori perilaku terencana. Intensi berperan terhadap perilaku karena intensi dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku, intensi menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba berupaya, intensi juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan, dan intensi adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya. Intensi anteseden langsung terhadap perilaku sehingga memiliki konsistensi yang tinggi dengan perilaku, meskipun tinggi rendahnya intensi sangat tergantung dari stimulus faktor internal seperti sikap dan mudah tidaknya berperilaku dan faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan terdapat kesesuaian antara model perilaku membeli makanan organik dengan data penelitian yang menggambarkan pengaruh sikap terhadap makanan organik, norma subyektif, kontrol perilaku, dan intensi membeli terhadap perilaku membeli makanan organik. Hal ini didukung dengan persyaratan *goodness of fit* dari model. Secara teoritis model dalam penelitian ini dapat diaplikasikan dalam konteks konsumen pangan organik khususnya perilaku membeli makanan organik beserta faktor-faktornya. Model ini baik dan dapat direplikasi oleh peneliti lainnya yang ditunjukkan dengan nilai *default model Expected Cross Validation Indeks* (ECVI) yang lebih kecil dari nilai *saturated model*.

Secara parsial, sikap membeli makanan organik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi beli makanan organik. Hal ini berarti semakin baik sikap membeli makanan organik, maka semakin tinggi intensi membeli makanan organik. Norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli makanan organik. Hal ini berarti semakin tinggi norma subyektif, maka semakin tinggi juga intensi membeli makanan organik. Kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli makanan organik. Hal ini berarti semakin tinggi kontrol perilaku, maka semakin tinggi juga intensi membeli makanan organik. Kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku membeli makanan organik. Peningkatan kontrol perilaku tidak bermakna atau tidak menyebabkan perubahan yang berarti bagi perilaku membeli makanan organik. Intensi membeli memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku membeli makanan organik. Hal ini berarti semakin tinggi intensi membeli, maka semakin tinggi juga perilaku membeli makanan organik.

Saran

Secara praktis, berkaitan dengan pengaruh sikap konsumen, diperlukan adanya penanaman kesadaran akan perilaku ramah lingkungan. Sosialisasi kesadaran akan ramah lingkungan dapat ditanamkan dari generasi ke generasi melalui jenjang formal seperti sekolah maupun non formal seperti keluarga. Negara Cina sebagai contoh telah menyebarkan pemahaman filosofi Taoisme yang mengajarkan prinsip bahwa asal manusia dari alam dan menyatu dengan alam (Chan, 2001) sehingga terbentuk keseimbangan (*yin* dan *yang*) dilakukan melalui jenjang formal seperti lembaga pendidikan atau sekolah maupun non-formal melalui keluarga yang dilakukan sejak usia dini sehingga mengakar dalam kehidupan masyarakat Cina lebih dari 2000 tahun. Peran pemerintah diperlukan dalam hal ini, sehingga akan tumbuh sikap positif dalam konsumsi produk organik yang berdampak pada pola konsumsi ramah lingkungan. Edukasi yang berbasis ramah lingkungan perlu mendapat perhatian dari pemerintah. Melalui penanaman nilai orientasi alami manusia diharapkan mampu mencegah atau mengurangi degradasi lingkungan di Indonesia. Penanaman nilai juga akan menyadarkan manusia pentingnya hubungan manusia dengan alam sehingga tercipta pola konsumsi

sehat berbasis ramah lingkungan.

Berkaitan dengan peran aspek norma subjektif, pemasar perlu mendekati kelompok referensi keluarga atau memperhatikan kelompok referensi sebagai bagian dari target komunikasi pemasaran, anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh dalam pembelian makanan organik. Meskipun pembelian dilakukan oleh individu, keputusan pembelian sangat mungkin dipengaruhi oleh anggota lain dalam keluarga (Engel *et al*., 2005). Masyarakat Indonesia sebagai bagian budaya Asia, cenderung kolektif sehingga keputusan individu sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi.

Dilihat dari aspek kontrol perilaku, pemerintah atau pihak independen perlu menjamin legalitas keaslian produk atau makanan organik bukan hanya sebatas logo organik dan melakukan pengawasan legalitas keaslian produk. Hal ini berfungsi meyakinkan konsumen atau meminimalisir keraguan konsumen akan keabsahan atau keaslian produk organik. Klaim organik harus memenuhi standar organik dari proses pembibitan hingga panen. Pangan organik dengan bibit organik belum tentu diakui sebagai pangan organik apabila dalam proses penanaman menggunakan pupuk yang tidak organik. Dengan demikian, perlu dibentuk lembaga sertifikasi organik yang berperan dalam menjaga keabsahan produk organik misalnya melibatkan perguruan tinggi dalam upaya sertifikasi organik. Sertifikasi merupakan isu terpenting di Asia, karena tingginya tuntutan konsumen adanya jaminan kepastian bahwa produk yang akan dibeli adalah organik yang asli. Selain itu, sampai saat ini lembaga atau badan sertifikasi organik dari dalam negeri sangat terbatas jumlahnya. Di Indonesia, sampai saat ini lembaga penjamin produk organik dari luar negeri baru ada 2 yakni Nasa (Australia) dan Scall (Belanda). Biaya yang dibutuhkan petani dalam proses sertifikasi juga termasuk tinggi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Kategori produk yang digunakan sebagai objek penelitian ini hanya pada produk pangan organik yang perlu diolah untuk konsumsi sedangkan masih banyak produk hijau lain yang diproduksi produsen seperti kosmetik, produk daur ulang, dan elektronik. Penelitian berikutnya dapat menggunakan objek produk hijau lainnya untuk memperkaya hasil penelitian serta sebagai perbandingan dengan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aertsens, J, Verbeke, W., & Huylenbroeck, G, V., 2009, "Personal determinants of organic food consumption: A review", *British Food Journal*. 10:1140-1167.

Ajzen, I., 2005, *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition), Berkshire, UK: Open University Press-McGraw Hill Education.

Ajzen, I., 2008, *Attitudes and Attitude Change.* New York: Psychology Press.

Bagozzi, R. P., Wong, S. A., & Bergami, M., 2000, "Cultural and situasional contingencies and the theory of reason action: Application to fast food restaurant consumption", *Journal of Consumer Psychology,* 9(2):97-106.

Bui, M.H., 2005, "Environmental marketing: A model of consumer behavior", *Proceedings of the Annual Meeting of the Association of Collegiate Marketing Educators*.

Chan, R.Y.K., 2001, "Determinants of chinese consumers green purchase behavior", *Psychology & Marketing*, 8: 389-413.

Chen, T,B & Chai, L, T., 2010, "Attitude towards the environment and green product: consumer perspective", *Management Science and Engineering*, 4 (2): 27-39

Engel, J.F., Roger, D.B., & Paul, W. M., 2005, *Consumer behavior.* International Edition, Forth Worth : Dreyden Press.

Gracia, A., & Magistris, T., 2007, "Organic food product purchase behaviour: a pilot study for urban consumers in the South of Italy", *Spanish Journal og Agricultural Research,* 5(4): 439-451.

Hempel, D. J & Jain, S. C., 2001, House buying behavior: An empirical study in cross cultural buyer behavior", *AREUEA Journal*, 5:1-21.

Lodorfos, G.N., & Dennis, J., 2008, "Consumers' intent: in the organic food market", *Journal of Food Products Marketing*, 14(2):17-38.

Magnusson, M.K., Arvola, A., Hursti, U.K., Aberg, L., & Sjoden., P., 2001, "Attitudes towards organic foods among Swedish consumers", *British Food Journal*, 103: 209-226.

Noorastuti, P, T., & Astuti, L, D, P., 2010. *Awas, buah dan sayur bisa picu gangguan mental*. Diunduh melalui http://www.vivanews.com

Sampson, L.K., 2009, "Consumer analysis of purchasing behavior for green apparel". *Thesis*. North Carolina State University.

Suprapto, B., & Wijaya, T., 2012, "Model of purchase intention on organic food: A study among mothers in Indonsian", Conference on Economics, Business and Marketing Management", *IPEDR:* 29.

Taner, C., & Kast, S.W., 2003, "Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by Swiss consumers", *Psychology & Marketing*, 20(10): 883-902.

Tarkiainen, A., & Sundqvist, S., 2005, "Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food", *British Food Journal*, 107(11):808-822.

Tsakiridou, E, Boutsouki, C, Zotos, Y., & Mattas, K., 2005. "Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2):158-175.

Wawasan, 2009, *Pencemaran pestisida mengkhawatirkan*. Diunduh melalui http://www.wawasandigital.com tanggal 2 Desember 2009.

Wijaya, T., & Hidayat, A., 2011, "Model intensi pembelian makanan organik", *Call for Paper Update Ekonomi, Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, *Proceeding* Fakultas Ekonomi UII,Yogyakarta.

Wijaya, T., 2013, "Sikap terhadap makanan organik, norma subjektif, kontrol perilaku konsumen makanan organik: Konsep dan pengukuran", *Lantip-Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi*, 3(1): 20-33.

YLKI., 2012, *Survei Konsumen Organik Indonesia*, Diunduh melalui http://www.organicindonesia.org/05infodata-news.php?id=443.

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013
Hal. 163-172

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

SOCIAL DISCLOSURE PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA DAN MALAYSIA

Irman Firmansyah
E-mail: irman_tasik@yahoo.co.id

ABSTRACT

This research is archival research that aims to analyze social disclosure of sharia banking in Indonesia that measured with Islamic Social Reporting (ISR) with factors that influence it, among others size companies that measured by asset total, profitability that measured by Return On Asset (ROA), leverage that measured by Debt to Equity Ratio (DER), liquidity that measured by Finance to Deposit Ratio (FDR), board of comisioner composition that measured by total of board of comisioner and country that made as dummy variable. Population in this research is all of sharia public bank in Indonesia. Sample determination by using purposive sampling so got 31 research objects that analyzed by panel data regression with Ordinary Least Square (OLS) model. This research result shows that size companies, profitability, leverage, liquidity and board of comisioner composition are not influential towards social disclosure of sharia banking in Indonesia.

Keywords: size companies, profitability, leverage, liquidity, board of comisioner composition

JEL classification: G21, G34

PENDAHULUAN

Saat ini orientasi perusahaan sudah mulai memasukkan tujuan lain yaitu bagaimana membangun kesejahteraan sosial di lingkungan perusahaan atau membangun tanggungjawab sosial perusahaan. Selain pada perusahaan biasa, wacana tentang tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) di kalangan perbankan juga sudah cukup berkembang. Kepedulian sosial perbankan mulai tampak nyata. Kendati belum optimal, upaya perbankan ini merupakan awal yang positif untuk memulai kegiatan yang lebih besar. Bahkan Pemerintah Indonesia pun memberikan respon yang baik terhadap pelaksanaan CSR dengan menganjurkan praktik tanggungjawab sosial sebagaimana dimuat dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab IV pasal 66 ayat 2b dan Bab V pasal 74. Kedua pasal tersebut menjelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan harus mencerminkan tanggungjawab sosial. Bahkan perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan sumberdaya alam harus melaksanakan tanggung jawabsosial.

Konsep CSR juga terdapat dalam ajaran Islam. Lembaga yang menjalankan bisnisnya ber-dasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar *Alqur'an* dan *Assunah*, sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Oleh karena itu, ikatan hubungan antara institusi dengan lingkungannya dalam konsep syariah akan lebih kuat ketimbang dalam konsep konvensional. Hal ini didasarkan pada lembaga bisnis syariah didasarkan pada dasar-dasar religius. Dusuki dan Dar (2005) menyatakan bahwa pada perbankan syariah, tang-gungjawab sosial sangat relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor yaitu, perbankan syariah berlandaskan syariah yang beroperasi dengan landasan moral, etika, dan tanggung

jawabsosial dan adanya prinsip atas ketaatan pada perintah Allah dan *khalifah*.

Pemerintah di negara-negara berpopulasi muslim seperti Malaysia dan Indonesia serta institusi-institusi regulator internasional seperti *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (*AAOIFI*)* secara terus menerus menyuarakan dan mengupayakan adanya pengembangan dan adopsi format pelaporan semacam laporan CSR untuk diformulasikan bagi lembaga-lembaga keuangan Syariah (Sharani, 2004; Yunus, 2004). Oleh karena itu, baik Indonesia maupun Malaysia berusaha untuk menyeragamkan format pelaporan CSR sesuai dengan kaidah Islam melalui institusi AAOIFI.

Saat ini *Islamic Social Reporting* (ISR) sedang marak diperbin-cangkan di dunia. Indeks ISR merupakan tolak ukur pelak-sanakaan kinerja sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang se-harusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam (Othman *et al*, 2009). Indeks ISR mengungkapkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prinsip Islam seperti zakat, status kepatuhan syariah, dan transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba dan *gharar* serta aspek-aspek sosial seperti *sodaqoh, waqof, qordul hasan*, sampai dengan pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan.

Mengingat industri perbankan syariah di dunia termasuk di Indonesia dan di Malaysia saat ini sedang tumbuh pesat, ditambah isu praktik dan pengungkapan CSR yang makin marak, maka penting dilakukan penelitian mengenai praktik pengungkapan kinerja sosial pada bank syariah di Indonesia ditinjau dari perspektif yang sesuai dengan kaidah Islam yaitu *Islamic Social Reporting Index* (ISR).

Amalia (2005) dan Novita & Djakman (2008) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial, dan didukung oleh Reverte (2008) dan Branco & Rodriguez (2008), yaitu bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Anggraini (2006) dan Rosmasita (2007) yang juga menemukan bahwa *financial leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas secara statistik tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Othman, *et al* (2009) menyatakan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komposisi dewan komisaris mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial yang diukur oleh ISR dalam laporan tahunan perusahaan di Malaysia. Penelitian Othman, *et al* (2009) didukung oleh Nurkhin (2009) menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris independen, profitabilitas (ROE), dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Penelitian Almilia (2007), Badjuri (2011), dan Roziani (2009) menunjukkan bahwa rasio likuiditas mempunyai hubungan positif terhadap luas pengungkapan pada laporan sosial perusahaan.

Penelitian internasional telah banyak dilakukan mengenai faktor yang mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan seperti ukuran perusahaan (Romlah *et al*., 2003; Hossain, 2008), profitabilitas (Janggu, 2004; Hossain, 2008); *leverage* (Othman *et al*, 2009), dan komposisi dewan komisaris (Ahmed et al., 2005; Hossain, 2008).

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Kinerja sosial perusahaan merupakan suatu konsep yang saat ini tengah populer. Kinerja sosial yang sering disebut dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR) sampai saat ini belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli, praktisi, dan peneliti belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi. Mursitama (2011:23) mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauan melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan dengan pertimbangan tidak disyaratkan oleh peraturan hukum.

Dalam akuntansi Islam juga dijelaskan bagaimana mengalokasikan sumber kekayaan yang ada secara adil sesuai syari'ah. Bukan hanya mencatat transaksi perusahaan saja (Harahap, 2003), namun akuntansi Islam juga harus ikut serta menegakkan syariat Islam di berbagai aspek. Hameed (2008) mengemukakan bahwa tujuan akuntansi Islam adalah untuk mencapai *al-falaah*, yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat. Untuk dapat menciptakan keseimbangan

dalam masyarakat tersebut, maka pembuat kebijakan seharusnya mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengungkapkan seluruh informasi. Pengungkapan tersebut setidaknya dilakukan secara sukarela untuk membantu masyarakat memenuhi kebutuhan spiritual (Haniffa, 2002). Salah satu informasi tersebut adalah mengenai pengungkapan informasi sosial.

Sejalan dengan semakin meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks Islam, maka semakin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah (*Islamic Social Reporting* atau ISR*).* Dalam konteks Islam, masyarakat mempunyai hak untuk mengetahui berbagai informasi mengenai aktivitas organisasi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah perusahaan tetap melakukan kegiatannya sesuai syariah dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hanya saja ketiadaan standar CSR secara syariah menjadikan pelaporan CSR perusahaan syariah menjadi tidak seragam dan standar.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan kinerja sosial suatu perusahaan atau lembaga keuangan di antaranya ukuran perusahaan. Hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan telah ditunjukkan dalam beberapa penelitian empiris. Teori legitimasi memiliki alasan tentang hubungan ukuran dan pengungkapan. Perusahaan yang lebih besar melakukan aktivitas yang lebih banyak sehingga memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat, memilik lebih banyak pemegang saham yang punya perhatian terhadap program sosial yang dilakukan perusahaan, dan laporan tahunan merupakan alat yang efisien untuk mengkomunikasikan informasi ini. Meskipun demikian, tidak semua penelitian mendukung hubungan ukuran perusahaan dengan pengungkapan.

Penelitian yang mampu menemukan hubungan antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan sosial perusahaan adalah Hasibuan (2001), dalam Sembiring (2005), Amalia (2005), Novita & Djakman (2008), Reverte (2008), dan Branco & Rodriguez (2008). Berdasarkan paparan dan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah.

Menurut Sembiring (2005), penelitian ilmiah terhadap hubungan profitabilitas dan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan memperlihatkan hasil yang sangat beragam. Hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh antara profitabilitas terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial adalah Anggraini (2006), Rosmasita (2007), dan Badjuri (2011), sedangkan yang menunjukkan adanya pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial yaitu Othman, *et al* (2009), Nurkhin (2009), dan Zaenuddin (2007). Berdasarkan paparan tersebut, maka hipotesis penelitian adalah:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah.

Menurut Makmun (2002) *leverage* keuangan adalah perbandingan antara dana-dana yang dipakai untuk membiayai perusahaan atau perbandingan antara dana yang diperoleh dari ekstern perusahaan (dari kreditur-kreditur) dengan dana yang disediakan pemilik perusahaan. Rasio *leverage* menggambarkan sampai sejauh mana aktiva suatu perusahaan dibiayai oleh hutang. Suatu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan banyak dibiayai oleh investor atau kreditur luar. Semakin tinggi rasio *leverage* berarti semakin besar pula proporsi pendanaan perusahaan yang dibiayai dari hutang.
Penelitian Sembiring (2005) dan Angraeni (2006) tidak menemukan hubungan signifikan antara *leverage* dengan pengungkapan informasi sosial. Berbeda dengan Almilia (2007) dan Othman *et al* (2009) yang menemukan adanya pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Berdasarkan paparan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3:*Leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah.

Almilia dan Herdaningtyas (2005), menyebutkan LDR digunakan untuk menilai likuiditas suatu bank dengan cara membagi jumlah kredit dengan jumlah dana. *Loan to deposit ratio* (LDR) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu bank dalam menyediakan dana kepada debiturnya dengan modal yang dapat dikumpulkan dari masyarakat. LDR merupakan rasio yang mengukur kemampuan bank untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi. Kewajiban tersebut berupa *call money* yang harus dipenuhi pada saat adanya kewajiban kliring yang pemenuhannya dilakukan dari aktiva lancar yang

dimiliki perusahaan (Sudarini, 2005). Dalam perbankan syariah tidak dikenal istilah kredit namun pembiayaan, sehingga modifikasi rumus tersebut untuk bank syariah menjadi:

$$FDR = \frac{\text{Jumlah Pembiayaan yang disalurkan}}{\text{Total Deposit}} \times 100\%$$

Penelitian tentang hubungan antara rasio likuiditas dengan luas pengungkapan telah dikemukakan oleh Badjuri (2011) dan Roziani (2009). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa rasio likuiditas mempunyai hubungan positif dengan luas pengungkapan. Namun Almilia & Retrinasari (2007) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap kelengkapan pengungkapan sukarela. Kondisi perusahaan yang sehat, yang antara lain ditunjukkan dengan tingkat likuiditas yang tinggi, berhubungan dengan pengungkapan yang lebih luas. Hal tersebut didasarkan pada ekspektasi bahwa perusahaan yang secara keuangan kuat akan cenderung untuk mengungkapkan lebih banyak informasi karena ingin menunjukkan kepada pihak ekstern bahwa perusahaan tersebut kredibel. Berdasarkan paparan tesebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H4: Likuiditas berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah.

Ukuran dewan komisaris adalah jumlah anggota dewan komisaris. Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, Sembiring (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Berdasarkan teori agensi, dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme pengendalian intern tertinggi, yang bertanggungjawab untuk memonitor tindakan manajemen puncak. Dikaitkan dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan, kebanyakan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara berbagai karakteristik dewan komisaris dengan tingkat pengungkapan informasi oleh perusahaan. Hasil penelitian tersebut didukung oleh Fitriani (2011). Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nofandrilla (2008) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H5: Komposisi Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah.

Saat ini belum banyak penelitian yang membandingkan praktik pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah antara di Indonesia dan Malaysia yang diukur dengan ISR. Namun perbedaan negara dapat menunjukkan perbedaan karakteristik pengungkapan. Hal ini dapat disebabkan perbedaan standar akuntansi, perbedaan sistem ekonomi, perbedaan badan pengawas, dan lainnya. Namun pengungkapan kinerja sosial yang diukur dengan ISR yang diambil dari AAOIFI diharapkan berlaku di seluruh negara yang mempunyai perbankan syariah sehingga semua negara mempunyai penilaian standar yang sama mengenai pengungkapan kinerja sosial syariah. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H6: Negara tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh bank umum syariah di Indonesia dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2011. Menurut data yang diperoleh, pada tahun 2011 Bank Umum Syariah di Indonesia sebanyak 11 bank. Berdasarkan keseluruhan populasi tersebut digunakan metode *purposive sampling* untuk memilih sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 1) Bank Umum Syariah yang ada di Indonesia dan Malaysia dan 2) telah mempublikasikan Laporan Tahunan selama kurun waktu tahun 2004-2011 atau disesuaikan ketersediaan pada *website* masing-masing bank pada masa periode tersebut.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu proses pengumpulan data yang diperoleh dari laporan tahunan bank syariah yang menjadi sampel penelitian ini yang disediakan oleh masing-masing bank syariah melalui media *website*. Untuk mengukur variabel ISR, hasil pendokumentasian data lalu digunakan metode *content analysis* dengan menilai angka 1 pada setiap pengungkapan dari total pengungkapan yang

seharusnya sehingga akan menjadi indeks.

Variabel pada penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan komposisi dewan komisaris, serta 1 variabel negara yang digunakan sebagai variabel *dummy*. Variabel dependen adalah pengungkapan kinerja sosial yang diproksi oleh *Islamic Social Reporting* (ISR). Pengukuran ISR mengacu pada penelitian Othman & Thani (2010) yang menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari ISR. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran ISR yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* ISR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Teknik analisis yang digunakan adalah regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Hal ini disebabkan keterbatasan data observasi sehingga asumsi mengabaikan dimensi ruang dan waktu. Dalam melakukan analisis uji hipotesis, prosedur yang dilakukan dibantu dengan menggunakan program komputer yaitu SPSS Ver. 16,0 for Window. Berikut adalah model dasar *Ordinary Least Square* (OLS) :

$$Y = a + \beta_1 SIZE_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \beta_3 DER_{it} + \beta_4 FDR_{it} + \beta_5 KOM_{it} + \beta_6 NEG_{it} + e$$

HASIL PENELITIAN

Sebelum melakukan analisis hipotesis, maka langkah pertama adalah melakukan uji kulaitas data yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Pada Tabel 1 tampak nilai VIF masing-masing variabel independen yang berada di sekitar angka 1 (kurang dari angka 10). Nilai *tolerance* (TOL) yang diperoleh menunjukkan nilai lebih besar dari 0,10. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dalam model regresi terbebas dari multikolonieiritas antarvariabel independen.

Tabel 1
Uji Multikolinieritas

	Model	*Collinearity* Tolerance	*Statistics* VIF
1	SIZE	.549	1.823
	ROA	.753	1.328
	DER	.365	2.737
	FDR	.657	1.522
	KOMISARIS	.484	2.067

Sumber: Output SPSS. Data diolah.

Berdasarkan Tabel 2 nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,512. Berdasarkan tabel Durbin Watson (DW) dengan k=5 dan n=64 maka nilai dL=1,438 dan dU=1,767, maka 4-dU= 2,233 dan 4-dL= 2,562. Oleh karena itu, nilai DW berada di antara dL dan dU sehingga tidak mempunyai simpulan. Oleh karena data observasi penelitian dengan data panel dan masing-masing mempunyai periode yang berbeda maka dapat ditarik simpulan tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 2
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.512

Sumber: Output SPSS. Data diolah.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *sig.* semua variabel independen lebih dari besar daripada 0,05. Artinya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

Tabel 3
Uji Glejser

Model	T	Sig.
		.711
SIZE	-.109	.914
ROA	.250	.804
DER	-.438	.663
FDR	1.114	.270
KOMISARIS	.686	.495
Negara	.154	.878

Sumber: Output SPSS. Data diolah.

Model regresi yang baik adalah yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian distribusi normal dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai *Asymp*. Sig (2-*tailed*) lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Uji Normalitas

		Standarized Residual
N		64
ParameterNormal	Rata-Rata	.0000000
	Std. Deviasi	.95118973
Most Extreme	Mutlak	.065
Differences	Positif	.065
	Negatif	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.519
Asymp. Sig. (2-tailed)		.951

Sumber: Output SPSS. Data diolah.

Berdasarkan *output* pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp*. Sig (2-*tailed*) yaitu 0,951. Nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data dinyatakan berdistribusi normal dan dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga layak untuk digunakan untuk analisis. Setelah pengujian asumsi klasik selesai dan dinyatakan bahwa kualitas data adalah baik, maka selanjutnya dilakukan pengujian Simultan (uji F).

Tabel 5
Hasil Perhitungan Uji F

	Model	**F**	**Sig.**
1	Regresi	9.928	.000[a]
	Residu		
	Total		

Sumber: Output SPSS. Data diolah.

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel independen mempunyai kemampuan dalam mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Hasil ini ditunjukkan dengan nilai signifkansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari batas nilai signifkansi (á = 0,05), maka dalam rangka untuk menjelaskan pengungkapan kinerja sosial maka semua variabel independen dapat digunakan secara bersama-sama. Selanjutnya untuk pengujian hipotesis pertama sampai pengujian hipotesis keenam dilakukan dengan menggunakan uji t. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi data panel diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6 diperoleh nilai signifikansi variabel ukuran perusahaan yaitu sebesar 0,000 dengan koefisien positif. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima. Variabel kedua yaitu profitabilitas mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,820, maka profitabilitas tidak

Tabel 6
Hasil Perhitungan Uji t

	Model	***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	**T**	**Sig.**
		B	***Std. Error***	***Beta***		
1	(Konstan)	-.866	.219		-3.947	.000
	SIZE	.044	.011	1.016	3.934	.000
	ROA	.003	.014	.024	.229	.820
	DER	-8.864E-5	.000	-.391	-2.084	.042
	FDR	.001	.001	.169	1.473	.146
	KOMISARIS	.033	.010	.503	3.192	.002
	Negara	-.198	.114	-.657	-1.735	.088

Sumber: Output SPSS. Data diolah.

berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesis kedua tidak dapat diterima. Variabel ketiga yaitu *leverage* dengan signifikansi yaitu sebesar 0,042 dan nilai koefisien negatif, maka *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesis ketiga kembali diterima. Variabel keempat yaitu likuiditas dengan signifikansi yaitu sebesar 0,146, maka likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesis keempat tidak dapat diterima. Variabel kelima yaitu komposisi dewan komisaris dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 dan koefisien positif, maka komposisi dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Dengan demikian, hipotesis kelima dapat diterima. Variabel keenam yaitu negara sebagai variabel *dummy* dengan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,088. Dengan demikian, negara tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah, sehingga hipotesis keenam dapat diterima.

PEMBAHASAN

Seperti pernyataan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pegangan saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin luas. Berdasarkan sisi tenaga kerja, semakin banyaknya jumlah tenaga kerja dalam suatu perusahaan, maka tekanan pada pihak manajemen untuk memperhatikan kepentingan tenaga kerja akan semakin besar. Program berkaitan dengan tenaga kerja sebagai bagian dari tanggungjawab sosial perusahaan akan semakin banyak dilakukan perusahaan. Hal ini berarti program tanggungjawab sosial perusahaan juga semakin banyak dan akan diungkapkan dalam laporan tahunan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Hasibuan (2001), Amalia (2005), Novita & Djakman (2008), Reverte (2008), dan Branco & Rodriguez (2008).

Selanjutnya jika bank syariah mempunyai struktur modal yang didanai dari utang yang nilainya besar maka bank syariah mengungkapkan kinerja sosialnya lebih kecil. Hal ini dapat disebabkan untuk menghindari sorotan dari publik dan mengurangi dana sosial serta pengungkapannya. Selain itu, bank syariah ingin menghindari risiko yang besar dalam penggunaan sumber dana yang berasal dari utang sehingga bank syariah lebih memilih alokasi sumber dana kepada aktivitas utama dari pada aspek lain (sosial). Oleh karena itu, hasil penelitian ini membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan kinerja sosial.

Hasil analisis selanjutnya yaitu besar kecilnya likuiditas tidak lantas memberikan dampak terhadap besar kecilnya pengungkaan kinerja sosial pada bank syariah. Hal ini menandakan bahwa pengungkapan kinerja sosial pada bank syariah telah menjadi suatu kewajiban baik dalam kondisi likuiditas tinggi maupun rendah. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Almilia & Retrinasari (2007) bahwa rasio likuiditas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kelengkapan pengungkapan sukarela.

Hasil analisis variabel komposisi dewan komisaris menunjukkan bahwa dewan komisaris yang dimiliki oleh bank syariah dapat menjalankan peran dan fungsinya dengan baik dan memberikan dampak positif yaitu dapat memberikan kontrol dan monitoring bagi manajemen dalam operasional bank syariah, termasuk dalam pelaksanaan danpengungakapan aktivitas kinerja sosial. Dewan komisaris memberikan tekanan kepada manajemen untuk melaksanakan aktivitas dan pengungkapan CSR dengan baik. Hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris memberikan pengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Arifin (2002), Sembiring (2005), dan Fitriani (2011).

Hasil pengujian statistik membuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan pengungkapan ISR antara di Indonesia dengan di Malaysia. Artinya, perbedaan negara antara Indonesia dan Malaysia tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap karakteristik pengungkapan ISR. Perbedaan standar akuntansi, dewan pengawas syariah, pemerintahan, dan perbedaan-perbedaan lainnya tidak mengganggu pengungkapan kinerja sosial. Hal ini disebabkan poin-poin pengungkapan ISR sebagai kompilasi pengungkapan CSR yang diambil dari AAOIFI yang

berlaku di setiap negara yang menjalankan akuntansi syariah dan menjadi acuan dalam pengungkapan kinerja sosial syariah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dan komposisi dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah, *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah, profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah. Negara yang dibuat sebagai vriabel *dummy* secara statistik membuktikan bahwa perbedaan negara tidak berpengaruh terhadap pengungkapan kinerja sosial perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia.

Saran

Pada penelitian ini banyak terdapat keterbatasan penelitian, di antaranya: 1) hanya menggunakan indikator variabel independennya ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan komposisi dewan komisaris, sehingga perlu ditambah lagi variabel lain yang dapat menjelaskan pengungkapan kinerja sosial agar hasil penelitian dapat lebih baik; 2) observasi data penelitian hanya menggunakan media *website* sehingga jumlah sampel yang dapat diakses terbatas sehingga dapat diperbanyak dengan mengambil data primer; 3) penelitian hanya dilakukan di dua negara yaitu Indonesia dan Malaysia sedangkan masih banyak negara lain yang mempunyai bank syariah, sehingga perlu ditambah negara-negara lain atau penelitiaan lingkup wilayah/regional negara seperti ASEAN, ASIA, bahkan di dunia.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmed, K., Hossain, M. & Adams, B., 2005, "The Effects of Board Composition and Board Size on The Informativeness of Annual Accounting Earnings". *Online Journal.*

Almilia, Luciana Spica & Herdaningtyas, 2005, "Analisis Rasio CAMEL terhadap Prediksi Kondisi Bermasalah pada Lembaga Perbankan 2000-2002". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2).

Almilia, Luciana Spica & Ikka Retrinasari, 2007, "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEJ". *Procedding Seminar Nasional. Inovasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis*. FE Universitas Trisakti.

Amalia, Dessy, 2005, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Sukarela (*Voluntary Disclosure*) pada Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan", *Jurnal Akuntansi dan Pemerintahan*, 1(2).

Anggraini, Fr. Reni Retno, 2006, "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)", *Makalah Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.*

Arifin, Sabeni, 2002, "An Empyrical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition an the level of Voluntary Disclosure", *Prooceedings For The Fifth Indonesian Conference On Accounting*, 5:46-57.

Badjuri, Achmad, 2011, "Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme Coorporate Governance, Pengungkapan Coorporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia". *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, 3(1): 38-54.

Branco, M.C. & Rodrigues, L.L., 2008, "Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks; a legitimacy theory perspec-

tive". *Corporate Communications: An International Journal,* 11(3): 232-248.

Dusuki, A.W.,& Dar, H., 2005, "Stakeholders Perceptions of Corporate Social Responsibility of Islamic Banks: Evidence From Malaysian Economy", *International Conference on Islamic Economics and Finance.*

Fitriani, 2011, *Pengaruh Size, Ukuran Dewan Komisaris dan Leverage Terhadap Luas Pegungkapan Sukarela pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, Tesis*, Universitas Negeri Semarang.

Hameed, *et.al.*, 2008, *Alternative Disclosure and Performance Measures for Islamic Banks. Departement of Accounting.* Kulliyah of Economics and Management Science IIUM.

Haniffa, R.M., 2002, "Social Reporting Disclosure-An Islamic Perspective", *Indonesian Management & Account-ing Research,* 1(2):128-146.

Harahap, S.S., 2003, "Akuntansi Sosial ekonomi dan Akuntansi Islam", *Media Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi*, 3(1):56-75.

Hasibuan, Muhammad Rizal, 2001, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Tahunan Emiten di BEJ dan BES, *Tesis*, Magister Akuntansi UNDIP (Tidak dipublikasikan).

Hossain, Mohammed, 2008, "The Extent of Disclosure in Annual Reports of Banking Companies: The Case of India", *European Journal of Scientific Research,* 23(4): 659-680.

Janggu, T., 2004, "Corporate Social Disclosure of Construction Companies in Malaysia", *Thesis*, Universiti Teknologi MARA.

Makmun, 2002, "Efisiensi Kinerja Asuransi Pemerintah. Kajian Ekonomi dan Keuangan", 6(1): 81-98.

Mursitama, Tirta, dkk., 2011, *Corporate Social Responsibility di Indonesia (Teori dan Implementasi),* Institute for Development of Economic and Finance (INDEF)

Novita dan Chaerul D. Djakman, 2008, "Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan; Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2006", *Makalah Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak,* 22-25 Juli 2008

Nurkhin, Ahmad, 2009, "Corporate Governance dan Profitabilitas: Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia", *Tesis,* Universitas Diponegoro.

Othman, R., A. Md. Thani, E.K. Ghani, 2009, "Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shari-ah-Approved Companies in Bursa Malaysia", *Research Journal of International Studies,* 12.

Othman, Rohana & Thani, Azlan Md., 2010, "Islamic Social Reporting Of Listed Companies In Malaysia", *International Business & Economics Research Journal,* 9(9): 135-144.

Reverte, Carmelo, 2008, "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms", *Journal of Business Ethics.*

Romlah, J., Takiah, M.I. and Jusoh, M., 2003, *An Investigation of Environmental Disclosure in Malaysia.* Universiti Kebangsaan Malaysia.

Rosmasita, Hardhina, 2007, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa efek Jakarta*. Prodi Akuntansi Universitas Islam Indonesia.

Roziani, Erna Agustin, 2009, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia", *Skripsi*. Prodi Akuntansi Islam STEI Tazkia.

Sembiring, Eddy R., 2005, "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta", *Makalah Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo,* 15-16 September.

Sharani, U.M., 2004, "Corporate social responsibility underlines values propagated by Islam", *Bernama,* Kuala Lumpur, June 21, p. 1.

Sudarini, Sinta, 2005, "Penggunaan Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Laba Masa Yang Akan Datang", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(3):195-207.

Yunus, K., 2004, "Investment in Islamic Funds Soars", *Business Times*, Kuala Lumpur, June 23, p. 2.

Zaenuddin, Achmad, 2007, "Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap praktek pengungkapan sosial dan lingkungan pada perusahaan manufaktur go publik", *Tesis*, Magister Sains Akuntansi, Universitas Diponegoro.

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3 November 2013
Hal. 173-179

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

ANALISIS FAKTOR KELEMBAGAAN BERBASIS KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA INDUSTRI KREATIF KERAJINAN RAMBUT PURBALINGGA

Agus Arifin dan Rakhmat Priyono
E-mail: arifin_ie@yahoo.co.id

ABSTRACT

The aims of this study are to analyze fundamental factors (endowments and social capitals), institutional factors (managerial and technical skills and social capitals), and business environment (conduct and external condition) on creative industry of hair production in Karangbanjar, Purbalingga. This study used primary and secondary data. The primary one was collected by survey method from respondents (owners/entrepreneurs of hair production industry) and the secondary one was taken from government institutions that supply industrial data. The analysis method used in this study were SWOT analysis for identifying fundamental factors, the five competitive forces model Porter for analyzing institutional factors, and SCP approach for analyzing business environment. The result of this study shows that: 1) creative industry of hair production has strong fundamental factors, 2) high competitiveness among them, 3) scarce material and large capital are crucial problems, 4) Building the model of institutional strengthen is supported by fundamental factors and business environment, that execute through trainings: entrepreneur training, motivation training, cooperative training, and website training.

Keywords: institutional, social capital, hair production, competitive advantage, entrepreneur

JEL classification: J24, L26**,** M31

PENDAHULUAN

Small and Medium Enterprises (SMEs) memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara (Kyaw, 2008; Radam, 2008; Sari, 2008; Bowen *et al.*, 2009; Agyapong, 2010, dan Ardic *et al*., 2011). SMEs memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor (Aranoff *et al*., 2010) dan sebagai penyedia input bagi usaha yang berskala besar melalui subkotrak (Musnidar dan Tambunan, 2007) di negara-negara maju, sedangkan di negara-negara yang sedang berkembang, peranan UKM lebih terokus pada pengentasan permasalahan ekonomi dan sosial, seperti kemiskinan, pengangguran, dan pemerataan pendapatan (Kyaw, 2008 dan Agyapong, 2010).

Kabupaten Purbalingga mempunyai industri kreatif yang menghasilkan produk khas dan unggulan, yaitu kerajinan rambut. Industri kreatif ini mampu menyerap puluhan ribu tenaga kerja dan mengurangi angka pengangguran (Arifin, 2011). Di samping itu, berdasarkan ukuran Kebutuhan Hidup Layak (KHL), 82,5 persen perajin rambut sudah dapat hidup layak (Arifin, 2011). Dengan demikian, industri kreatif ini cukup menjanjikan kesejahteraan bagi masyarakat. Akan tetapi, berbagai kendala juga dihadapi oleh para perajin, sebagaimana dihadapi pula oleh pelaku usaha kecil lain, seperti ketersediaan bahan baku, permodalan, dan pemasaran (Arifin, 2008; Ihua, 2009; dan Bowen *et al.*, 2009). Kendala pemasaran dikarenakan minimnya jaringan usaha dan belum optimalnya terobosan strategi pemasaran menggunakan *Information Technology*

(IT). Di samping itu, rendahnya manajemen dan kualitas sumber daya manusia juga menjadi kendala yang krusial (Sari, 2008; Bowen *et al*., 2009; Kushwaha, 2011; dan Popescu, 2011).

Bertolak dari kekuatan dan kendala tersebut, maka penting untuk dilakukan penelitian tentang penguatan faktor-faktor kelembagaan. Penguatan ini meliputi penguatan modal sosial dan penguatan keterampilan manajerial dan teknis. Modal sosial meliputi budaya kerja, etos kerja, sikap kerja, nilai kerja, karakterteristik pekerja, masyarakat, dan lingkungan, hubungan interpersonal, serta berbagai *softskill*. Keterampilan manajerial dan teknis mencakup kemampuan kewirausahaan, kemampuan teknis produksi dan pemasaran, penguasaan *information technology*, serta jaringan usaha.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Arifin (2007) menyimpulkan bahwa indusri kerajinan rambut di Desa Karangbanjar Purbalingga memiliki konsentrasi yang rendah dan hambatan masuk yang kecil yang cenderung ke pasar persaingan sempurna. Pada penelitian lanjutan dengan pendekatan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), Arifin (2008) menyimpulkan bahwa produk kerajinan rambut Purbalingga ini memiliki keunggulan komparatif daripada kabupaten lain (Karanganyar, Demak, Brebes, dan Sragen) yang menghasilkan output sejenis. Sejalan dengan penelitian ini, Sari, dkk. (2008) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi SMEs di Indonesia dengan variabel modal sosial dan kewirausahaan dan menyimpulkan bahwa dukungan pendanaan tidak bermanfaat bagi SMEs tanpa adanya semangat kewirausahaan. Bowen *et al.*(2009) menyatakan bahwa SMEs dihadapkan pada tantangan-tantangan seperti kompetisi di antara SMEs dan dengan perusahaan besar, kurangnya akses kredit, murahnya barang impor, dan beratnya beban utang. Pendidikan dan pelatihan berkorelasi positif terhadap kesuksesan bisnis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ihua (2009) yang meneliti faktor kunci kegagalan SMEs di United Kingdom (UK) dan Nigeria, yaitu bencana dan krisis, persaingan pasar yang ketat, infrastruktur yang tidak memadai, dukungan sosial yang rendah, pajak yang bermacam-macam dan tarif tinggi, penerapan akuntansi dan pembukuan yang buruk, manajemen yang buruk, pemasaran dan penjualan yang lemah, kondisi ekonomi yang buruk, perencanaan yang tidak matang dan tidak tepat, serta masalah finansial/pendanaan. Faktor krusial penyebab kegagalan SMEs di UK adalah manajemen yang buruk dan di Nigeria adalah kondisi ekonomi yang buruk dan infrastruktur yang tidak memadai.

Berkaitan dengan strategi pemasaran Kushwaha (2011) dan Jahanshahi *et al.* (2011) meneliti perlunya penggunaan internet sebagai media pemasaran bagi SMEs. Penggunaan internet untuk bisnis SMEs hendaknya disesuaikan dengan kekhususan bisnis, tipe, serta karakteristik alamiah bisnis pada SMEs yang bersangkutan sehingga penggunaan internet dapat dipertahankan pada biaya akses yang murah. Namun demikian, terdapat pula kendala yang dihadapi yaitu masalah teknis dan ekonomis termasuk infrastruktur yang berkaitan dengan keamanan dan keterbatasan kemampuan akses. Kushwaha (2011) menyarankan bahwa SMEs dapat membangun perangkat ICT, mengidentifikasi kebutuhan ICT, dan mengalokasikan sumberdaya untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Sementara itu, Jahanshahi *et al*. (2011) menyimpulkan bahwa aplikasi *e-commerce* yang meliputi 5 kategori, yaitu *electronic advertising, payment system, marketing, customer support service,* dan *order and delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional pada SMEs di India. Hal ini dikuatkan oleh Farinda *et al.* (2009) yang menekankan pentingnya membangun jaringan sosial sebagai nilai tambah pada lingkungan bisnis dan menjadi faktor kesuksesan utama kinerja SMEs di Malaysia. Jaringan sosial dibangun pada saat adanya saling interaksi di antara pelaku bisnis yaitu dengan tukar menukar pengalaman yang berharga di antara pelaku bisnis. Kinerja SMEs juga ditentukan oleh manajemen kualitas, sesuai temuan Fening *et al.* (2008) yang menginvestigasi hubungan antara manajemen kualitas dan kinerja SMEs di Ghana dengan menggunakan seperangkat variabel *quality management practices* yaitu kepemimpinan, rencana strategis, SDM, kefokusan pada pelanggan, informasi dan analisis data, manajemen proses, kualitas dan operasional, serta menerapkan 5 indikator kinerja SME, yaitu *profitability, customer satisfaction, sales growth, employee morale,* dan *market share*.

Mengacu pada berbagai penelitian tersebut, temuan-temuan yang relevan diterapkan pada penelitian

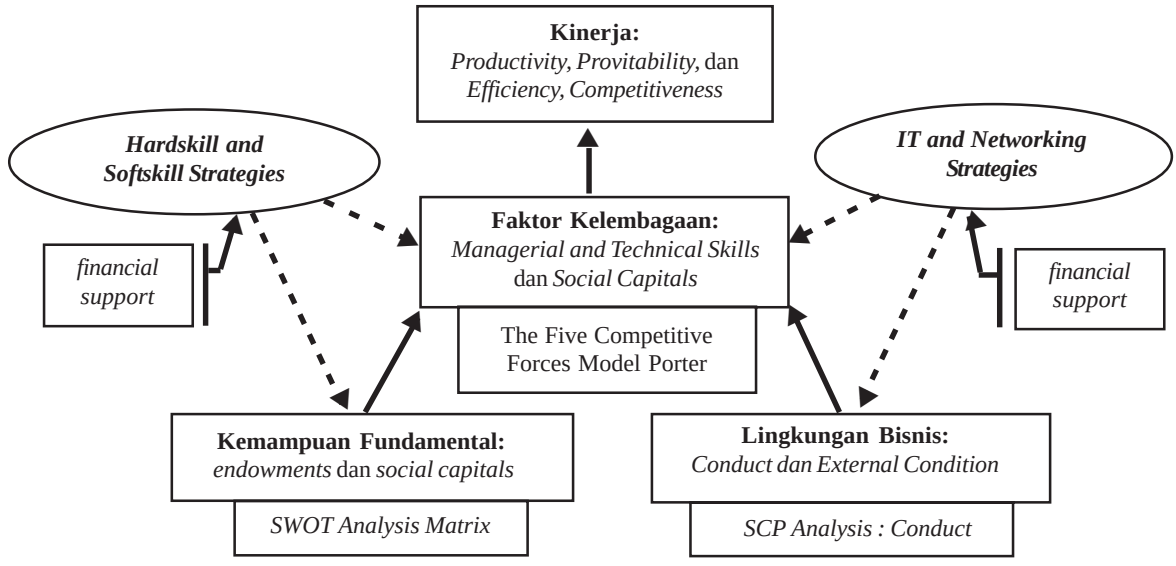
industri kreatif kerajinan rambut ini. Penelitian ini adalah pendalaman dan pengembangan dari penelitian sebelumnya tentang produk kerajinan rambut oleh Arifin (2008 dan 2011). Penelitian ini membentuk model penguatan kelembagaan pada industri kreatif kerajinan rambut sebagai penelitian unggulan tahun pertama dari 2 tahun yang direncanakan.

Data yang diperlukan adalah data primer yang diambil dari para perajin rambut melalui kuesioner dan wawancara, dan data sekunder dari instansi/dinas terkait. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh 68 sampel dari 204 populasi unit usaha kerajinan rambut di Desa Karangbanjar. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dan kuantitatif yang disajikan dalam bentuk deskriptif, eksploratif, teoritis-matematis, dan praktis-analitis. Metode analisis data dijelaskan pada tahapan-tahapan penelitian, yaitu identifikasi kemampuan fundamental usaha, identifikasi dan analisis faktor-faktor kelembagaan, analisis kondisi lingkungan bisnis, dan pembentukan model penguatan kelembagaan berbasis keunggulan kompetitif.

Model ini akan terbentuk jika seluruh tahapan tersebut dilakukan. Model yang terbangun disajikan pada Gambar 1. Faktor kunci keberhasilan usaha adalah faktor kelembagaan. Kekuatan fakor kelembagaan sangat tergantung pada kemampuan fundamental yang kuat dan lingkungan bisnis yang mendukung. Oleh karena itu, penguatan faktor kelembagaan menjadi hal paling penting dilakukan oleh pelaku usaha kerajinan rambut. Ciri keunggulan kompetitif adalah tidak hanya mengandalkan pada kekuatan *endowments* saja, tetapi juga kemampuan mengalahkan para kompetitor dengan menawarkan kepada konsumen nilai yang lebih besar, dalam pengertian harga lebih rendah atau benefit lebih besar dan layanan yang baik. Dengan mengacu pada *the five competitive forces model* yang dikembangkan Porter, kekuatan persaingan usaha ini dapat diukur sehingga dapat diketahui posisi tawar industri kerajinan rambut ini di antara para kompetitornya berdasarkan *market power* dan *market share*.

HASIL PENELITIAN

Analisis pertama pada kemampuan fundamental usaha (modal sosial dan keterampilan manajerial dan teknis) diidentifikasi dengan analisis SWOT. Strategi *Strength-Opportunities* (SO) yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang antara lain memanfaatkan



Gambar 1
Model Penguatan Kelembagaan Berbasis Keunggulan Kompetitif

motivasi tinggi dan budaya kerja tenaga kerja untuk meningkatkan produktivitas dan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pertumbuhan produksi dengan memanfaatkan dukungan lembaga keuangan serta akses kredit murah, dan memanfaatkan dukungan pemerintah daerah untuk membantu mempromosikan produk. Sementara itu, strategi *Weaknesses-Opportunities* (WO) yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yaitu memanfaatkan dukungan pemerintah, perguruan tinggi, dan tenaga kerja muda bermotivasi tinggi, untuk meningkatkan kualitas manajemen, *softskill,* dan penguasaan IT melalui pelatihan dan menfasilitasi terbentuknya koperasi dalam mengatasi pengadaan bahan baku, pemasaran, dan keperluannya.

Selanjutnya, strategi *Strength-Threats* (ST) yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi kelemahan antara lain perlu mencari sumber-sumber alternatif baru pemasok bahan baku maupun bahan baku alternatif, spesialisasi pekerjaan supaya semakin ahli dan efisien serta produktifitas tinggi, kerjasama dalam pemasaran produk, dan penyediaan sarana prasarana lainnya. Sementara itu, Strategi *Weaknesses-Threats* (WT) yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman antara lain perlunya kerjasama antarperajin dan juga dengan pihak lain dalam pengadaan bahan baku, pembentukan kelompok, atau paguyuban untuk mengatasi lemahnya jaringan usaha dan minimnya jaringan pemasaran serta pola pemasaran yang masih individual.

Analisis kedua pada faktor-faktor kelembagaan yang dianalisis dengan *the five competitive forces model*. Pertama, *entry of competitors,* bahwa para perajin mayoritas menyatakan bahwa mendirikan usaha tidak sulit (74%). Kemudahan ini didukung oleh mudahnya mendapatkan tenaga kerja (77%) karena tenaga kerja relatif murah (tingkat pendidikan tidak tinggi) dan diutamakan kemampuan/*skill*. Dua hal utama penghambat usaha yaitu kesulitan modal (50%) dan kesulitan bahan baku (46%). Mayoritas perajin (61%) menyatakan tidak ada ancaman dari pihak lain dalam mendirikan usaha. Kedua, *threats of substitutes,* bahwa industri kreatif kerajinan rambut ini unik dilihat dari bahan baku dan produk akhir, yaitu rambut manusia. Oleh karena itu untuk mendapatkan bahan baku menjadi kesulitan (53%). Penyebab terbesar kesulitan mendapat bahan baku adalah lokasi yang jauh (29%), sulit didapat/langka (18%), dan harga yang mahal (16%). Namun demikian, mereka yakin kalau ketersediaannya selalu cukup (59%). Karakterisitik usaha ini adalah individual dalam mendapatkan bahan baku serta pemasaran. Perajin mayoritas (63 persen) membeli bahan baku rambut langsung ke penjual rambut.

Ketiga, *bargaining power of buyers,* bahwa semua perajin menyatakan tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan produk. Pembeli terbesar adalah pengepul rambut (66%) dan tidak ada waktu tertentu omset penjualan melebihi biasanya (77%). Hal ini menunjukkan bahwa perajin dapat menjual setiap saat dengan pembeli relatif sama/tetap, yaitu pengepul. Sebanyak 97% responden menyatakan bahwa pembeli mempunyai kekuatan dalam menentukan harga jual. Keempat, *bargaining power of suppliers,* bahwa semua perajin memiliki tempat produksi sendiri di rumah sendiri. Bentuk produk sebagian besar berupa produk setengah jadi atau *elus* (87%). Hanya 9% menjual poduk jadi (konde, sanggul, dan cemara), dan 4% menjual keduanya. Perajin merasa nyaman dengan keuntungan dari menjual produk *elus* kepada pengepul karena harga jualnya cukup tinggi setiap unitnya. Kisaran harga setiap unitnya untuk kualitas sedang mencapai Rp500.000,00-Rp750.000,00 dan kualitas bagus mencapai Rp2.000.000,00. Kelima, *rivalry among the existing players,* bahwa persaingan usaha antarsesama perajin tinggi (91%). Keunggulan para pesaing adalah pada modal (79%) karena modal yang besar adalah syarat dapat membeli bahan baku rambut yang mahal dengan jumlah yang lebih banyak. Namun demikian, para perajin menyatakan optimis dan lebih unggul daripada para pesaingnya (63%). Keunggulan usahanya dibandingkan para pesaingnya adalah pada kuantitas dan kualitas produk (70%).

Analisis ketiga pada kondisi lingkungan bisnis yang dianalisis dengan pendekatan *Structur Conduct Performance* (SCP) fokus pada *conduct.* Pertama, *pricing strategies,* bahwa penentuan harga produk mayoritas menggunakan patokan biaya produksi (45,71%). Berdasarkan harga produknya, sebagian besar perajin (74,30%) memilih menetapkan harga sama besar dengan produk pesaing, sedang sisanya (25,70%) menetapkan harga produk lebih tinggi daripada harga pasar. Kedua, *product design strategies,* bahwa sebagian besar perajin (81,43%) menentukan *design* produk didasarkan pada permintaan pasar, sedang

lainnya didasarkan tren/mode dan pengaruh produk sejenis di pasar. Sebagian besar unit usaha (88,6%) menghasilkan bahan *elus*, sedang lainnya menghasilkan produk sanggul modern, *hair extention* (rambut sambung), sonya, kardion, sanggul modi, sanggul pengantin (konde), sanggul bali, sanggul cemara, cepol, dan kepang. Ketiga, *promotional strategies*, bahwa perajin rambut yang melakukan strategi promosi hanya sebesar 7,14% sedangkan 92,86 persen tidak melakukan strategi promosi. Bagi yang melakukan promosi, sebanyak 100% perajin tidak mengalami kesulitan. Setelah promosi, penjualan meningkat tidak sampai 2 kali lipat sebanyak 80% perajin dan meningkat sampai 2 kali lipat sebanyak 20% perajin.

Keempat, *plant investment strategies*, bahwa sebesar 45,71% perajin memiliki sumber modal sendiri, sisanya dari bank. Berdasar sisi kemungkinan tertariknya modal asing, 68,58% perajin memiliki kemungkinan orang asing menanamkan modalnya. Sebanyak 97,14% perajin melakukan perencanaan dan sebanyak 98,57% perajin memiliki penambahan modal dari tahun ke tahun. Kelima, *legal tactics*, bahwa sebanyak 78,57% memiliki keunikan yang terletak pada keaslian produk (10%), jarang ditemukan di tempat lain (31,43%), dan kelangkaan bahan baku (7,14%). Sebesar 61,43% perajin menyatakan produk rambut mudah ditiru oleh pihak lain, 37,14% menyatakan dapat ditiru tetapi memiliki tingkat kesulitan yang tinggi, dan 1,43% menyatakan produk rambut tidak dapat ditiru. Semua perajin menyatakan adanya keahlian khusus. Mayoritas perajin (92,86%) tidak memiliki merk dagang. Untuk menjaga keberlangsungan unit usaha, 61,43% perajin melakukan dengan mempertahankan kualitas produk dan 8,57% memperluas hubungan/koneksi dengan berbagai pihak.

PEMBAHASAN

Faktor kelembagaan menjadi fokus dalam penelitian ini. Dalam model, ada dua penopang faktor kelembagaan yaitu kemampuan fundamental dan lingkungan bisnis. Kemampuan fundamental telah dianalisis dan disimpulkan bahwa perajin memiliki motivasi dan budaya kerja yang tinggi, adanya dukungan lembaga keuangan serta akses kredit yang mudah, dan dukungan pemerintah daerah meskipun lemah. Namun, ada kelemahan sekaligus tantangan ke depan di antaranya perlu mencari sumber-sumber alternatif baru pemasok bahan baku maupun bahan baku alternatif, spesialisasi pekerjaan supaya semakin ahli dan efisien serta produktifitas tinggi, kerjasama dalam pemasaran produk dan penyediaan sarana prasarana lainnya.

Di samping itu, juga perlu dukungan pemerintah, perguruan tinggi, dan tenaga kerja muda bermotivasi tinggi, untuk meningkatkan kualitas manajemen, *softskill*, dan penguasaan IT melalui pelatihan dan menfasilitasi terbentuknya koperasi untuk mengatasi pengadaan bahan baku, pemasaran, dan keperluannya. Juga diperlukan kerjasama antarperajin dan juga dengan pihak lain dalam pengadaan bahan baku, pembentukan kelompok atau paguyuban untuk mengatasi lemahnya jaringan usaha dan minimnya jaringan pemasaran serta pola pemasaran yang masih individual.

Penopang kedua yaitu lingkungan bisnis, yang dapat disimpulkan bahwa para perajin sudah memiliki konsumen dan pasar tersendiri, persaingan bisnis cukup tinggi, mayoritas produk berupa *elus* dijual kepada pengepul, pemasaran di dalam dan di luar Purbalingga (Medan, Brebes, Jakarta, Bandung, bahkan diekspor ke Singapura, Nigeria, Inggris, dan China), harga produk didasarkan pada biaya produksi terutama rambut asli yang harganya relatif mahal dan mendapatkannya sulit, kualitas produk dan modal besar menjadi kunci memenangkan persaingan. Untuk itu, pada penelitian ini dilakukan beberapa pelatihan berdasarkan identifikasi dan analisis fundamental dan lingkungan bisnis yang bertujuan untuk memperluat model ini, yaitu Pelatihan Kewirausahaan, Pelatihan Motivasi, Pelatihan Koperasi, dan Pengelolaan *Website*.

Pelatihan Kewirausahaan untuk mengasah keterampilan teknis, keterampilan manajerial, dan *softskill*. Pelatihan motivasi lebih difokuskan untuk mengasah *softskill* (nilai positif dalam diri untuk berusaha dengan pendekatan motivasi agama). Pelatihan Koperasi merupakan tahap rintisan awal yaitu dengan mengetahui apakah memungkinkan untuk didirikannya koperasi dengan melihat latar belakang dan kondisi riil lokasi. Pelatihan Pengelolaan *Website* difokuskan untuk membantu para perajin dalam memasarkan produknya melalui media internet, tetapi masih dalam tahap pembuatan *website* dengan memilih satu atau lebih perajin menjadi pengelola *website* di kemudian hari.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa industri kreatif kerajinan rambut di Desa Karangbanjar memiliki faktor kelembagaan yang kuat, baik dari sisi keterampilan manajerial dan teknis maupun modal sosial. Persaingan usaha antarsesama perajin tinggi/kuat dan *bargaining power* penjual maupun pembeli juga sama-sama kuat. Bahan baku yang sulit dan modal yang besar menjadi kendala utama. Model Penguatan Kelembagaan ditopang oleh kemampuan fundamental dan lingkungan bisnis, dilakukan melalui berbagai pelatihan, yaitu pelatihan kewirausahaan, pelatihan motivasi, pelatihan koperasi, dan pelathan pengelolaan *website*.

Saran

Saran yang diajukan adalah bahwa dengan pelatihan yang sudah diikuti, para perajin dapat mengoptimalkan lagi kemampuan fundamental dan memanfaatkan kondisi lingkungan bisnis. Para perajin lebih dinamis, kreatif, dan inovatif dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin tinggi, misalnya dengan cara strategi pemasaran melalui *website*.

DAFTAR PUSTAKA

Agyapong, Daniel, 2010, "Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana – A Synthesis of Related Literature", *International Journal of Business and Management*, 5(12).

Aranoff, Shara L *et al.*, 2010, *Small and Medium-Sized Enterprises: Overview of Participation in U.S. Exports*, United States International Trade Commission. Investigation No. 332-508. USITC Publication 4125, Washington DC.

Ardic, Oya Pinar, Nataliya Mylenko, dan Valentina Saltane, 2011, "Small and Medium Enterprises A Cross-Country Analysis with a New Data Set", *Policy Research Working Paper 5538*, Consultative Group to Assist the Poor, Financial and Private Sector Development of The World Bank.

Arifin, Agus, 2007, "Industrial Structure Of Hair Production Centre in Karangbanjar Village, Purbalingga", *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi*, 9(2).

Arifin, Agus, 2008, "Analisis Hubungan Variabel-Variabel Penting pada Usaha Kecil Kerajinan Rambut di Desa Karangbanjar Purbalingga", *Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*,. 3(2):97-102.

Arifin, Agus, 2011, "Eksistensi Industri Kreatif Kerajinan Rambut dalam Upaya Penyerapan Tenaga Kerja dan Pemenuhan Kebutuhan Hidup Layak di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga, 2011", *Proceedings*. Seminar Nasional *Sustainable Competitive Advantage*-1 (SCA-1). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman.

Bowen, Michael *et al.*, 2009, "Management of Business Challenges among Small and Micro Enterprises in Nairobi-Kenya", *Journal of Business Management*, 2(1).

Farinda, Abdul Ghani *et al.*, 2009, "Building Business Networking: A Proposed Framework for Malaysian SMEs", *International Review of Business Research Papers*,.5(2):151-160.

Fening, F.A., G. Pesakovic, dan P. Amaria, 2008, "Relationship between quality management practices and the performance of small and medium size enterprises (SMEs) in Ghana", *International Journal of Quality & Reliability Management*, 25(7): 694-708.

Ihua, Ugwushi Bellema, 2009, "SMEs Key Failure-Factors: A Comparison between the United Kingdom and Nigeria", *Journal of Social Science*,18(3).

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3 November 2013
Hal. 181-188

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

PENGARUH PENDAPATAN PER KAPITA, *ECONOMIC GROWTH RATE, ECONOMIC STRUCTURE,* DAN *TAX RATE* TERHADAP *TAX RATIO* PADA NEGARA-NEGARA *ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT*

Danny Wibowo
E-mail: danny_wibowo@ymail.com

ABSTRACT

The purpose of this study to identify and obtain evidence about the influence per capita income, economic growth rate, economic structure, and the tax rate on the tax ratio in the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) countries. Type of research is the use of quantitative data. The research is based on the measurement results in the form of numerical data. Sources used in research is secondary data. Methods of data collection in this study is to collect data by the method of documentation. The sampling technique used in this study was purposive sampling and the sampling technique with specific considerations. Because of the limitations of the data of the whole country, then the sample is taken the countries belonging to the OECD, including Indonesia. Based on statistical tests were performed, the results obtained are in the classical assumption test it can be concluded that the regression model has qualified the assumptions of normality, free from the problem of multicollinearity, heteroscedasticity, auto correlation. The overall effect of independent variables on the dependent variable is affected by 49.8%. Based on partial test or t test, indicated that of the four independent variables only the economic structure that significantly affect the tax ratio.

Keywords: income per capita, economic growth rate, economic structure, tax rate, tax ratio

JEL classification: F43, H21, H24

PENDAHULUAN

Pajak menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh semua kalangan masyarakat sejak banyaknya peristiwa-peristiwa positif maupun negatif yang terjadi dalam dunia perpajakkan. Istilah *tax ratio* sebagai perbandingan antara pendapatan pajak dan total pendapatan bruto sering digunakan untuk menunjukkan tingkat kesuksesan suatu negara dalam pemungutan pajak (Hishikawa, 2002; Kudrle, 2005). Rasio ini biasa digunakan sebagai salah satu tolok ukur untuk melakukan penilaian terhadap kinerja penerimaan perpajakan mengingat *Gross Domestic Product* (GDP) yang menunjukkan *output* nasional merupakan indikator kesejahteraan masyarakat. Kenaikan rasio mengindikasikan keberhasilan dalam proses pemungutan pajak, karena menunjukkan semakin tingginya nilai rupiah yang dapat dipungut sebagai penerimaan pajak dari setiap rupiah output nasional (Dharmapala, 2006).

Sumber utama penerimaan pajak negara adalah dari kontribusi masyarakat yang ada dalam suatu negara. Setiap individu yang membayar pajak, berharap dengan adanya dana yang dibayarkan kepada negara maka pajak menjadi sumber dana yang dapat digunakan untuk pembangunan ekonomi negara sehingga masyarakat menjadi sejahtera, adil, dan makmur (Holik, 2005; Masters, 2006). Untuk itu pemerintah di berbagai negara berusaha untuk meningkatkan pendapatan nasional. Apabila pendapatan nasional meningkat, maka pendapatan perkapita masyarakat juga akan meningkat sehingga potensi untuk mendapatkan pajak sebagai dana pembangunan juga meningkat (Keen, 2004). Sejalan dengan peningkatan pendapatan per kapita, perekonomian suatu negara akan bergeser dari yang semula mengandalkan sektor pertanian menuju ke sektor industri. Gambaran kondisi struktur ekonomi suatu negara dapat dilihat melalui kontribusi setiap sektor ekonomi terhadap pembentukan GDP. Semakin tingginya kontribusi sektor industri, maka mengindikasikan kemajuan pembangunan negara tersebut (Kaufmann, 2012).

Negara menggunakan GDP sebagai salah satu tolak ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui jumlah pendapatan suatu negara. GDP adalah jumlah produk berupa barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi di dalam batas wilayah suatu negara (domestik) selama satu tahun. Pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan GDP dari waktu ke waktu. Kenaikan GDP dapat menyebabkan perubahan rasio pendapatan negara karena GDP merupakan pembilang dari perhitungan *tax ratio*.

Pendapatan pajak harus diawasi dengan baik sehingga keperluan pembangunan negara dapat dibiayai dan selebihnya dapat menjadi tabungan negara. *Tax rate* yang rendah mempengaruhi pembayar pajak untuk melaporkan lebih besar penghasilan kena pajaknya. Oleh karena itu, kebijakan besarnya pengenaan *tax rate* berpengaruh terhadap upaya memaksimalkan potensi pendapatan pajak suatu negara (Kenny, 2006). Nampak, semua faktor-faktor tersebut sangat berkaitan satu sama lain dan berpengaruh terhadap *tax ratio* suatu negara. Oleh karena itu, menjadi penting untuk mengetahui apakah faktor pendapatan per kapita, *economic growth rate, economic structure*, dan *tax rate* memiliki hubungan erat dengan pendapatan pajak di setiap negara, memiliki pengaruh yang sama antara negara-negara yang memiliki sistem perekonomian yang berbeda-beda. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) apakah pendapatan per kapita berpengaruh terhadap *tax ratio* suatu negara; 2) apakah *economic growth* berpengaruh terhadap *tax ratio* suatu negara; 3) apakah *economic structure* berpengaruh terhadap *tax ratio* suatu negara; dan 4) apakah *tax rate* berpengaruh terhadap *tax ratio* suatu negara.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Kinerja penerimaan pajak dapat diukur dengan beberapa indikator. *Tax effort* adalah perbandingan antara jumlah penerimaan pajak aktual dengan kapasitas atau kemampuan penduduk untuk membayar pajak *(tax capacity). Tax effectiveness* merupakan perbandingan antara penerimaan pajak aktual dengan potensi penerimaan pajak. Efektifitas pajak secara tidak langsung menunjukkan seberapa besar keberhasilan suatu negara dalam mengumpulkan pajak dari potensi yang dimiliknya. *Administrative Efficiency Ratio* (AER) menggambarkan kemampuan dalam menggali dan merealisir sumber pendapatan daerah berdasarkan potensi melalui perbandingan antara jumlah realisasi penerimaan dengan potensi yang ada. Hal ini menggambarkan persentase kemampuan memungut pajakterhadap potensi pajak. Semakin besar AER semakin besar kemampuan memungut, berarti semakin besar pula efektifitas pemungutan yang dicapai (Slemrod, 2004 dan 2006).

Pendapatan per kapita adalah jumlah nilai barang dan jasa rata-rata yang tersedia bagi setiap penduduk suatu negara pada suatu periode tertentu. Pendapatan per kapita dapat digunakan untuk membandingkan kesejahteraan atau standar hidup suatu negara dari tahun ke tahun. Pendapatan per kapita diperoleh dari pendapatan nasional pada tahun tertentu dibagi jumlah penduduk suatu negara pada tahun tersebut. Pendapatan nasional dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Konsep pendapatan nasional yang bisa dipakai dalam menghitung pendapatan per kapita oleh pemerintah suatu negara umumnya adalah GDP atau Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Nasional Bruto (PNB).

Pertumbuhan ekonomi merupakan kenaikan

output perkapita dalam jangka panjang. Suatu perekonomian dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi jika jumlah produk barang dan jasa mengalami peningkatan. Stuktur perekonomian suatu negara digolongkan menjadi 3, yaitu negara terbelakang, negara sedang berkembang, dan negara maju. Untuk mengetahui apakah suatu negara masuk kategori negara berkembang atau bukan dibutuhkan banyak syarat atau indikator yang mungkin tidak dapat dipenuhi oleh suatu negara. Oleh karena itu, suatu negara kaya belum tentu menjadi negara maju, karena ada beberapa syarat yang tidak dapat dipenuhi seperti kemajuan di bidang ekonomi, teknologi, dan kondisi sosial politik (World Bank, 2006).

Pemungutan pajak kepada masyarakat bukan merupakan upaya yang mudah. Apabila terlalu tinggi, masyarakat enggan membayar pajak, dan apabila terlalu rendah, maka pembangunan tidak akan berjalan karena dana yang kurang. Agar tidak menimbulkan berbagai masalah, maka pemungutan pajak harus memenuhi persyaratan yaitu pemungutan pajak harus adil, pengaturan pajak harus berdasarkan undang-undang, pemungutan pajak tidak menggangu perekonomian, pemungutan pajak harus efisien, dan sistem pemungutan pajak harus sederhana. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Peningkatan pendapatan per kapita berpengaruh terhadap *tax ratio.*

H2: Peningkatan *economic growth* berpengaruh terhadap *tax ratio.*

H3: *Economic structure* negara yang didominasi oleh sektor industri berpengaruh terhadap *tax ratio.*

H4: *Tax rate* berpengaruh terhadap *tax ratio.*

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu penelitian yang didasarkan pada hasil pengukuran yang berwujud data numerikal. Sumber yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang bersumber dari *website* World Bank (http://data.worldbank.org) untuk memperoleh data GDP, GDP per kapita, dan pendapatan pajak berdasarkan GDP, *website* Badan Pusat Statistik (http://www.bps.go.id) untuk memperoleh data struktur ekonomi negara Indonesia, dan *website World-Wide Tax* (http://www.worldwide-tax.com) untuk memperoleh data *tax rate* seluruh negara. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Oleh karena keterbatasan data dari seluruh negara, maka sampel yang diambil negara-negara yang tergabung dalam OECD termasuk Indonesia Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN

Berikut ini ditunjukkan data tentang variabel penelitian.

Tabel 1
Pendapatan Per Kapita, GDP *Growth*, Struktur Industri, *Tax Rate*, dan *Tax Ratio*
Tahun 1983-212

Tahun	Pendapatan Per Kapita	GDP Growth	Struktur Industri	*Tax Rate*	*Tax Ratio*
1983	600,380961	8,44990772	39,82695753	37,3	15,75803926
1984	529,4355778	7,172151983	39,11827371	37,3	14,35640676
1985	531,9293186	3,477538794	35,8488092	37,3	15,56199185
1986	519,5056225	5,964516381	33,74281477	37,3	14,01936678
1987	466,9012814	5,30000314	36,2540657	37,3	14,04722046
1988	434,4610427	6,355678747	37,26602819	37,6	15,99646956
1989	498,7878177	9,084714336	38,34520225	37,8	15,75803926
1990	559,9138265	9,001573222	39,11815216	37,3	14,35640676
1991	620,7161311	8,927796145	40,40187312	37,3	15,64116412
1992	683,7384322	7,220501604	39,64412931	37,3	15,75803926

Tahun	Pendapatan Per Kapita	GDP Growth	Struktur Industri	*Tax Rate*	*Tax Ratio*
1993	730,2214455	7,254075412	39,68046069	37,3	14,35640676
1994	816,464647	7,540066679	40,64204232	37,3	15,56199185
1995	900,2674297	8,396358045	41,80084435	37,3	14,01936678
1996	1013,699545	7,642786284	43,45561655	37,3	14,04722046
1997	1124,16197	4,699872542	44,32895511	37,3	15,99646956
1998	1052,107705	(13,12672393)	45,22821773	37,3	14,96617063
1999	459,2276532	0,791129836	43,36007462	37,3	15,4751667
2000	664,7397402	4,920064597	45,92539384	37,3	11,23456
2001	773,3109699	3,643466447	46,45484298	37,3	11,57818458
2002	742,1107816	4,499475391	44,462924	37,3	11,82695959
2003	893,3199025	4,780369122	43,74956696	37,3	12,38553231
2004	1058,299984	5,030873945	44,62761454	37,3	12,3307675
2005	1143,496951	5,692571304	46,54105787	37,3	12,50237804
2006	1257,653396	5,500951785	46,94355874	37,3	12,25446097
2007	1585,650791	6,345022245	46,79914152	37,3	12,42728189
2008	1859,302639	6,013702503	48,06074477	37,3	13,03621003
2009	2171,7048	4,628874078	47,65212229	37,6	11,43072581
2010	2272,733849	6,195358535	46,98257419	37,3	10,86955311
2011	2951,699149	6,456977709	47,15129812	34,5	11,76603964
2012	3494,604574	6,013702503	48,06074477	37,3	13,03621003

Sumber: http://data.worldbank.org., http://www.bps.go.id., http://www.worldwide-tax.com

Berdasarkan Tabel 1, dilakukan pengolahan data statistik dengan regresi berganda dan diperoleh hasil seperti ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Hasil Regresi Berganda

Model		Coefficients[a] *Unstandardized Coefficients* B	Std. Error	*Standardized Coefficients* Beta	*t*	*Sig.*	*Collinearity Statistics* Tolerance	VIF
1	*(Constant)*	15,692	18,931		,829	,415		
	Income PerCapita	4,103E-6	,000	,002	,008	,993	,405	2,469
	GDP Growth	-,062	,063	-,146	-,978	,337	,903	1,107
	Economic Structure	-,284	,085	-,699	-3,337	,003	,457	2,186
	Tax Rate	,282	,507	,090	,556	,583	,773	1,294

a. Dependent Variable: Tax_Ratio

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 15{,}692 + (4{,}103E\text{-}6)\beta_1 - 0{,}062\beta_2 - 0{,}284\beta_3 + 0{,}282\beta_4 + e_i$$

PEMBAHASAN

Berdasarkan uji asumsi klasik, diperoleh hasil sebagai berikut:

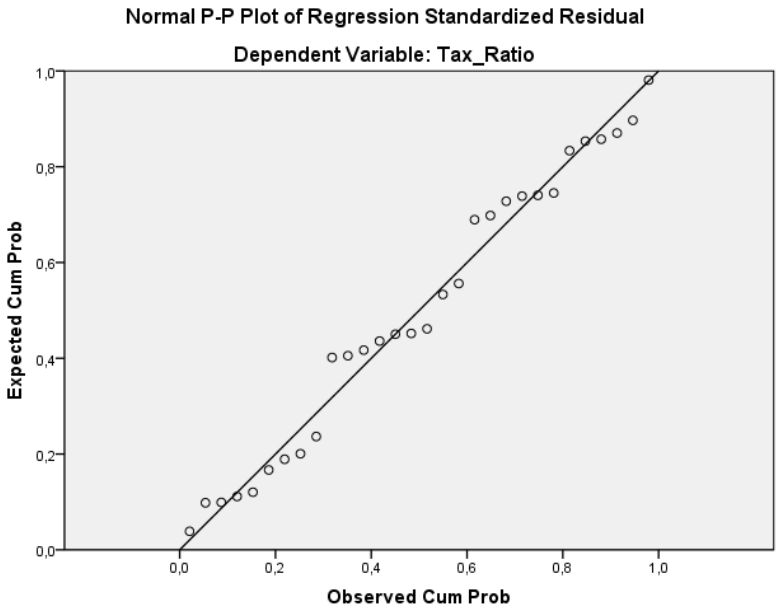
Berdasarkan Gambar 1 tampak data menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal tersebut. Hal ini membuktikan bahwa uji asumsi normalitas telah terpenuhi.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

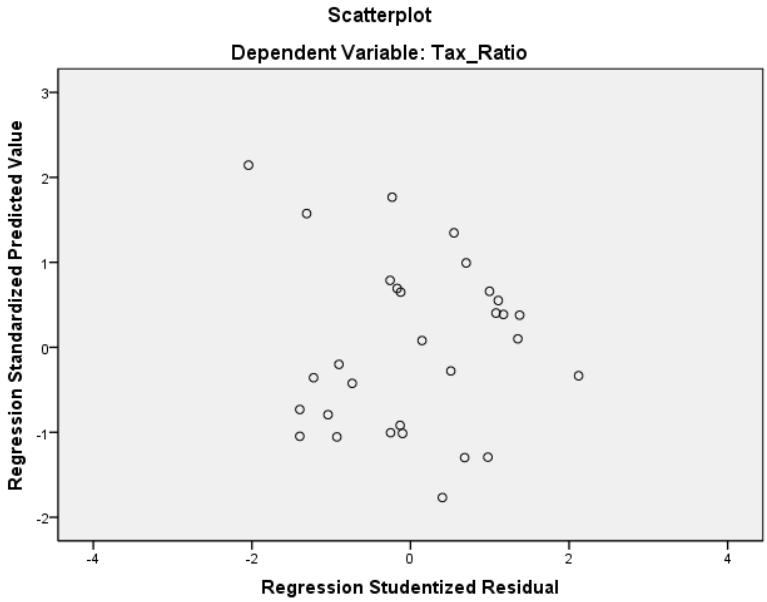
Model		Coefficients[a] Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	*(Constant)*		
	Income_PerCapita	,405	2,469
	GDP_Growth	,903	1,107
	Economic_Structure	,457	2,186
	Tax_Rate	,773	1,294

a. Dependent Variable: Tax_Ratio

Berdasarkan Tabel 3, tampak bahwa semua nilai VIF < 10. Ini berarti tidak terjadi multikolinieritas sehingga uji multikolonoeritas terpenuhi.



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas Data



Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2, tampak titik- titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh hasil bahwa nilai Durbin-Watson ada di antara -2 sampai + 2. Ini berarti tidak terjadi autokorelasi.

Pengujian semua hipotesis penelitian ditunjukkan pada Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5, tampak hanya hipotesis penelitian 3 yang diterima sedang hipotesis penelitian 1, 2, dan 4 ditolak.

Tabel 4
Hasil Uji Otokorelasi

Model Summary[b]

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,498	6,201	4	25	,001	1,231

a. Predictors: (Constant), Tax_Rate, GDP_Growth, Economic_Structure, Income_PerCapita
b. Dependent Variable: Tax_Ratio

Tabel 5
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Pernyataan	Nilai	Keterangan
H_1	Terdapat pengaruh peningkatan pendapatan per kapita terhadap *tax ratio*	0,008	Ditolak
H_2	Terdapat pengaruh peningkatan *economic growth* terhadap *tax ratio*	- 0,978	Ditolak
H_3	Terdapat pengaruh *economic structure* negara yang didominasi oleh sektor industri terhadap *tax ratio*	- 3,337	Diterima
H_4	Terdapat pengaruh antara *tax rate* terhadap *tax ratio*	0,556	Ditolak

Sumber: Tabel 2.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pendapatan per kapita, *economic growth, economic structure*, dan *tax rate* berpengaruh signifikan terhadap *tax ratio*. Berdasarkan uji statistik yang dilakukan, hanya *economic structure* yang berpengaruh signifikan terhadap *tax ratio.*

Saran

Saran yang disampaikan adalah agar pada penelitian berikutnya mengelaborasi variabel pendapatan per kapita, *economic growth*, dan *tax rate* agar berpengaruh signifikan terhadap *tax ratio* sehingga bermanfaat bagi pemerintah dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

Dharmapala, Dhammika, and Hines, J. R., Jr., 2006, "Wich Countries Become Tax Havens". NBER *Working Paper* No. 12802.

Hishikawa, A., 2002, "The Death of Tax Havens" *Boston College International and Comparative Law Review*, 25:389 – 417.

Holik, D. S., 2005, "Foreign Trusts, 2002", *Statistics of Income Bulletin*, 25:134 – 150.

Kaufmann, D., A. Kraay and M. Mastruzzi, 2012, "Governance Matters IV: Governance Indicators For 1996 – 2011", World Bank *Working Paper*.

Keen, M. and D. Wildasin, 2004, "Pareto-Efficient International Taxation", *American Economic Review*, 94:259 – 275.

Kenny, L. W. and S. L. Winer, 2006, "Tax Systems in the World: An Empirical Investigation into the Importance of Tax Bases, Administration Costs, Scale and Political Regime", *International Tax and Public Finance*, 13:181 – 215.

Kudrle, R. T. and L. Eden, 2005, "Tax Havens: Renegade States in the International Tax Regime?", *Law and Policy*, 27:100 – 127.

Masters, M. and C. Oh, 2006, "Controlled Foreign Corporations, 2002", *Statistics of Income Bulletin*, 25:193 – 232.

Slemrod, J., 2004, "Are Corporate Tax Rates. Or Countries, Converging?", *Journal of Public Economics*, 88:1169 – 1186.

Slemrod, J. and D. Wilson, 2006, "Tax Competition with Parasitic Tax Havens", NBER *Working Paper* 12225.

World Bank, 2006, *Where is the Wealth of Nations? Measuring Capital for thr 21st Century*, World Bank, Washington, DC.

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3 November 2013
Hal. 189-200

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

PENGARUH *POWER* TERHADAP MOTIVASI DAN PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA YANG DIMODERASI OLEH KEPRIBADIAN

Aji Irawan
E-mail: aji_irawan@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to empirically tested the influence of power to motivation, motivation to performance, and personality that simultaneously moderate the power-motivation-performance relationships. This research use french & raven's model to measure power (reward, coercive, legitimate, expert, and referent) and mccrae & costa's big five model to measure personality (emotional stability, extraversion, openness to experience, agreeableness, and conscientiousness). Data collection procedure use survey through questionnaire. Hypotheses tested by using path analysis on sem (structural equation modeling) two-steps. There are several important result. First, reward power is not significantly have positive effect on motivation and coercive power is not significantly have negative effect on motivation. Second, legitimate, expert, and referent power proved to be significant and positively affect motivation. Third, motivation proved to be significant and positively affect performance. Fourth, personality can simultaneously moderate the power-motivation-performance relationships.

Keywords: *power, motivation, performance, personality*

JEL classification: J53

PENDAHULUAN

Sampai saat ini, topik penelitian mengenai *power* kurang mendapatkan perhatian, bahkan dalam lingkup penelitian manajerial. Hal tersebut menimbulkan banyak kesalahpahaman mengenai topik *power* dan manajemen. Kesalahpahaman ini menjadi semakin bertambah karena dalam organisasi yang besar dan kompleks sekarang ini, sebagian besar kinerja manajerial yang efektif di dalam organisasi memerlukan keahlian dalam memperoleh dan mempergunakan *power*.

Organisasi yang efektif adalah organisasi yang dapat mencapai tujuannya. Suatu organisasi dalam mencapai tujuannya tidak hanya tergantung pada peralatan yang bagus serta sarana dan prasarana yang lengkap, tetapi justru lebih tergantung pada kinerja setiap individu yang ada di dalam organisasi tersebut. Setiap organisasi akan selalu berusaha meningkatkan kinerja karyawannya dengan harapan agar tujuan organisasi akan dapat dicapai. Agar karyawan dapat bekerja dengan baik, maka memerlukan daya dorong agar mau dan mampu untuk bekerja. Daya dorong tersebut disebut dengan motivasi. Dengan demikian, salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi karyawan tersebut.

Manajer harus terampil untuk memperoleh dan mempergunakan *power* di dalam melakukan pekerjaannya, karena manajer bergantung pada orang

lain, misalnya karyawan di dalam organisasi tersebut. Tanpa memperdulikan jenis organisasi, salah satu peran dasar suatu organisasi adalah untuk menyebarkan pengetahuan, kesempatan, dan peraturan kerja dari atasan kepada bawahan. Proses tersebut telah diteliti melalui sebuah penelitian dan didefinisi sebagai *power* (Koslowsky & Stashevsky, 2005). Jadi, *power* dipandang sebagai sebuah aset berharga yang berusaha untuk didapatkan oleh organisasi (Erkutlu & Chafra, 2006) dan mempunyai pengaruh terhadap tindakan manajemen dan reaksi karyawan (Tjosvold & Sun, 2005).

Teori harapan dari Victor H. Vroom mengatakan bahwa seseorang akan termotivasi jika ia merasa mendapatkan penghargaan atas kinerjanya (Schermerhorn, *et al*., 2004). Karyawan yang berkinerja dengan baik pantas digaji dengan layak sehingga timbul motivasi dalam dirinya untuk berkinerja lebih baik lagi. Jadi, motivasi karyawan yang tinggi akan meningkatkan kinerjanya. Beberapa penelitian juga menghasilkan adanya hubungan yang signifikan antara motivasi dan kinerja (Halbesleben & Bowler, 2007; Grant, 2008; Springer, 2011).

Ketika seorang pemimpin menggunakan *power* dapat menyebabkan banyak kemungkinan hasil yang tergantung pada basis *power* yang digunakan, metode yang diterapkan, dan karakteristik individu baik pemimpin maupun bawahan. Salah satu karakteristik individu tersebut adalah kepribadiannya. Kepribadian adalah suatu sifat yang menonjol pada diri seseorang. Kepribadian seseorang berbeda antara satu dengan yang lain. Kepribadian dipandang sebagai variabel yang kuat dan signifikan, serta dipersepsikan sebagai alat psikologi utama untuk mengarahkan dan mengendalikan perilaku (Heinstrom, 2003). Oleh karena itu, penulis menyimpulkan bahwa kepribadian seseorang dapat mempengaruhi persepsi orang tersebut tentang *power* yang digunakan oleh orang lain.

Motivasi merupakan dorongan untuk mencapai suatu tujuan dan motivasi itu berbeda antara satu orang dengan orang yang lain. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karena manusia pada dasarnya unik dan berbeda-beda. Salah satu bentuk perbedaan itu adalah kepribadiannya. Kepribadian setiap orang pasti berbeda-beda, oleh sebab itu motivasi seseorang dalam melakukan suatu hal pasti berbeda pula. Motivasi karyawan dalam bekerja dipengaruhi oleh kepribadian karyawan tersebut. Judge & Illies (2002) menyimpulkan bahwa kepribadian model *Big Five* adalah suatu hal penting yang mempengaruhi motivasi.

Kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh faktor kepribadian. Sebagai contoh, karyawan yang berkepribadian terbuka dan tidak pemalu akan lebih baik berkinerja dalam tim dibandingkan dengan orang yang berkepribadian tertutup dan pemalu. Organisasi dalam mencapai tujuannya membutuhkan karyawan yang mampu berkinerja dengan baik. Kepribadian karyawan tersebut berpengaruh terhadap kinerja karyawan tersebut di dalam organisasi. Penelitian Rothmann & Coetzer (2003) menyimpulkan bahwa kepribadian berhubungan dengan kinerja.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis ingin meneliti tentang pengaruh *power* terhadap motivasi dan pengaruh motivasi terhadap kinerja serta kepribadian yang memoderasi pengaruh *power* terhadap motivasi dan pengaruh motivasi terhadap kinerja. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui 1) pengaruh *power* terhadap motivasi; 2) pengaruh motivasi terhadap kinerja; dan 3) apakah kepribadian memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Menurut Gibson *et al*., (2009) karyawan yang termotivasi cenderung produktif dan melakukan pekerjaannya sebaik mungkin. Jadi, manajer harus selalu berusaha memotivasi karyawannya untuk dapat mencapai tujuan organisasi. Hasil penelitian Elangovan & Xie (2000) menunjukkan bahwa persepsi karyawan akan *reward power* atasan secara positif dan signifikan menjadi prediktor terhadap motivasinya. Jadi, jika karyawan menganggap atasannya suka memberikan penghargaan maka motivasinya bekerja akan tinggi karena merasa bahwa usahanya akan diberi penghargaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H1a: *Reward power* berpengaruh positif terhadap motivasi.

Coercive power adalah kekuasaan untuk mendisiplin-kan, menghukum, dan tidak memberikan penghargaan (Erkutlu & Chafra, 2006). Manajer yang memiliki *referent power* tinggi atau manajer yang

berkharisma jarang menggunakan hukuman (Koslowsky & Stashvesky, 2005). Karena menggunakan *coercive power* akan mengurangi *referent power* dan *referent power* berhubungan positif dengan motivasi intrinsik karyawan (Boggs *et al*., 2003), maka penggunaan *coercive power* akan mengurangi motivasi karyawan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H1b: *Coercive power* berpengaruh negatif terhadap motivasi.

Legitimate power disebut juga wewenang formal (Erkutlu & Chafra, 2006) dan bersumber dari persepsi bawahan bahwa atasannya berhak untuk mengendalikan perilakunya (Schermerhorn *et al*., 2004). Manajer dengan *legitimate power* yang tinggi akan meningkatkan arti penting pekerjaan dan tanggung jawab serta kewajiban bawahannya (Elangovan & Xie, 2000). Manajer, sebagai perwakilan dari organisasi akan selalu berusaha untuk meningkatkan motivasi karyawannya untuk menyukseskan organisasi tersebut (Annamalai *et al*., 2010). Hasil penelitian Elangovan & Xie (2000) menunjukkan bahwa persepsi karyawan akan *legitimate power* atasan secara positif menjadi prediktor motivasinya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H1c: *Legitimate power* berpengaruh positif terhadap motivasi.

Expert power bersumber dari persepsi bawahan bahwa atasan mempunyai keterampilan dan pengetahuan tertentu yang diperlukannya tetapi tidak dimiliki olehnya (Schermerhorn, *et.al*., 2004). Elangovan & Xie (2000) menyimpulkan bahwa manajer dengan *expert power* yang tinggi akan menyediakan pedoman dan bantuan untuk dapat menyelesaikan pekerjaan yang akan meningkatkan *expectancy* (probabilitas usahanya akan diikuti oleh prestasi kerja) dan secara positif mempengaruhi motivasinya. Hasil penelitian Elangovan & Xie (2000) menunjukkan bahwa persepsi karyawan akan *expert power* atasan secara positif dan signifikan menjadi prediktor kepuasan kerjanya. Karena kepuasan kerja berhubungan dengan motivasi (Springer, 2011), maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *expert power* oleh atasan akan berpengaruh terhadap motivasi karyawan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H1d: *Expert power* berpengaruh positif terhadap motivasi.

Motivasi intrinsik dapat dianggap sebagai perasaan positif, berdasarkan penilaiannya terhadap perilakunya, dan tidak tergantung pada sumber kepuasan eksternal (Boggs *et al*., 2003).. *Referent power* adalah *power* yang menghasilkan adanya hubungan perasaan antara orang yang mempengaruhi dengan orang yang dipengaruhi. Perasaan itu adalah rasa kagum, percaya (Erkutlu & Chafra, 2006), atau ingin menjadi sepertinya (Ambur, 2000).

Penelitian Boggs *e. al.,* (2003) menunjukkan bahwa *referent power* berpengaruh positif terhadap motivasi intrinsik karyawan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa jika karyawan suka dengan atasannya, maka akan mengaguminya, termotivasi menjadi sepertinya, dan meningkatkan *self-concept*nya supaya sama dengan atasannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H1e: *Referent power* berpengaruh positif terhadap motivasi.

Menurut Gibson *et al*., (2009) karyawan yang termotivasi cenderung produktif dan melakukan pekerjaannya sebaik mungkin. Salah satu indikator kinerja adalah produktivitas. Jadi karyawan yang produktif dapat diartikan sebagai karyawan yang berkinerja baik. Kinerja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah motivasi (Manzoor, 2011). Motivasi dapat didefinisi sebagai sekumpulan tindakan yang berhubungan dengan suatu kekuatan yang dapat meningkatkan kinerja dan mengarahkannya untuk menyelesaikan target tertentu (Khan *et al*., 2010). Khan *et al*., (2010) menyimpulkan bahwa penghargaan menyebabkan kepuasan karyawan yang secara langsung mempengaruhi kinerjanya. Penelitian terdahulu (Grant, 2008; Halbesleben & Bowler, 2007; dan Springer, 2011) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara motivasi dengan kinerja. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H2: Motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja.

Gibson *et al.,* (2009) berpendapat bahwa motivasi berhubungan dengan perilaku dan perilaku setiap orang itu pasti berbeda-beda. Kepribadian dapat mewakili bentuk dasar perilaku dan kognitif yang telah terbukti tetap sepanjang waktu dan dalam keadaan yang berbeda-beda serta dipandang sebagai alat psikologi utama untuk mengarahkan dan mengendalikan perilaku (Heinstrom, 2003). Oleh karena itu, secara rasional

kepribadian dapat memanipulasi sikap dan nilai seseorang (Olver & Mooradian, 2003). Hasil penelitian Judge & Illies (2002) menunjukkan bahwa kepribadian model *Big Five* merupakan suatu hal penting yang mempengaruhi motivasi.

Hasil penelitian Rothmann & Coetzer (2003) menunjukkan bahwa kepribadian model *Big Five* berhubungan dengan kinerja. Model *Big Five* adalah prediktor perilaku kerja lintas budaya, waktu, dan konteks yang kuat (Robbins & Judge, 2008) serta dianggap sebagai dasar untuk mengukur kepribadian dan konsisten secara universal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi karyawan tentang *power* atasan akan mempengaruhi motivasinya dan akan mempengaruhi kinerjanya. Akan tetapi, kepribadian dapat memanipulasi sikap dan nilai karyawan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H3: Kepribadian memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja.

Penelitian ini menggunakan *setting* di STIE YKPN Yogyakarta dengan sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari responden yang diperoleh dari seluruh karyawan bagian administrasi STIE YKPN Yogyakarta yang berjumlah 60 orang. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survei, yaitu dengan menggunakan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dan pernyataan yang dibagikan kepada seluruh karyawan bagian administrasi STIE YKPN Yogyakarta yang berjumlah 60 orang. Berdasar 60 kuesioner yang disebar, kuesioner kembali berjumlah 55 kuesioner, dan kuesioner yang tidak kembali berjumlah 5 kuesioner. Dengan demikian, *response rate* penelitian ini adalah sebesar 91,67%.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mencakup pertanyaan tentang demografi responden. Pertanyaannya meliputi jenis kelamin, usia, masa kerja, dan pendidikan terakhir responden. Kuesioner dalam penelitian ini juga mencakup pernyataan untuk mengukur variabel yang akan diuji dalam penelitian ini. Adapun variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah *power*, motivasi, kinerja, dan kepribadian. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* lima skala, yaitu "Sangat Tidak Setuju", "Tidak Setuju", "Netral", "Setuju", dan "Sangat Setuju".

Hipotesis penelitian ini diuji dengan menggunakan *path analysis* dalam *Structural equation modeling* (SEM) *two-steps*. Hipotesis akan didukung jika ada *significant path* pada panah hubungan antarvariabel. Sebaliknya, hipotesis tidak didukung jika tidak ada *significant path* pada panah hubungan antarvariabel. Penulis menggunakan SEM *two-steps* dalam penelitian ini untuk mengantisipasi keterbatasan jumlah data yang diperoleh.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari 55 responden, 35 responden berjenis kelamin laki-laki (63,64%) dan 20 responden berjenis kelamin perempuan (36,36%). Berdasarkan data yang diperoleh dari 55 responden, 7 responden berusia antara 35 – 40 tahun (12,73%), 16 responden berusia antara 40 – 45 tahun (29,09%), 17 responden berusia antara 45 – 50 tahun (30,91%), 12 responden berusia antara 50 – 55 tahun (21,82%), dan 3 responden berusia antara 55 – 60 tahun (5,45%). Usia minimal atau karyawan termuda berusia 36 tahun dan usia maksimal atau karyawan tertua berusia 59 tahun dengan rata-rata usia sebesar 45,75 tahun.

Berdasarkan data yang diperoleh dari 55 responden, 1 responden mempunyai masa kerja antara 0 – 10 tahun (1,82%), 24 responden mempunyai masa kerja antara 10 – 20 tahun (43,64%), dan 30 responden mempunyai masa kerja antara 20 – 30 tahun (54,54%). Masa kerja minimal adalah 2 tahun dan masa kerja terlama adalah 59 tahun dengan rata-rata masa kerja sebesar 21,33 tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari 55 responden, 4 responden berpendidikan SMP (7,27%), 35 responden berpendidikan SMA (63,63%), 1 responden berpendidikan D2 (1,82%), 8 responden berpendidikan D3 (14,55%), dan 7 responden berpendidikan S1 (12,73%).

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor pada program SPSS 16.0. Suatu item pernyataan dinyatakan valid jika skor *factor loading* e" 0,5. Hasil pengujian validitas variabel *power* menunjukkan bahwa skor *factor loading* seluruh item pernyataannya e" 0,5. Dengan demikian, semua item pernyataannya dapat dikatakan valid. Hasil pengujian validitas variabel *power* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas *Power*

Variabel	Item	*Factor loading*	Keterangan
Reward power	RWP1	0,870	Valid
	RWP2	0,870	Valid
	RWP3	0,706	Valid
	RWP4	0,720	Valid
Coercive power	COP1	0,935	Valid
	COP2	0,834	Valid
	COP3	0,876	Valid
	COP4	0,835	Valid
Legitimate power	LEP1	0,501	Valid
	LEP2	0,586	Valid
	LEP3	0,905	Valid
	LEP4	0,790	Valid
Expert power	EXP1	0,869	Valid
	EXP2	0,891	Valid
	EXP3	0,852	Valid
	EXP4	0,908	Valid
Referent power	RFP1	0,893	Valid
	RFP2	0,875	Valid
	RFP3	0,858	Valid
	RFP4	0,605	Valid

Hasil pengujian validitas variabel motivasi menunjukkan bahwa skor *factor loading* seluruh item pernyataannya e" 0,5. Dengan demikian, semua item pernyataannya dapat dikatakan valid. Hasil pengujian validitas motivasi dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Motivasi

Variabel	Item	*Factor loading*	Keterangan
	MOT1	0,860	Valid
	MOT2	0,741	Valid
	MOT3	0,886	Valid
Motivasi	MOT4	0,578	Valid
	MOT5	0,807	Valid
	MOT6	0,559	Valid
	MOT7	0,602	Valid

Hasil pengujian validitas variabel kinerja menunjukkan bahwa skor *factor loading* seluruh item pernyataannya e" 0,5. Dengan demikian, semua item pernyataannya dapat dikatakan valid. Hasil pengujian validitas kinerja dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kinerja

Variabel	Item	*Factor loading*	Keterangan
Kinerja	KIN1	0,810	Valid
	KIN2	0,884	Valid
	KIN3	0,850	Valid
	KIN4	0,842	Valid
	KIN5	0,682	Valid

Hasil pengujian validitas variabel kepribadian menunjukkan bahwa ada satu item pernyataan yang tidak valid (*factor loading* < 0,5). Item itu adalah EMO3 "Saya sering mencoba makanan baru dan makanan dari negara lain". Hasil pengujian validitas variabel kepribadian dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kepribadian

Variabel	Item	*Factor loading*	Keterangan
Emotional stability	EMO1	0,716	Valid
	EMO2	0,574	Valid
	EMO3	0,806	Valid
	EMO4	0,633	Valid
	EMO5	0,807	Valid
	EMO6	0,599	Valid
Extraversion	EXT1	0,700	Valid
	EXT2	0,728	Valid
	EXT3	0,610	Valid
	EXT4	0,806	Valid
	EXT5	0,609	Valid
	EXT6	0,505	Valid
Openness to experience	OPE1	0,806	Valid
	OPE2	0,728	Valid
	OPE3	*	Tidak Valid
	OPE4	0,695	Valid
	OPE5	0,757	Valid
	OPE6	0,513	Valid

Variabel	Item	*Factor loading*	Keterangan
Agreeableness	AGG1	0,741	Valid
	AGG2	0,597	Valid
	AGG3	0,850	Valid
	AGG4	0,753	Valid
	AGG5	0,600	Valid
	AGG6	0,824	Valid
Conscientiousness	CON1	0,823	Valid
	CON2	0,868	Valid
	CON3	0,838	Valid
	CON4	0,883	Valid
	CON5	0,778	Valid
	CON6	0,861	Valid

Keterangan: * < 0,5

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis reliabilitas pada program SPSS 16.0. Item-item pernyataan suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* e" 0,6. Item pernyataan yang tidak valid, yaitu EMO3 dibuang. Dengan demikian, jumlah item variabel EMO hanya ada lima item pernyataan. Hasil pengujian reliabilitas variabel *power* (*reward power*, *coercive power*, *legitimate power*, *expert power*, dan *referent power*), motivasi, kinerja, serta variabel kepribadian (*emotional stability*, *extraversion*, *openness to experience*, *agreeableness*, dan *conscientiousness*) menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* e" 0,6. Dengan demikian, semua item pernyataan dapat dikatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, diketahui bahwa semua variabel reliabel dan hanya ada satu item pernyataan yang tidak valid. Oleh karena itu, item pernyataan yang tidak valid yaitu EMO3 dihilangkan sehingga pengukuran variabel *emotional stability* hanya ada lima item. Penelitian ini menggunakan skala *likert* lima poin untuk menghitung jawaban responden.

Untuk pengujian hipotesis 1 (1a, 1b, 1c, 1d, dan 1e) serta hipotesis 2, penulis menggunakan SEM (*structural equation modeling*) *two-steps* dengan program Amos 16.0, dengan terlebih dahulu menghitung rata-rata tertimbang untuk setiap variabel, yaitu RWP (*reward power*), COP (*coercive power*), LEP (*legitimate power*), EXP (*expert power*), RFP (*referent power*), MOT (*motivasi*), dan KIN (*kinerja*). Berdasar hasil penghitungan rata-rata tertimbang tersebut, didapatkan nilai *lambda* (ë) dan *epsilon* (å) untuk setiap variabel yang nantinya akan digunakan dalam model SEM.

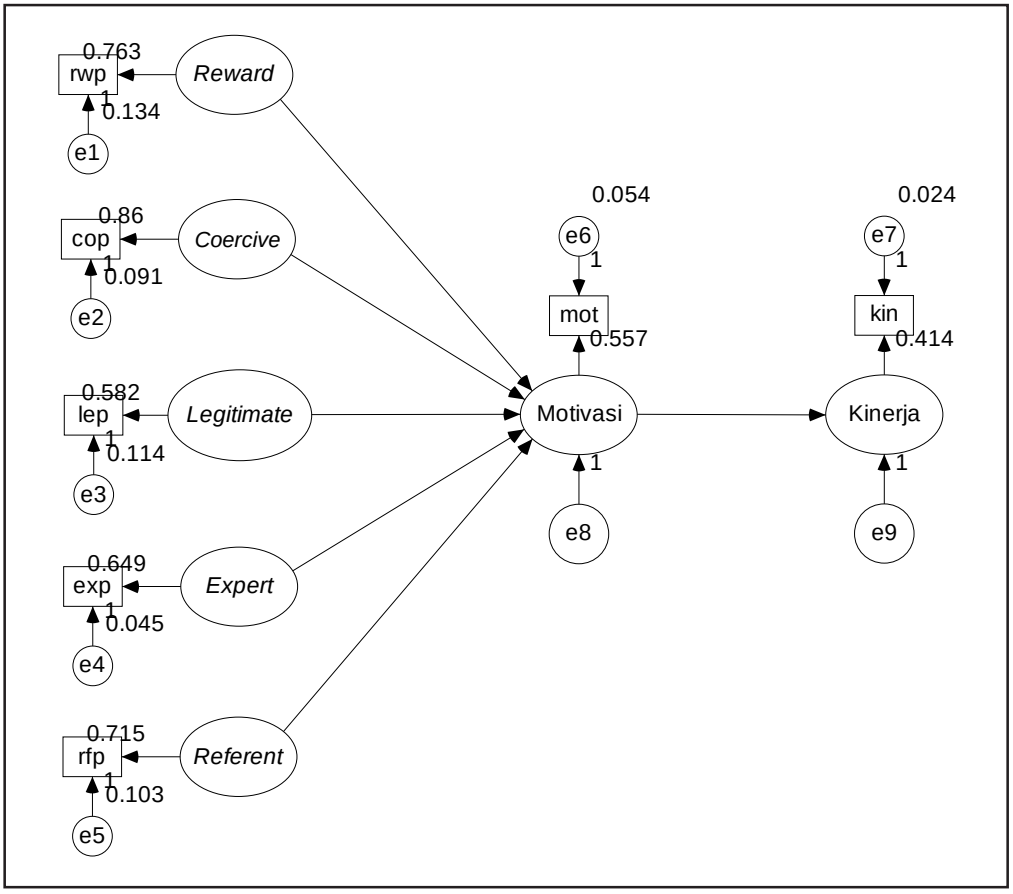
Gambar model penelitian untuk menguji hipotesis 1 dan 2 dapat digambarkan dalam bentuk SEM seperti pada Gambar 1. Nilai *lambda* (ë) dan *epsilon* (å) dimasukkan ke dalam model. Nilai *lambda* (ë) dimasukkan ke dalam panah (à) dan nilai *epsilon* (å) dimasukkan ke dalam *error* (e), kecuali e8 dan e9. Hasil

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item pernyataan	*Cronbach's alpha*	Keterangan
RWP (*reward power*)	4	0,802	Reliabel
COP (*coercive power*)	4	0,893	Reliabel
LEP (*legitimate power*)	4	0,667	Reliabel
EXP (*expert power*)	4	0,894	Reliabel
RFP (*referent power*)	4	0,816	Reliabel
MOT (motivasi)	7	0,840	Reliabel
KIN (kinerja)	5	0,869	Reliabel
EMO (*emotional stability*)	6	0,773	Reliabel
EXT (*extraversion*)	6	0,737	Reliabel
OPE (*openness to experience*)	5	0,747	Reliabel
AGG (*agreeableness*)	6	0,826	Reliabel
CON (*conscientiousness*)	6	0,917	Reliabel

pengujian hipotesis 1 dan 2 dengan SEM menunjukkan bahwa hipotesis 1a dan 1b tidak didukung karena p *value* > 0,05, sedangkan hipotesis 1c, 1d, 1e, serta hipotesis 2 didukung karena p *value* < 0,05. Hasil pengujian hipotesis 1 dan 2 selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Untuk pengujian hipotesis 3, digunakan model SEM yang sama dengan yang digunakan untuk pengujian hipotesis 1 dan 2 seperti pada Gambar 1. Selanjutnya, dihitung rata-rata untuk setiap variabel kepribadian, yaitu EMO (*emotional stability*), EXT (*extraversion*), OPE (*openness to experience*), AGG (*agreeableness*), dan CON (*conscientiousness*). Berdasar hasil penghitungan rata-rata tersebut, kemudian mengelompokkan data menjadi 10 grup dengan masing-masing variabel kepribadian ada dua kelas. Kelas dibagi dua, yaitu kelas kecil dan kelas besar. Berdasar 55 data, dibagi dua untuk kelas kecil dan kelas besar sehingga didapatkan data untuk kelas kecil berjumlah 28 data dan untuk kelas besar berjumlah 27 data. Kemudian mengolah data satu persatu sebanyak 10 grup, dibandingkan per grup berdasarkan variabel, yaitu EMO (grup 1 dan 2), EXT (grup 3 dan 4), OPE (grup 5 dan 6), AGG (grup 7 dan 8), dan CON (grup 9 dan 10). Berdasar perbandingan tersebut, didapatkan simpulan bahwa H3 didukung karena ada perbedaan GFI, koefisien, dan p *value* antar grup pada masing-masing variabel. Hasil pengujian hipotesis 3 dapat dilihat pada Tabel 7.



Gambar 1
Model Penelitian

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis 1 dan 2

Hipotesis	Pernyataan hipotesis (pengaruhnya)	Koefisien	P *value*	Ket.
1a	*Reward power* à Motivasi (+)	-0,133	0,238	Tidak didukung
1b	*Coercive power* à Motivasi (–)	-0,073	0,494	Tidak didukung
1c	*Legitimate power* à Motivasi (+)	0,241	0,043	Didukung
1d	*Expert power* à Motivasi (+)	0,329	0,002	Didukung
1e	*Referent power* à Motivasi (+)	0,447	*	Didukung
2	Motivasi à Kinerja (+)	0,721	*	Didukung

Keterangan: *<0,001

Tabel 7
Hasil Pengujian Hipotesis 3

Var.		EMO		EXT		OPE		AGG		CON	
Grup		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Kelas		Kecil	Besar	Kecil	Besar	Kecil	Besar	Kecil	Besar	Kecil	Besar
GFI		0,679	0,648	0,736	0,633	0,66	0,684	0,666	0,665	0,703	0,668
RWP-MOT	K	-0,02	-0,11	-0,02	-0,16	0,001	-0,15	-0,03	-0,04	0,151	-0,19
	P	0,924	0,343	0,926	0,149	0,996	0,202	0,83	0,74	0,408	0,087
COP-MOT	K	0,096	-0,09	0,105	0,031	0,067	0,001	0,095	-0,17	0,102	-0,78
	P	0,492	0,402	0,468	0,824	0,56	0,996	0,474	0,115	0,521	0,499
LEP-MOT	K	0,373	0,287	0,027	0,255	0,455	0,209	0,344	0,276	0,383	0,221
	P	0,019	0,022	0,846	0,126	0,005	0,091	0,054	0,014	0,085	0,05
EXP-MOT	K	0,747	-0,12	0,865	0,13	0,847	0,059	0,642	0,038	0,569	0,051
	P	*	0,28	*	0,279	*	0,605	*	0,735	*	0,67
RFP-MOT	K	0,083	0,724	0,291	0,502	-0,01	0,606	0,397	0,359	0,371	0,474
	P	0,56	*	0,042	*	0,951	*	0,003	0,004	0,014	*
MOT-KIN	K	0,758	0,464	0,71	0,606	0,668	0,564	0,659	0,493	0,604	0,501
	P	*	0,034	*	0,012	*	0,019	*	0,097	0,001	0,035

Keterangan: *<0,001
K: koefisien dan P: p *value*

PEMBAHASAN

Hipotesis 1a tidak didukung karena p value 0,238 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *reward power* tidak berpengaruh positif terhadap motivasi. Dengan demikian, pemberian penghargaan berupa kenaikan gaji, bonus, dan promosi oleh atasan kepada karyawan tidak secara signifikan meningkatkan motivasinya. Hal ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Elangovan & Xie (2000) yang menunjukkan bahwa *reward power* merupakan prediktor yang positif dan signifikan dari motivasi.

Hipotesis 1b tidak didukung karena p value 0,494 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *coercive power* tidak berpengaruh negatif terhadap motivasi. Dengan demikian, pemberian ancaman, hukuman, dan paksaan oleh atasan kepada karyawan tidak menurunkan motivasinya. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil

penelitian yang dilakukan oleh Elangovan & Xie (2000), yang tidak menunjukkan bahwa *coercive power* merupakan prediktor motivasi.

Hipotesis 1c didukung karena koefisien 0,241 bernilai positif dan p *value* 0,043 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *legitimate power* berpengaruh positif terhadap motivasi. Dengan demikian, pemberian tanggungjawab oleh atasan kepada karyawan akan meningkatkan motivasinya. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elangovan & Xie (2000) yang menunjukkan bahwa *legitimate power* merupakan prediktor yang positif dan signifikan dari motivasi.

Hipotesis 1d didukung karena koefisien 0,329 bernilai positif dan p *value* 0,002 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *expert power* berpengaruh positif terhadap motivasi. Dengan demikian, pemberian saran, bantuan, dan pedoman dalam bekerja oleh atasan kepada karyawan akan meningkatkan motivasinya. Hal ini konsisten dengan teori harapan Victor H. Vroom seperti dikutip oleh Elangovan & Xie (2000) yang menyimpulkan bahwa manajer dengan *expert power* yang tinggi akan menyediakan pedoman dan bantuan untuk dapat menyelesaikan pekerjaan yang akan meningkatkan *expectancy* (probabilitas usahanya akan diikuti oleh prestasi kerja) dan secara positif mempengaruhi motivasinya. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elangovan & Xie (2000) yang tidak menunjukkan bahwa *expert power* merupakan prediktor yang positif dan signifikan dari motivasi.

Hipotesis 1e didukung karena koefisien 0,447 bernilai positif dan p *value* < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *referent power* berpengaruh positif terhadap motivasi. Dengan demikian, jika karyawan mempunyai atasan yang berkharisma, punya hubungan perasaan dengannya, serta disukai dan dipercayai olehnya maka ia akan menjadikan atasannya sebagai panutan, termotivasi untuk menjadi seperti atasannya, dan meningkatkan *self-concept*nya. Hal ini konsisten dengan hasil penelitian Boggs *et al.*, (2003) yang menunjukkan bahwa *referent power* berpengaruh positif terhadap motivasi intrinsik karyawan.

Hipotesis 2 didukung karena koefisien 0,721 bernilai positif dan p *value* < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja. Dengan demikian, kinerja karyawan dipengaruhi oleh motivasinya atau dalam kata lain faktor yang mempengaruhi kinerja adalah motivasi. Hal ini sesuai dengan Manzoor (2011) yang menyebutkan bahwa kinerja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah motivasi. Karyawan yang termotivasi atau karyawan yang mempunyai motivasi tinggi kinerjanya akan tinggi pula. Hal ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian Grant (2008), Halbesleben & Bowler (2007), dan Springer (2011) yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara motivasi dengan kinerja.

Hipotesis 3 didukung karena ada perbedaan GFI, koefisien, dan p *value* antargrup pada masing-masing variabel kepribadian. Hal ini menunjukkan bahwa kepribadian memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disimpulkan bahwa persepsi karyawan tentang *power* atasan akan mempengaruhi motivasinya dan secara positif akan mempengaruhi kinerjanya. Akan tetapi, kepribadian dapat memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja, yang berarti kepribadian dapat memperkuat atau memperlemah hubungan *power*-motivasi-kinerja.

Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 7 menunjukkan bahwa EMO (*emotional stability*), EXT (*extraversion*), OPE (*openness to experience*), AGG (*agreeableness*), dan CON (*conscientiousness*) dapat memoderasi hubungan antarvariabel. Misalnya, hubungan RFP-MOT (*referent power*-motivasi) yang tidak signifikan pada EMO kecil (koefisien 0.083; p *value* 0,56) menjadi signifikan pada EMO besar (koefisien 0,724; p *value* < 0,001). Hubungan RFP-MOT pada EXT besar (0,502; p *value* < 0,001) lebih besar dibandingkan EXT kecil (koefisien 0,291; p *value* 0,042). Hubungan RFP-MOT yang tidak signifikan pada OPE kecil (koefisien -0,01; p *value* 0,951) menjadi signifikan pada OPE besar (koefisien 0,606; p *value* < 0,001). Hubungan RFP-MOT pada AGG kecil (koefisien 0,397; p *value* 0,003) sedikit lebih besar daripada AGG besar (koefisien 0,359; p *value* 0,004). Hubungan RFP-MOT pada CON besar (koefisien 0,474; p *value* < 0,001) lebih besar dibandingkan CON kecil (koefisien 0,371; p *value* 0,014). Jadi dapat disimpulkan bahwa, kepribadian (EMO, EXT, OPE, AGG, dan CON) selain memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja juga memoderasi hubungan antara variabel *power*-motivasi dan motivasi-kinerja.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa hipotesis 1a (*reward power* berpengaruh positif terhadap motivasi) dan hipotesis 1b (*coercive power* berpengaruh negatif terhadap motivasi) tidak didukung. Artinya, motivasi karyawan bekerja tidak dipengaruhi oleh persepsinya bahwa atasannya dapat memberikan penghargaan (berupa gaji, bonus, promosi) atau tidak dapat memberikan penghargaan (berupa paksaan, hukuman, ancaman). Hal ini mungkin disebabkan karena sebagian besar motivasi karyawan dalam bekerja adalah motivasi intrinsik, yaitu pekerjaan itu sendiri dan bukanlah motivasi ekstrinsik, yaitu penghargaan. Oleh karena motivasi yang terbaik adalah motivasi intrinsik, maka hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan tidak tergantung pada atasannya dapat memberi penghargaan atau tidak dapat memberi penghargaan. Jadi, ketika atasan memberi penghargaan atau tidak memberi penghargaan, hal itu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi karyawan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa *legitimate power*, *expert power*, dan *referent power* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Semakin tinggi *legitimate power* maka semakin tinggi pula motivasi karyawan. Artinya, jika karyawan merasa bahwa atasannya suka memberi tanggung jawab kepadanya, maka motivasinya akan meningkat. Semakin tinggi *expert power* maka semakin tinggi pula motivasi karyawan. Artinya, jika karyawan merasa bahwa atasannya suka memberi saran, bantuan, pedoman dalam bekerja, maka motivasinya akan meningkat. Semakin tinggi *referent power* maka semakin tinggi pula motivasi. Artinya, jika karyawan merasa bahwa atasannya mempercayainya, suka padanya, dan berkharisma, maka motivasinya akan meningkat.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ada dua variabel *power*, yaitu *reward* dan *coercive power* yang terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi. Tiga variabel *power* sisanya, yaitu *legitimate*, *expert*, dan *referent power* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. *Reward* dan *coercive power* (hipotesis yang tidak didukung) dapat dikaitkan dengan motivasi ekstrinsik yaitu penghargaan. Sedangkan *legitimate*, *expert*, dan *referent power* (hipotesis yang didukung) dapat dikaitkan dengan motivasi intrinsik yaitu pekerjaan itu sendiri, *self-concept*, dan tanggung jawab, Dengan demikian, motivasi karyawan dalam bekerja sebagian besar dipengaruhi oleh motivasi intrinsik dan bukan motivasi ekstrinsik.

Penelitian ini menemukan bahwa hipotesis 2 didukung, yaitu motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja. Artinya, kinerja karyawan dipengaruhi oleh motivasinya atau dalam kata lain salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi. Dengan demikian, jika motivasi karyawan tinggi maka dapat disimpulkan kinerjanya juga akan tinggi. Penelitian ini juga menemukan bahwa hipotesis 3 didukung, yaitu kepribadian memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepribadian dapat memoderasi hubungan antara variabel *power*-motivasi dan motivasi-kinerja. Kelima tipe kepribadian model *Big Five* (*emotional stability*, *extraversion*, *openness to experience*, *agreeableness*, dan *conscientiousness*) masing-masing dapat memoderasi secara simultan hubungan *power*-motivasi-kinerja, sehingga kepribadian dapat memperkuat atau memperlemah hubungan *power*-motivasi-kinerja. Dengan demikian, persepsi karyawan tentang *power* atasan akan mempengaruhi motivasinya dan akan mempengaruhi kinerjanya. Akan tetapi, hasilnya dapat lebih kuat (besar) atau lebih lemah (kecil) tergantung pada kepribadian karyawan tersebut.

Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbaharui teori-teori yang digunakan supaya lebih *up-to-date*. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan instrumen penelitiannya, misalnya pengembangan item untuk mengukur kepribadian yaitu NEO-PI-R (*revised* NEO *personality inventory*). Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan instrumen penelitian lainnya, misalnya *Rahim Leader Power Inventory*) untuk mengukur *power.*

Penelitian ini hanya mengambil *setting* di STIE YKPN Yogyakarta dengan responden seluruh karyawan STIE YKPN Yogyakarta yang berjumlah 60 orang. Karena lingkup penelitian ini masih sangat sempit, maka

hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang rendah. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil lingkup penelitian yang lebih luas, misalnya di wilayah Yogyakarta sehinga hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

Ketiga, kuesioner yang kembali sebanyak 55 buah dari 60 buah kuesioner yang dibagikan. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah data sebanyak 55 buah. Jumlah data tersebut masih sangat kurang untuk kriteria pengujian dengan metode SEM yang sebaiknya datanya di atas 100 buah. Sebagai dampaknya, ada kendala model SEM tidak cocok (*fit*) sehingga tidak memenuhi kriteria GFI (*goodness of fit*) yang baik. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil data lebih banyak, sebaiknya di atas 100 buah. Dengan demikian, model SEM diharapkan dapat lebih cocok sehingga memenuhi kriteria GFI yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ambur, O., 2000, *Reconsidering the higher-order legitimacy of French and Raven's bases of social power in the information age*. University of Maryland.

Annamalai, T., Abdullah, A. G., & Alasidiyeen, N. J., 2010, "The mediating effects of perceived organizational support on the relationships between organizational justice, trust, and performance appraisal in Malaysian secondary schools". *European Journal of Social Sciences*, 13(4): 623-632.

Boggs, C., Collins, B., & Verreynne, M. L., 2003, "Examining the effects of referent power on intrinsic motivation in organisations: A self-concept based approach, *Research paper*, Auckland University of Technology.

Elangovan, A. R., & Xie, J. L., 2000, "Effects of perceived power of supervisor on subordinate work attitudes", *Leadership and Organization Development Journal*, 21(6): 319-328.

Erkutlu, H. V., & Chafra, J., 2006, "Relationship between leadership power bases and job stress of subordinates: example from boutique hotels", *Management Research News*, 29(5): 285-297.

Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., Donnelly, J. M., & Konopaske, R., 2009, *Organizations: Behavior, structure, processes* (13th ed.). McGraw-Hill.

Grant, A., 2008, "The significance of task significance: Job performance effects, relational mechanisms, and boundary conditions", *Journal of Applied Psychology*, 93(1): 108-124.

Halbesleben, J., & Bowler, M., 2007, "Emotional exhaustion and job performance: The mediating role of motivation", *Journal of Applied Psychology*, 92(1): 93-106.

Heinstrom, J., 2003, "Five personality dimensions and their influence on information behavior", *Information Research*, 9(1): 165.

Judge, T., & Illies, R., 2002, "Relationship of personality to performance motivation", *Journal of Applied Psychology*, 87: 797-807.

Khan, K. U., Farooq, S. U., & Ullah, M. I., 2010, "The relationship between rewards and employee motivation in commercial banks of Pakistan", *Research Journal of International Studies*, 14: 37-52.

Koslowsky, M., & Stashevsky, S., 2005, "Organizational values and social power. *International Journal of Manpower"*, 26(1): 23-34.

Manzoor, Q. A., 2012, "Impact of employees motivation on organizational effectiveness", *Business Management and Strategy*, 3(1). 35-49.

Olver, J. M., & Mooradian, T. A., 2003, "Personality traits and personal values: A conceptual and empirical integration", *Personality and Individual Differences*, 35: 109-125.

Robbins, R., & Judge, T., 2008, *Organizational Behavior* (12th ed.). Pearson: Prentice Hall.

Rothmann, S., & Coetzer, E. P., 2003, "The big five personality dimensions and job performance", *SA Journal of Industrial Psychology,* 29(1): 68-74.

Schermerhorn, J., Hunt, J., & Osborn, R., 2004, *Organizational Behavior* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Springer, G. J., 2011, "A study of job motivation, satisfaction, and performance among bank employees", *Journal of Global Business Issues,* 5(1): 29-42.

Tjosvold, D., & Sun, Y. S., 2005, "Effects of power concepts and employee performance on manager's empowering", *Leadership and Organization Development Journal,* 27(3): 217-234.

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013
Hal. 201-212

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL YANG DIMODERASI OLEH KOMITMEN ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA PADA SATUAN KERJA PERANGKAT DAERAH KABUPATEN HALMAHERA UTARA PROVINSI MALUKU UTARA

Alfred Labi
E-mail: alfredlabi@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyse the influence of budget participation on managerial performance by using commitment organization and job satisfaction, as moderating variables. The inconsistency results of the prior researchs about the influence of budgetparticipation on managerial performance become a motivation of this study. Data are collected using a mail survey method. From sample 85 questionnaires which distributed to public managers to 22 SKPD, 63 questionnaires were sent back, for then analyzed by linear regression technique. The results of these study indicate that the influence of budget participation on managerial performance is positive and signifcant. The results also show that the interaction between budget participation and commitment orgazation influences the manajerial performance. The results also show that the interaction between the budget participation and and job satisfaction influences to the manajerial performance.

Keywords: budget participation, commitment organization, job satisfaction, managerial performance

JEL classification: G31, J28, L23, L25

PENDAHULUAN

Menurut Kartiwa (2004), implementasi anggaran pendapatan dan belanja daerah memunculkan berbagai fenomena seperti ketidaksiapan pemerintah dan DPRD dalam menyusun anggaran secara partisipatif dan berbasis kinerja, belum adanya parameter kinerja dalam penyusunan APBD, belum dilaksanakannya jadwal perencanaan anggaran secara efektif, keterlambatan pelaksanaan APBD sebagai akibat keterlambatan dalam perencanaan dan penyusunan APBD yang berimplikasi tertundanya program dan kegiatan, ketidaksiapan berbagai perangkat termasuk satuan kerja perangkat daerah (SKPD) untuk mentaati aturan hidup dan prinsip dalam anggaran berbasis kinerja, dan ketidaksiapan manajemen keuangan daerah melalui SKPD dengan berbagai mekanisme keuangan (sistem keuangan dan akuntansi).

Menurut Omposunggu dan Bawono (2006), penganggaran dilakukan dengan sistem *top-down*, dimana rencana dan jumlah anggaran telah ditetapkan oleh atasan atau pemegang kuasa anggaran sehingga bawahan atau pelaksana anggaran hanya melakukan apa yang telah disusun. Dalam hal ini jika penyusunan anggaran hanya berdasarkan kehendak atasan tanpa melibatkan partisipasi bawahan maka dapat

menimbulkan kesulitan bagi bawahan untuk mencapainya. Sebaliknya, jika penyusunan anggaran hanya disusun sesuai kehendak bawahan maka juga dapat menimbulkan rendahnya motivasi bawahan dalam mencapai target-target yang optimal. Keterlibatan bawahan dalam -penyusunan anggaran akan sangat memungkinkan bawahan memberi informasi lokal yang diketahui. Dengan cara ini, bawahan dapat mengkomunikasikan beberapa informasi pribadi yang mungkin dapat dimasukkan dalam standar atau anggaran sebagai dasar penilaian.

Salah satu bagian dari literatur akuntansi keperilakuan adalah bagian yang membahas hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dengan kinerja manajerial. Partisipasi penyusunan anggaran merupakan pendekatan yang secara umum dapat meningkatkan kinerja yang pada akhirnya dapat meningkatkan keefektifan organisasi. Partisipasi anggaran sebagai alat mencapai tujuan. Di samping, partisipasi juga sebagai alat untuk mengintegrasikan kebutuhan individu dan organisasi. Oleh karena itu, partisipasi dapat diartikan sebagai berbagi pengaruh, pendelegasian prosedur-prosedur, keterlibatan dalam pengambilan keputusan, dan suatu pemberdayaan. Partisipasi merupakan salah satu unsur yang sangat penting yang menekankan pada proses kerjasama dari berbagai pihak, baik bawahan maupun manajer level atas. Partisipasi anggaran merupakan sebuah pendekatan manajerial yang umumnya dapat meningkatkan kinerja manajerial.

Penelitian tentang hubungan antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dengan kinerja manajerial dalam beberapa dasawarsa belakangan ini masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Untuk mengatasi ketidakkonsistenan hasil-hasil penelitian tersebut diperlukan pendekatan kontijensi. Pendekatan ini memberikan suatu gagasan bahwa sifat hubungan yang ada antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial mungkin berbeda pada setiap kondisi. Salah satu variabel kondisional tersebut adalah variabel moderasi, yaitu variabel komitmen organisasi dan kepuasan kerja yang yang dapat memoderasi pengaruh antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial. Penelitian ini melaporkan hasil penelitian mengenai pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial yang dimoderasi oleh komitmen organisasi dan kepuasan kerja pada SKPD Kabupaten Halmahera Utara Provinsi Maluku Utara. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh 1) partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial; 2) partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial yang dimoderasi oleh komitmen organisasi; dan 3) partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial yang dimoderasi oleh kepuasan kerja.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Eker (2006) meneliti pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui komitmen organisasi pada 500 perusahaan *top* di Turki. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial adalah positif signifikan, demikian juga hasil interaksi antara partisipasi anggaran, komitmen organisasi dan kinerja manajerial menunjukkan hubungan posititif signifikan, artinya bahwa komitmen organisasi dapat memoderasi hubungan antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial.

Bangun (2009) meneliti pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran, kejelasan sasaran anggaran, dan struktur terdesentralisasi terhadap kinerja manajerial SKPD dengan pengawasan internal sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini merupakan studi kasus pada Pemerintah Kabupaten Deli Serdang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara partisipasi anggaran, kejelasan sasaran anggaran, struktur desentralisasi dengan kinerja manajerial adalah positif signifikan.

Nurcahyani (2010), meneliti pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui komitmen organisasi dan persepsi inovasi sebagai variabel intervening. Sampel penelitian ini adalah Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kabupaten Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial yang dimoderasi oleh komitmen organisasi dan persepsi inovasi adalah tidak signifikan.

Suardana dan Suryanawa (2009) meneliti pengaruh partisipasi anggaran pada kinerja manajerial dengan komitmen organisasi sebagai variabel moderasi. Penelitian ini adalah studi kasus pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kabupaten Badung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial yang

dimoderasi oleh komitmen organisasi adalah positif signifikan. Nor (2007) meneliti pengaruh desentralisasi dan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderator dalam hubungan antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dengan kinerja manajerial.

Nasir (2008) meneliti pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial dan motivasi sebagai variabel *intervening*. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa ada hubungan yang positif signifikan antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dengan kinerja manajerial, partisipasi anggaran dengan motivasi, dan motivasi dengan kinerja. Hutagalung (2008) meneliti hubungan partisipasi dalam penganggaran dengan prestasi kerja, peranan motivasi, dan sikap sebagai variabel mediator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi dalam penyusunan anggaran tidak mempunyai hubungan yang signifikan atas sikap terhadap kerja.

Adrianto (2008) meneliti pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial dengan kepuasan kerja, *job relevant information*, dan motivasi kerja sebagai variabel moderator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial adalah positif signifikan, demikian juga hasil interaksi antara partisipasi anggaran, kepuasan kerja, dan motivasi kerja dengan kinerja manajerial, sedangkan hasil interaksi antara partisipasi anggaran, dan *job relevant information* dengan kinerja manajerial adalah tidak signifikan.

Ngatemin (2009) meneliti pengaruh komitmen organisasi dan *locus of control* terhadap hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial pada Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Parawisata Departemen Kebudayaan dan Parawisata Republik Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi anggaran berpengaruh terhadap kinerja manajerial, sedangkan komitmen organisasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja manajerial tetapi ketika komitmen organisasi diinteraksikan dengan partisipasi anggaran ternyata tidak berpengaruh dengan kinerja manajerial. Dengan demikian, tidak terdapat pengaruh *locus of control* terhadap partisipasi anggaran dan kinerja manajerial.
Hasil penelitian Adrianto (2008) menunjukkan, bahwa partisipasi penyusunan anggaran dapat meningkatkan kinerja manajerial, sedangkan menurut Sardjito dan Muthaher (2007 partisipasi anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial. Berdasarkan bukti empiris yang dikemukakan tersebut, maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H1: Partisipasi anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial.

Komitmen organisasi yang kuat mendorong individu berusaha keras mencapai tujuan organisasi (Hapsari, 2009). Apabila komitmen organisasi melibatkan kepercayaan dan penerimaan tujuan organisasi, maka partisipasi dalam penyusunan anggaran dapat meningkatkan komitmen organisasi. Hal ini berarti pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial akan meningkat apabila komitmen organisasi manajer juga tinggi. Komitmen organisasi yang kuat dalam diri individu akan membuat individu berusaha keras untuk mencapai tujuan organisasi. Sebaliknya, individu dengan komitmen organisasi yang rendah akan mempunyai perhatian yang rendah pada pencapaian tujuan organisasi dan cenderung berusaha untuk memenuhi kepentingan pribadinya. Partisipasi anggaran tidak hanya secara langsung meningkatkan prestasi kerja, tetapi juga secara tidak langsung (moderasi) melalui komitmen organisasi (Sardjito dan Muthaher, 2007). Berdasarkan bukti empiris yang dikemukakan tersebut, maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H2: Partisipasi anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial ketika komitmen organisasi tinggi.

Dalam proses penyusunan anggaran memerlukan kerjasama para manajer dari berbagai jenjang organisasi. Keterlibatan seseorang dalam proses ini, tentunya tidak terlepas dari aspek perilaku masing-masing individu sebagai akibat adanya usulan yang ditawarkan (Adrianto, 2008). Kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual. Setiap individu dalam organisasi pasti memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem dan nilai yang dianutnya pada sebuah organisasi. Kepuasan kerja selalu mendapatkan tempat yang sangat penting bagi perilaku organisasi (Supriyono, 2005). Kepuasan kerja merupakan sebuah cara untuk mengaktualisasikan diri, sehingga akan tercapai sebuah kematangan psikologis pada diri karyawan. Mahesa (2010) menegaskan bahwa seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi

menunjukkan sikap yang positif terhadap pekerjaannya, sedangkan seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap yang negatif terhadap pekerjaan itu. Berdasarkan bukti empiris yang dikemukakan tersebut, maka hipotesis yang dikembangkan adalah:

H3: Partisipasi anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial ketika kepuasan kerja tinggi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden atas pertanyaan dalam kuesioner. Data sekunder didapatkan dari arsip dokumen pemerintahan Kabupaten Halmahera Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh manajer publik atau pimpinan unit kerja atau seluruh pejabat publik di lingkungan Pemerintah Kabupaten Halmahera Utara, yang menurut Peraturan Daerah no. 8, no.9 dan no.10 Tahun 2008 tanggal 3 Nopember 2008, berjumlah 180 orang. Berdasar 180 manajer publik ini berhasil dibagikan kuesioner sebanyak 85 orang manajer publik yang tersebar pada 22 SKPD dan sebanyak 81 orang manajer publik mengembalikan kuesioner tersebut. Berdasar kuesioner yang kembali tersebut, hanya 63 kuesioner yang diisi lengkap, sehingga 63 orang manajer publik ini dijadikan ukuran sampel dalam penelitian ini.

Metode pengambilan sampel atau sampling dilakukan dengan *purposive sampling*, melalui pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu. Untuk mendapatkan data pada penelitian ini, penulis memanfaatkan instrumen *survey* dalam bentuk kuesioner. Kuesioner penelitian ini diserahkan langsung kepada responden atau meminta bantuan salah satu pegawai pada masing-masing SKPD untuk mengkoordinir penyebaran dan pengumpulan kuesioner pada SKPD tersebut. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dari berbagai literatur pada penelitian terdahulu. Meskipun instrumen *survey* tersebut sudah pernah digunakan, tetapi karena lingkungan dan respondennya berbeda, maka perlu diuji lebih lanjut.

Kinerja manajerial dalam penelitian ini adalah kinerja para manajer SKPD dalam kegiatan-kegiatan manajerial dalam lingkup SKPD, yang meliputi perencanaan, investigasi, pengkoordinasian, evaluasi, pengawasan, pengaturan staff, negosiasi dan perwakilan. Pengukuran variabel ini menggunakan instrumen kuesioner dengan skala interval dan menunjukkan tingkat kinerja manajerial. Partisipasi anggaran didefinisikan sebagai tingkat keterlibatan dan pengaruh seseorang dalam proses penyusunan anggaran. Komitmen organisasi menunjukkan keyakinan dan dukungan yang kuat terhadap nilai dan sasaran yang ingin dicapai oleh organisasi. Kepuasan kerja dalam penelitian ini didefinisikan sebagai hasil dari persepsi manajer mengenai seberapa baik pekerjaannya untuk memberikan hal yang dinilai penting. Indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel kepuasan kerja adalah pekerjaan itu sendiri, gaji, kesempatan atau promosi, supervisor dan rekan sekerja.

HASIL PENELITIAN

Data responden menurut SKPD adalah Sekretariat Daerah 4,6%, Dinas 31,8%, Badan 31,8%, Kantor 9%, RSUD 4,6% dan Kecamatan 18,2%. Dengan demikian, tingkat respon tertinggi adalah Dinas dan Badan masing-masing dengan presentasi 31,8% atau 7 responden. Berdasar data jenis kelamin, responden laki-laki lebih mendominasi dari responden perempuan. Hal ini dapat dilihat ada 49 orang (78%) responden laki-laki dan respoden perempuan sebanyak 14 orang (22%). Data responden berdasar jabatan yaitu Kepala Dinas 6,3%, Kepala Badan 3,2%, Kepala Kantor 3,2%, Sekretaris dinas, badan, dan kantor 15,9%, Kepala Bidang 11,1%, Kepala Bagian 15,9%, Kepala Sub Bagian yakni 33,3%, Kepala Seksi 4,8% dan Camat 6,3%. Berdasar persentase tersebut yang berkontribusi terbanyak dalam penelitian ini berdasarkan jabatan adalah sebagai kepala sub bagian yakni 21 partisipan (33,3%).

Berdasar data umur, responden dengan kelompok umur 20-29 tahun sebanyak 6,3%, kelompok umur 30-39 tahun sebanyak 30,2%, kelompok umur 40-49 tahun sebanyak 46,0 %, dan kelompok umur di atas lima puluh tahun sebanyak 17,5%. Berdasar data pangkat/golongan responden, pangkat/golongan III (40 orang atau 63,5%) lebih mendominasi dibanding responden dengan pangkat/golongan IV (23 orang atau 36,5%). Berdasar data responden menurut lama bekerja pada instansinya, responden dengan lama kerja kurang dari 10 tahun 31,7%, lama kerja 10-20 tahun

34,9%, lama kerja 20-30 tahun 27,1%, dan lama kerja di atas 30 tahun sebanyak 6,3%. Berdasarkan data responden pengalaman menyusun rencana kegiatan anggaran (RKA) dengan tingkat pengalaman kurang dari 3 tahun 31,7%, tingkat pengalaman 3-6 tahun 35%, dan tingkat pengalaman di atas 6 tahun 33,3%.

Uji validitas dengan analisis faktor Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequaci* (KMO MSA) menunjukkan bahwa nilai KMO MSA bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dihendaki harus > 0.50 untuk dapat dilakukan analisis faktor. Hasil uji validitas data masing-masing variabel ditunjukkan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Indikator	KMO	Signifikansi	Faktor Loading	Keterangan
PA 1	.871	.000	.755	Valid
PA 2	.871	.000	.882	Valid
PA 3	.871	.000	.837	Valid
PA4	.871	.000	.842	Valid
PA 5	.871	.000	.845	Valid
PA6	.871	.000	.707	Valid
KO 1	.859	.000	.756	Valid
KO 2	.859	.000	.666	Valid
KO 3	.859	.000	Tidak Signifikan	Tidak Valid
KO 4	.859	.000	.706	Valid
KO 5	.859	.000	.740	Valid
KO 6	.859	.000	Tidak Signifikan	Tidak Valid
KO 7	.859	.000	.813	Valid
KO 8	.859	.000	.796	Valid
KO 9	.859	.000	.720	Valid
KK 1	.859	.000	.623	Tidak Valid
KK 2	.859	.000	Tidak Signifikan	Tidak Valid
KK 3	.859	.000	.727	Valid
KK 4	.859	.000	.716	Valid
KK 5	.859	.000	.859	Valid
KK 6	.859	.000	.816	Valid
KK 7	.859	.000	.832	Valid
KK 8	.859	.000	.783	Valid
KK 9	.859	.000	.622	Valid
KM 1	.861	000	.829	Valid
KM 2	861	000	.711	Valid
KM 3	861	000	.680	Valid
KM 4	861	000	.788	Valid
KM 5	861	000	.845	Valid
KM 6	861	000	.663	Valid
KM 7	861	000	.772	Valid
KM 8	861	000	.809	Valid
KM 9	861	000	.826	Valid

Sumber: Data mentah, diolah.

Hasil tampilan output SPSS menunjukkan bahwa Nilai KMO untuk semua variabel > 0.50 dan signifikan pada 0.000, sehingga dapat dilakukan analisis faktor. Selanjutnya, hasil rotasi menunjukkan bahwa semua indikator partisipasi anggaran (PA1 sampai PA6) mengelompok hanya pada faktor 1, sedangkan semua indikator komitmen organisasi mengelompok pada faktor 2 kecuali indikator KO3 dan KO6 tidak teridentifikasi. Sementara itu untuk semua indikator kepuasan kerja dan kinerja manajerial mengelompok pada faktor 1 kecuali indikator KK1 pada faktor 1 dan KK2 tidak teridentifikasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator/item pertanyaan untuk semua variabel dinyatakan valid kecuali variabel komitmen organisasi pada indikator KO3, KO6, dan variabel kepuasan kerja pada indikator KK1, KK2 dinyatakan tidak valid. Untuk selanjutnya indikator-indikator yang tidak valid tersebut akan dikeluarkan dari pengujian reliabilitas, asumsi klasik, hipotesis.

Hasil uji reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ditunjukkan pada Tabel 2 berikut ini:

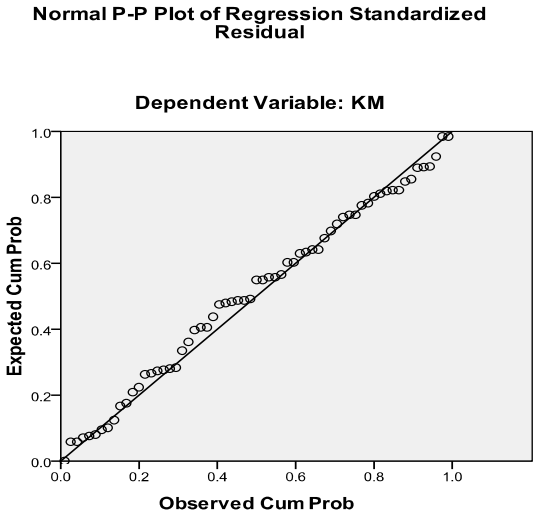
Tabel 2
Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	*Cronbach Alpha*	Keterangan
Partisipasi Anggaran	0,896	Reliabel
Komitmen Organisasi	0,913	Reliabel
Kepuasan Kerja	0,907	Reliabel
Kinerja MAnajerial	0,914	Reliabel

Sumber: Data mentah, diolah.

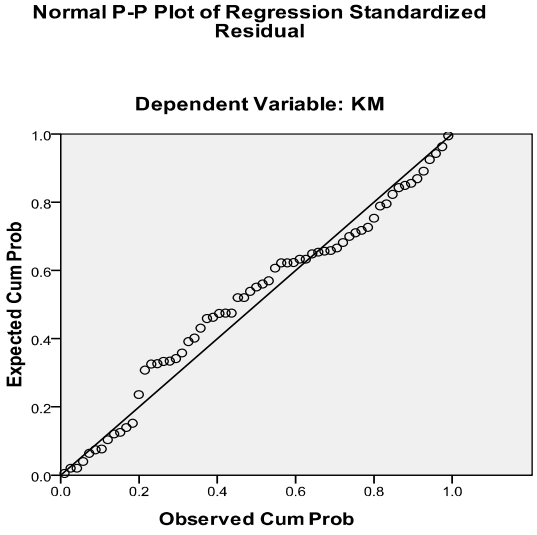
Berdasar Tabel 2 tampak nilai *cronbach alpha* > 0,70 untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini. Hal ini berarti bahwa variabel partisipasi anggaran, komitmen organisasi, kepuasan kerja, dan kinerja manajerial adalah reliabel.

Uji normalitas data ditunjukan pada tampil gambar grafik normal *probability plot* masing-masing model regresi.



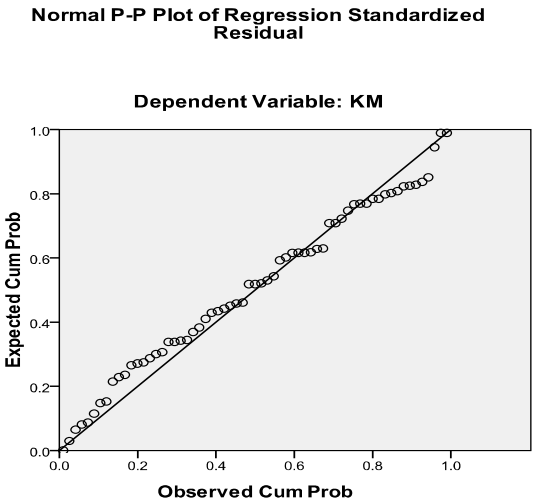
Sumber: Data diolah.

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas-Persamaan Regresi 1



Sumber: Data diolah.

Gambar 2
Hasil Uji Normalitas-Persamaan Regresi 2



Sumber: Data diolah.

Gambar 3
Hasil Uji Normalitas-Persamaan Regresi 3

Tampilan grafik normal *probability plot* pada Gambar 1 sampai dengan Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik (data) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti atau mendekati arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model-model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

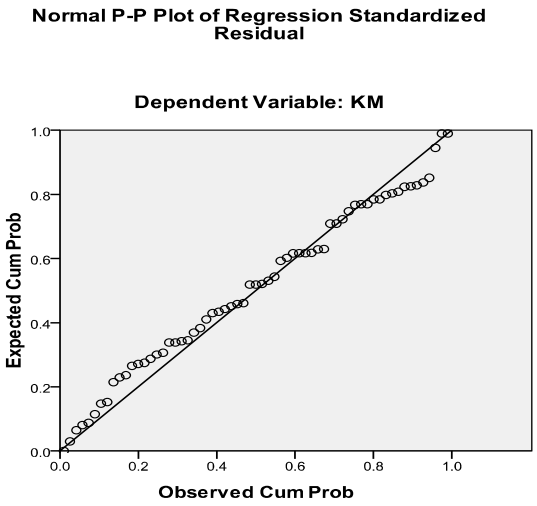
Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation faktor* (VIF). Adanya multikolonieritas dapat diketahui jika nilai *tolerance* $\leq$ 0,10 atau sama dengan nilai VIF .$\geq$ 10. Berdasar Tabel 3, hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan hanya variabel bebas partisipasi anggaran yang memiliki nilai VIF $\geq$ 10, sedangkan untuk variabel moderasi (variabel bebas kedua) komitmen organisasasi dan kepuasan kerja memiliki nilai VIF $\leq$ 0,10. Dengan demikian, disimpulkan bahwa hanya pada variabel bebas partisipasi anggaran yang tidak terdapat multikolonieritas antarvariabel bebas dalam model regresi, sedangkan untuk variabel komitmen organisasasi dan kepuasan kerja terdapat multikolonieritas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterpolt* antara nilai presiksi variabel terikat (ZPRED) dengan nilai residualnya (SRESID). Jika ada pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini gambar grafik *scatterplot* yang menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

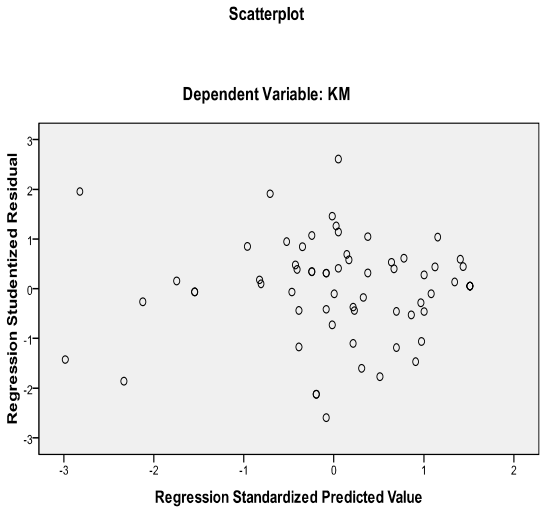
Model	Variabel Inependen	*VIF*
Pers. Reg. 1	Partisipasi Anggaran	1.000
Pers .Reg. 2	Partisipasi Anggaran	17.660
	Komitmen organisasi	16.768
	Interaksi Partisipasi Anggaran dan Komitmen organisasi (X1X2)	49.992
Pers .Reg. 3	Partisipasi Anggaran	74.847
	Kepuasan KerjaInteraksi	74.245
	Partisipasi Anggaran dan Komitmen organisasi (X1X3)	43.007

Sumber: Data primer, diolah.



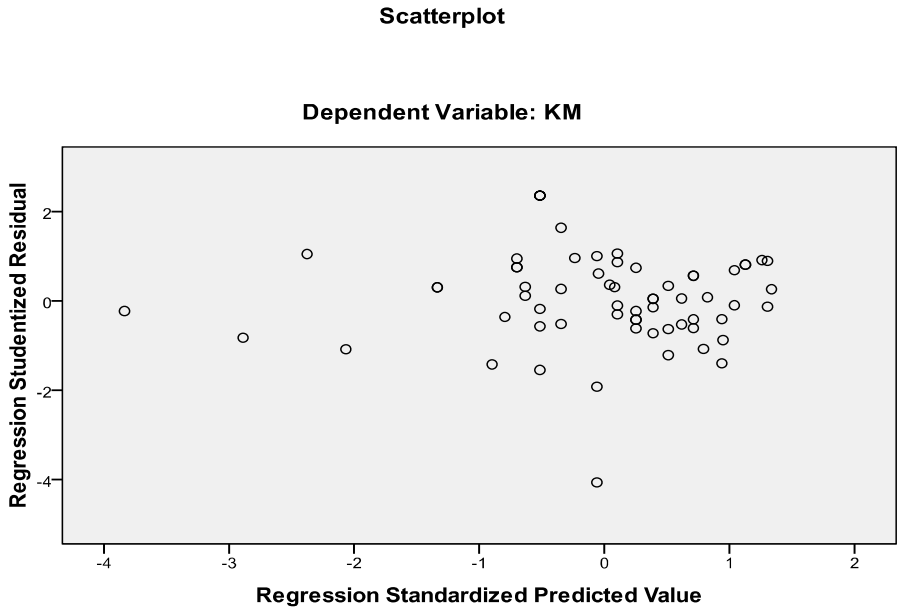
Sumber: Data primer, diolah.

Gambar 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Model Regresi 1



Sumber: Data primer, diolah.

Gambar 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Model Regresi 2



Sumber: Data primer, diolah.

Gambar 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Model Regresi 3

Tampilan Gambar 4 sampai dengan Gambar 6 memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tesebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak untuk digunakan.

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan *Durbin Watson (DW) Statistic*, seperti tampak pada Tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi dengan Nilai Durbin Watson

Persamaan Regresi	Nilai Durbin Watson
Persamaan Regresi 1	1.559
Persamaan Regresi 2	1.843
Persamaan Regresi 3	1.574

Sumber: Data mentah, diolah.

Berdasar Tabel 4 tampak nilai Durbin Watson persamaan regresi 1 sampai 3 berada pada angka 1,55-2,45 sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji linearitas pada Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel F hitung > F tabel. Hal ini berarti semua persamaan regresi memiliki hubungan linear, sehingga memenuhi asumsi linearitas.

Tabel 5
Hasi Uji Linearitas

Pers. Regresi	F – Hitung	F – Tabel	Keterangan
Pers. Regresi 1	0,46	2,76	Linear
Pers. Regresi 2	1,41	2,38	Linear
Pers. Regresi 3	0,65	2,38	Linear

Sumber: Data mentah, diolah.

Hasil uji regresi ditunjukkan pada Tabel 6 berikut ini:

PEMBAHASAN

Berdasar hasil analisis data dapat diketahui bahwa ternyata terdapat pengaruh antara partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial, yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted* R^2 = 0,349. Berarti partisipasi anggaran menjelaskan 34,9% variabilitas kinerja manajerial. Nilai t hitung variabel partisipasi anggaran sebesar 5,851 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari á = 0,05 Adanya pengaruh positif antara partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial menunjukkan bahwa semakin tinggi partisipasi anggaran maka akan semakin meningkatkan kinerja manajerial. Partisipasi anggaran merupakan keterlibatan seluruh manajer (lini menengah ke bawah) dalam suatu instansi untuk melakukan kegiatan dalam pencapaian sasaran yang telah ditetapkan dalam anggaran. Dengan adanya keterlibatan tersebut akan mendorong para manajer publik di kabupaten Halmahera Utara untuk

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear

Persamaan Regresi	*Adjusted* R^2	t- hitung	Signifikansi
Persamaan Regresi 1	0,349	PA = 5,851	0,000
Persamaan Regresi 2	0,956	X1X2 = 1,287	0,203
Persamaan Regresi 3	0,379	X1X3 =-1,379	0,173

Sumber: Data primer, diolah.

bertanggungjawab terhadap masing-masing tugas yang diembannya sehingga manajer publik tersebut akan meningkatkan kinerjanya agar mereka dapat mencapai sasaran atau target yang telah ditetapkan dalam anggaran. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang positif antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Eker (2006) dan Bangun (2008).

Berdasar hasil hasil analisis data diperoleh bahwa nilai uji interaksi (komitmen organisasi sebagai variabel moderating) menunjukkan nilai koefisien determinasi *(adjusted R Square)* sebesar 0,956. Berarti kinerja manajerial dapat dijelaskan oleh variabel partisipasi anggaran dan komitmen organisasi sebesar 95,6%, sedangkan sisanya, yaitu 4,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai t hitung dari variabel interaksi antara partisipasi anggaran dan komitmen organisasi (X!X2) sebesar 1,287 dengan signifikansi sebesar 0,203 yang lebih besar dari á = 0,05. Berarti hipotesis 2 yang diajukan ditolak. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang menyatakan partisipasi anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial ketika komitmen organisasi tinggi. Kombinasi antara partisipasi penyusunan anggaran dan komitmen organisasi yang berorientasi pada individu tidak memenuhi prasarat kondisional dari partisipasi anggaran yang dapat meningkatkan kinerja manajerial. Hal ini berarti partisipasi anggaran tidak dapat meningkatkan kinerja manajerial jika disertai dengan komitmen organisasi yang berorientasi pada individu. Dengan kata lain, komitmen organisasi tidak mampu bertindak sebagai variabel moderator yang mempengaruhi hubungan partisipasi anggaran dalam meningkatkan kinerja manajerial. Temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian Eker (2006).

Berdasar hasil analisis data diperoleh bahwa nilai uji interaksi (kepuasan kerja sebagai variabel moderating) menunjukkan nilai koefisien determinasi *(adjusted R Square)* sebesar 0,379. Berarti kinerja manajerial dapat dijelaskan oleh variabel partisipasi anggaran dan kepuasan kerja sebesar 37,9%, sedangkan sisanya, yaitu 62,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai t hitung sebesar dari variabel interaksi antara partisipasi anggaran dan kepuasan kerja (X!X3) sebesar 1,379 dengan signifikansi sebesar 0,173 yang lebih besar dari á = 0,05. Berarti hipotesis 3 yang diajukan ditolak. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang menyatakan partisipasi anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial ketika kepuasan kerja tinggi. Kombinasi antara partisipasi anggaran dan kepuasan kerja yang berorientasi pada individu tidak memenuhi prasarat kondisional dari partisipasi anggaran yang dapat meningkatkan kinerja manajerial. Hal ini berarti partisipasi anggaran tidak dapat meningkatkan kinerja manajerial jika disertai dengan kepuasan kerja yang berorientasi pada individu. Dengan kata lain, kepuasan kerja tidak mampu bertindak sebagai variabel moderator yang mempengaruhi hubungan partisipasi anggaran dalam meningkatkan kinerja manajerial. Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Adrianto (2008) yang mengindikasikan bahwa partisipasi bawahan dalam penyusunan anggaran lebih efektif jika keputusan-keputusan yang penting dalam organisasi lebih sering dibuat secara kelompok. Partisipasi anggaran akan meningkatkan kinerja manajerial para anggota organisasi jika atasan setingkat manajer peduli dan memperhatikan masalah kepuasan kerja para bawahan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar analisis data dan uji hipotesis untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh variabel yang diajukan sebagai alat ukur yaitu variabel partisipasi penyusunan anggaran (X1), komitmen organisasi (X2), kepuasan kerja (X3), terhadap kinerja manajerial (Y) dapat diambil simpulan sebagai berikut, yaitu 1) partisipasi penyusunan anggaran secara positif mempengaruhi kinerja manajerial. Hal ini berarti bahwa keterlibatan para manajer publik yang meliputi asisten bupati, kepala dinas, kepala kantor, kepala badan, kepala bidang, sub bidang dan seksi pada setiap dinas, kantor dan badan serta para camat di lingkungan Pemerintah Kabupaten Halmahera Utara dalam penyusunan anggaran mempengaruhi kinerja manajerial; 2) interaksi antara partisipasi penyusunan anggaran dan komitmen organinisasi terhadap kinerja manajerial tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa komitmen organisasi tidak bisa berperan sebagai variabel moderator terhadap

pengaruh partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Eker (2006) dan Bangun (2008) yang menemukan komitmen organisasi mampu bertindak sebagai variabel moderator terhadap pengaruh partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial; dan 3) interaksi antara partisipasi penyusunan anggaran dan kepuasan kerja dengan kinerja manajerial tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa kepuasan kerja tidak bisa berperan sebagai variabel moderator terhadap pengaruh partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Adrianto (2008) yang menemukan kepuasan kerja mampu bertindak sebagai variabel moderator terhadap pengaruh partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial.

Saran

Beberapa keterbatasan yang kemungkinan dapat mengganggu hasil penelitian ini, yaitu 1) hanya memasukkan variabel moderasi dalam hubungan partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial dalam penelitian ini, yaitu komitmen dan kepuasan kerja. Diduga masih ada faktor lain yang dapat menjadi variabel moderasi terhadap pengaruh partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial; 2) tidak memasukkan variabel kontrol dalam penelitian ini yang dapat mengawasi variabel independen yang lain serta dapat memungkinkan terjadinya tingkat *error* yang lebih kecil; 3) metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner, dimana responden yang dipilih hanya terbatas pada manajer level menengah ke bawah di lingkungan Pemda Halmahera Utara yang memungkinkan adanya perbedaan struktur organisasi dengan Pemda lain di Indonesial dan 4) data yang dianalisis dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang hanya berdasarkan persepsi jawaban responden. Berdasarkan hasil temuan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka ada tiga saran, yaitu 1) para pejabat atau manajer publik yang ada di lingkungan Pemerintah Kabupaten Halmahera Utara hendaknya melibatkan seluruh manajer level menengah ke bawah dalam proses penyusunan anggaran; 2) penelitian ini tidak memasukkan *control variable* sebagai variabel yang dapat mengawasi variabel independen dan dapat memungkinkan untuk memperkecil tingkat *error*, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat memasukkan *control variable; 3)* pada penelitian ini hanya memasukan dua variabel moderasi yaitu komitmen organisasi dan kepuasan kerja. Untuk penelitian berikutnya, dapat mempertimbangkan pengaruh variabel kontijensi lainnya, seperti pelimpahan wewenang, gaya kepemimpinan, struktur organisasi, *locus of control,* dan *Job Relevant Innformation*.

DAFTAR PUSTAKA

Adrianto, Yogi, 2008, "Analisis Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Manajerial dengan Kepuasan kerja, Job Relevan Information dan Motivasi Kerja sebagai Variabel Moderating", *Tesis* Magister Akuntansi UNDIP, Semarang.

Bangun, Andarias, 2009, "Pengaruh Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran, Kejelasan Sasaran dan Struktur Desentralisasi Terhadap Kinerja Manajerial SKPD dengan Pengawasan Internal Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Pemerintah Kabupaten Deli Serdang), *Tesis* Magister Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.

Eker, Melek, 2006, "The Impact Of Budget Participation on Managerial Performance Via Organizational Commitment: A Study On The Top 500 Firms in Turkey", *Uluda: Üniversitesi ktisadi* ve dari Bilimler Fakültesi.

Hapsari A.R. Nanda, 2009, "Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial dengan Komitmen Organisasi dan Locus of Control sebagai Variabel Moderating", *Artikel,* Universitas Diponegoro.

Hutagalung, Galumbang, 2008, "Hubungan Partisipasi dalam Penganggaran dengan prestasi kerja; Peranan Motivasi dan Sikap sebagai Variabel

Mediating", *Integrity-Jurnal Akuntansi dan Keuangan,* 2(1).

Kartiwa, H.A., 2004, "Proses Penyusunan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan Arah Kebijakan Umum", *Makalah* disampaikan pada Pelatihan Pendalaman Kompetensi bidang Tugas Legislatif anggota DPRD Kabupaten Sukabumi.

Mahesa, Deewar, 2010, "Analisis Pengaruh Motivaasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Lama Kerja Sebagai Variabel Moderating", *Skripsi,* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Nasir, Muhammad, 2008, "Pengaruh Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Manajerial dan Motivasi sebagai variabel intervening", *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi,* 8(3).

Ngatemin, 2009, "Pengaruh Komitmen Organisasi dan Locus of Control terhadap Hubungan antara Partisipasi penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial pada Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Parawisata Departemen Kebudayaan dan Parawisata Republik Indonesia", *Tesis* Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Medan.

Nor, Wahyudin, 2007, "Desentralisasi dan Gaya Kepemimpinan sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial", *SNA X, 26 – 28 Juli 2007,* Makassar.

Nurcahyani, Kunwaviyah, 2010, "Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Melalui Komitmen Organisasi dan Persepsi Inovasi sebagai variabel Intervening", *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Omposunggu, Krisler Bornadi, dan Icuk Rangga Bawono, 2006, "Pengaruh Partisipasi Anggaran dan Job Relevant Information Terhadap Informasi Asimetris*", SNA IX. 23-26 Agustus.*

Sardjito Bambang dan Osmad Muthaher, 2007, "Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Aparat Pemerintah Daerah : Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating", *SNA X, 26 – 28 Juli 2007,* Makassar.

Suardana, Kadek Juli dan I Ketut Suryanawa, 2009, "Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Pada Kinerja Manajerial dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderasi", *Artikel,* Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Bali.

Supriyono, R.A., 2005, "Pengaruh Komitmen Organisasi, Keinginan Sosial, dan Asimetri Informasi terhadap Hubungan Antara Partisipasi Penganggaran dengan Kinerja Manajer", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia,* 20(1).

ISSN: 1978-3116

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

Vol. 7, No. 3, November 2013

INDEKS SUBYEK
JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

A
attitude toward 149

B
budget participation 201, 211

C
commitment organization 201
competitive advantage 173, 178, 179

E
economic growth rate 181, 182
economic structure 181, 182, 183, 187
entrepreneur 173, 179

H
hair production 173, 178

I
institutional 173

J
job satisfaction 201

L
leverage 163, 164, 165, 167, 169, 170, 171
liquidity 163

M
managerial performance 201, 211
motivation 151, 173, 189, 199, 200, 201

O
organic food 149, 160, 161

P
per capita 181
performance 171, 176, 178, 189, 199, 200, 201, 211
personality 160, 189, 198, 199, 200
power 175, 176, 178, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 196, 197, 198, 199, 200
profitability 163, 174
purchase behavioral control 149
purchase intention 149, 161

S
size companies 163
social capital 173, 175, 179
subjective norm 149, 161

T
tax rate 181, 182, 183, 184, 187
tax ratio 181, 182, 183, 184, 187

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

INDEKS PENGARANG
JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

A
Agus Arifin 173
Aji Irawan 189

D
Danny Wibowo 181

I
lfred Labi 201
Irman Firmansyah 163

R
Rakhmat Priyono 173

T
Tony Wijaya 149

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL
EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

PEDOMAN PENULISAN
JURNAL EKONOMI & BISNIS (JEB)

Ketentuan Umum

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

Standar Penulisan

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

Urutan Penulisan Naskah

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

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Tahun 2007

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 kepustakaan 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.

ISSN: 1978-3116

Vol. 7, No. 3, November 2013

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
Tahun 2007

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 Govermment. 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 di*review* 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.

Jahanshahi, Asghar Afshar *et al*., 2011, "Electronic Commerce Applications among Indian Small and Medium Enterprises", *Information Management and Business Review*, 2(6): 276-286.

Kushwaha, Gyaneshwar Singh, 2011, "Competitive Advantage Through Information and Communication Technology (ICT) Enabled Supply Chain Management Practices", *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*,.1(2).

Kyaw, Aung, 2008, "Financing Small and Medium Enterprises in Myanmar", *Institute of Developing Economies (IDE) Discussion Paper*, No. 148. Yangon Institute of Economics, Myanmar.

Musnidar dan Tulus Tambunan, 2007, "Development Strategy and Overview of SMEs" in Entrepreneurship Development for Competitive Small and Medium Enterprises, pp. 112-136", *Report of the APO Survey on Entrepreneur Development for Competitive SMEs*, Asian Productivity Organization, Japan.

Popescu, Dan *et al.*, 2011, "Management Practices from Small and Medium Enterprises within the Knowledge-Based Economy". *International Journal of Education and Information Technologies*, 5(1).

Radam, Alias, Mimi Liana Abu, dan Amin Mahir Abdullah, 2008, "Technical Efficiency of Small and Medium Enterprise in Malaysia: A Stochastic Frontier Production Model", *International Journal of Economics and Management*, 2(2).

Sari, Diana, Quamrul Alam, dan Nicholas Beaumont, 2008, "Internationalisation of Small Medium Sized Enterprises in Indonesia: Entrepreneur Human and Social Capital", *Proceedings*. 17th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia in Melbourne 1-3 July 2008.