



# DeReMa

Development Research of Management

Jurnal Manajemen

Vol. 12, No.1 Mei 2017

ISSN 1907-0853

**Waluyo Budi Atmoko**

**Nang Among Budiadi**

**Sefnedi**

**Fitri Ismiyanti**

**Anggita Rebbica Hamidya**

**Desi Putri Wijayanti**

**Didi Sundiman**

**Bambang Leo Handoko**

**Kinanti Ashari Ramadhani**

**Yulan**

**Innocentius Bernarto**

**Rudolf Lumbantobing**

Kekuatan Harga Dalam Membentuk Niat Berobat Ulang di Rumah Sakit

1

*The Market Orientation and Performance Relationship : An Empirical Study In Private Universities*

19

Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Dengan *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC™) Sebagai Variabel Intervening

40

Pengaruh *Knowledge Management* Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Empiris Pada PT. SMS Kabupaten Kotawaringin Timur)

69

Pengaruh Karakteristik Komite Audit, Keahlian Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan

86

Pengaruh *Self-Efficacy*, Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi

114

Ratio Utang Memediasi Pengaruh Kemampulabaan dan Ukuran Aktiva Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Empiris pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

139

Diterbitkan oleh Jurusan Manajemen - Fakultas Ekonomi  
Universitas Pelita Harapan - Karawaci Tangerang



# DeReMa

Development Research of Management

## Jurnal Manajemen

Vol. 12, No.1

DeReMa - Jurnal Manajemen

Mei 2017

*Jurnal DeReMa (Development and Research Management) Jurnal Manajemen diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang bertujuan untuk menyebarluaskan hasil penelitian dan buah pikiran akademisi dan praktisi di bidang ilmu manajemen. Topik-topik dalam DeReMa antara lain mencakup manajemen keuangan, pemasaran, manajemen ritel, manajemen sumber daya manusia, manajemen operasional, manajemen strategi, bisnis internasional, usaha skala kecil dan menengah, kewirausahaan, dan manajemen pariwisata. Jurnal DeReMa telah terindeks di DOAJ, Google Scholar, OCLC WorldCat, Indonesia ONESearch, Sinta, IPI dan merupakan anggota dari Crossref, OPEN ARCHIVES, dan SHERPA/ROMEO.*

### SUSUNAN REDAKSI

#### Redaksi Pelaksana

Dr. Sabrina O. Sihombing, S.E., M.Bus

#### Sekretaris

Staff Office Research and Publication (ORP)

#### Sirkulasi Terbit

2 (dua) kali setahun: Mei dan September

#### Diterbitkan oleh

Jurusan Manajemen - Business School  
Universitas Pelita Harapan  
Kampus UPH Gedung F Lt. 1  
Lippo Karawaci, Tangerang 15811  
Telp: (021) 5460901 Fax: (021) 54210992  
e-mail: jurnal.derema@uph.edu



# DeReMa

Development Research of Management

**Jurnal Manajemen**

Vol. 12, No.1

DeReMa - Jurnal Manajemen

Mei 2017

## DAFTAR ISI

<b>Kekuatan Harga Dalam Membentuk Niat Berobat Ulang di Rumah Sakit</b> <i>Waluyo Budi Atmoko</i> <i>Nang Among Budiadi</i>	<b>1</b>
<b><i>The Market Orientation and Performance Relationship : An Empirical Study In Private Universities</i></b> <i>Sefnedi</i>	<b>19</b>
<b>Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Dengan <i>Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAIC™)</i> Sebagai Variabel Intervening</b> <i>Fitri Ismiyanti</i> <i>Anggita Rebbica Hamidya</i>	<b>40</b>
<b>Pengaruh <i>Knowledge Management</i> Terhadap Kinerja Karyawan ( Studi Empiris Pada PT. SMS Kabupaten Kotawaringin Timur )</b> <i>Desi Putri Wijayanti</i> <i>Didi Sundiman</i>	<b>69</b>
<b>Pengaruh Karakteristik Komite Audit, Keahlian Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan</b> <i>Bambang Leo Handoko</i> <i>Kinanti Ashari Ramadhani</i>	<b>86</b>
<b>Pengaruh <i>Self-Efficacy</i>, Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi</b> <i>Yulan</i> <i>Innocentius Bernarto</i>	<b>114</b>
<b>Ratio Utang Memediasi Pengaruh Kemampuan dan Ukuran Aktiva Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Empiris pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)</b> <i>Rudolf Lumbantobing</i>	<b>139</b>

# KEKUATAN HARGA DALAM MEMBENTUK NIAT BEROBAT ULANG DI RUMAH SAKIT

Waluyo Budi Atmoko<sup>1)</sup>, Nang Among Budiadi<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi, Universitas Setia Budi

<sup>1)</sup>e-mail: waluyobudiatmoko@gmail.com

<sup>2)</sup>e-mail: nangamongbudiadi@gmail.com

## **ABSTRACT**

*In perspective of consumer research, someone will continue to consume a service depend on the result of appraisal that cause emotional respon in form satisfaction. This satisfaction as base for cognitive evaluation forming of intention to repeat consume a service in the future. Satisfaction is result of appraisal of ability performance to fulfill expectation in service consumption. Therefore, satisfaction is a function of discrepancy between expectation and performance. Consumer often using price as quality clues. There are correlation between perceived service quality and perceived price fairness that they influence to satisfaction and form intention to repeat consume a service. Research conducted by using survey design. Population are patient in a private hospital. Sample size are 200 respondents determined by Purposive sampling techniques. Hypotheses examined by Structural equation modelling method. The result of the research shows: there are significant correlation between perceived service quality and perceived price fairness, perceived service quality has significant influence to consumer satisfaction, and perceived price fairness has significant influence to revisit intention.*

*Keywords: Perceived Service Quality, Perceived Price Fairness, Consumer Satisfaction, Revisit Intention.*

## **ABSTRAK**

Dalam perspektif perilaku konsumen, seseorang akan meneruskan untuk mengonsumsi sebuah jasa bergantung pada hasil penaksiran yang menimbulkan tanggapan emosional dalam bentuk kepuasan. Kepuasan ini menjadi dasar evaluasi kognitif terbentuknya niat untuk mengonsumsi ulang jasa di masa mendatang. Kepuasan merupakan hasil penaksiran bahwa kinerja mampu memenuhi harapan terhadap jasa yang dikonsumsi. Jadi kepuasan merupakan fungsi ketidak-sesuaian antara harapan dan kinerja. Konsumen seringkali menggunakan harga sebagai petunjuk kualitas. Ada korelasi antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan yang berpengaruh pada kepuasan dan membentuk niat mengonsumsi ulang jasa. Penelitian dilakukan menggunakan desain *survey*, dengan populasi adalah pasien yang berobat di rumah sakit swasta. Sampel berukuran 200 responden ditentukan dengan teknik penyampelan *purposive*. Hipotesis penelitian diuji menggunakan metode Pemodelan persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi signifikan antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan, kualitas pelayanan yang dipersepsikan berpengaruh pada kepuasan konsumen, dan kewajaran harga yang dipersepsikan berpengaruh langsung pada niat berobat ulang.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Yang Dipersepsikan, Kewajaran Harga Yang Dipersepsikan, Kepuasan Konsumen, Niat Berobat Ulang.

## 1. Pendahuluan

Menang dalam persaingan tidak cukup diatasi dengan membangun keunggulan dalam bauran pemasaran melalui peningkatan kualitas, kekompetitifan harga, distribusi, serta intensifikasi/ekstensifikasi promosi produk dan jasa. Sebuah pendekatan penting yang tak bisa diabaikan adalah membangun kesetiaan pelanggan dengan mau membeli ulang sebuah produk atau jasa. Penelitian ini mengambil latar belakang industri perawatan kesehatan. Industri perawatan kesehatan (rumah sakit, puskesmas, klinik diagnostik, dan perawatan kulit dan wajah) adalah industri yang sedang tumbuh pesat saat ini. Tabel 1 menyajikan jumlah rumah sakit di Indonesia pada tahun 2015.

Tabel 1  
Jumlah Rumah Sakit di Indonesia  
Tahun 2013-2015

Pengelola/Kepemilikan	2013	2014	2015
Kementerian Kesehatan/Pemerintah Daerah	676	687	713
TNI/Polri	159	169	167
Kementerian Lain	3	7	8
Swasta Nonprofit	724	736	705
<b>Jumlah Rumah Sakit Publik</b>	<b>1.562</b>	<b>1.599</b>	<b>1.593</b>
<b>Privat</b>			
BUMN	67	67	62
Swasta	599	740	833
<b>Total Rumah Sakit</b>	<b>2.228</b>	<b>2.406</b>	<b>2.488</b>

Sumber: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2015).

Tabel di atas menyajikan informasi pertumbuhan jumlah rumah sakit milik pemerintah (Kementerian

Kesehatan/ Pemerintah Daerah/BUMN/TNI/Polri) dan swasta. Dari beragam instansi tersebut, rumah sakit yang didirikan instansi swasta murni (berorientasi pada profit) menunjukkan pertumbuhan jumlah yang pesat, yakni dari 599 rumah sakit pada tahun 2013 menjadi 833 rumah sakit pada tahun 2015 (naik 35%). Tingkat pertumbuhan yang tinggi ini berakibat pada semakin tingginya intensitas persaingan antar rumah sakit, khususnya antar rumah sakit swasta baik swasta murni maupun swasta nonprofit. Hasilnya dapat dilihat pada tahun 2015 jumlah rumah sakit swasta murni tumbuh dari 740 rumah sakit pada tahun 2014 menjadi 833 rumah sakit pada tahun 2015 (naik 12%), sedangkan rumah sakit swasta nonprofit justru turun dari 736 rumah sakit pada tahun 2014 menjadi 705 pada tahun 2015 (turun 4%). Penurunan jumlah rumah sakit swasta nonprofit ini mengindikasikan kekalahan dalam persaingan memperebutkan pasien. Oleh karena itu, betapapun usaha rumah sakit merupakan usaha yang bersifat sosial, namun mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran dalam mempertahankan pelanggan adalah sebuah keharusan, jika ingin bertahan dalam persaingan pasar.

Dalam industri pelayanan kesehatan, belum banyak penelitian yang memodelkan perilaku berobat ulang. Pengukuran perilaku berobat ulang adalah nyaris tidak mungkin, sebab tidak mudah memantau pasien berobat kembali sejak ia menjalani perawatan kesehatan yang pertama. Namun, perilaku berobat ulang dapat diprediksi dari niatnya untuk berobat ulang (Ajzen & Madden, 1986). Maka pengelola organisasi penyedia jasa perawatan kesehatan perlu mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang membentuk niat berobat ulang.

Dalam perspektif perilaku konsumen, seseorang akan meneruskan untuk mengonsumsi sebuah produk/jasa bergantung pada hasil penaksiran yang menimbulkan tanggapan emosional. Bila tanggapan emosional adalah puas, maka kepuasan ini menjadi dasar evaluasi kognitif berikutnya yang menimbulkan tanggapan emosional berupa niat untuk mengonsumsi ulang produk atau jasa di masa mendatang (Frijda, 1988; Bagozzi, *et al.*, 1999; Clore & Ortony, 2000). Saat konsumen melakukan evaluasi kognitif yang menghasilkan kepuasan, penaksiran didasarkan pada sejauh mana kinerja mampu memenuhi harapan terhadap jasa yang dikonsumsi. Jadi kepuasan

sebetulnya merupakan fungsi ketidak-sesuaian antara harapan dan kinerja (Parasuraman *et al.*, 1985; Oliver, 1999; Kotler & Keller, 2009, h.400). Konstruk yang mencerminkan ketidak-sesuaian antara harapan dan kinerja ini oleh Parasuraman *et al.* (1985) dinamakan kualitas pelayanan yang dipersepsikan.

Fakta lain menyatakan, konsumen seringkali menggunakan harga sebagai petunjuk kualitas. Harga mahal mengindikasikan kualitas tinggi, sebaliknya harga murah mengindikasikan kualitas rendah (Kotler & Keller 2009, h.421). Ada variasi luas antar individu tentang harga. Variasi ini disebabkan adanya perbedaan dalam mempersepsikan harga. Oleh karena itu, penyebutan harga yang dipersepsikan lebih bermakna dalam mewakili segala sesuatu tentang harga. Adanya hubungan antara harga yang dipersepsikan dan kualitas yang dipersepsikan ini, mengindikasikan adanya hubungan antara harga yang dipersepsikan dan kepuasan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Tanggapan emosional puas terhadap peristiwa konsumsi akan membuahkan pengalaman positif yang akan menimbulkan niat untuk mengulang pengalaman yang sama. Oleh karena itu ada indikasi kuat bahwa niat membeli

ulang terjadi akibat tanggapan emosional puas terhadap sebuah peristiwa konsumsi.

Dalam upaya memecahkan permasalahan ini, maka perlu dilakukan upaya untuk mengonfirmasi hubungan antara niat berobat ulang dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang dipersepsikan, dan kewajaran harga yang dipersepsikan.

## 2. Tinjauan Pustaka

Perilaku berobat ulang diprediksi oleh niatnya untuk berobat ulang. Niat berobat ulang merupakan konstruk yang diadaptasi dari niat membeli ulang. Model niat berobat ulang dalam penelitian ini dibangun berdasarkan hubungan antar konstruk kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang dipersepsikan, dan kewajaran harga yang dipersepsikan.

### 2.1. Niat Berobat Ulang

Niat berobat ulang sebuah produk/jasa merupakan tanggapan emosional berupa kesiapan bertindak sebagai hasil penaksiran kognitif sebuah kejadian (Frijda, 1988; Bagozzi, *et al.*, 1999; Clore & Ortony, 2000). Bila konsumsi pertama sebuah produk/ jasa ditaksir sebagai pengalaman positif,

maka hal ini akan menimbulkan tanggapan emosional puas dan mengondisikan timbulnya keinginan mengonsumsi ulang produk/jasa tersebut. Tanggapan emosional terbentuk melalui serangkaian rute yang melibatkan sejumlah *states* psikologis, yaitu penaksiran kognitif, emosi, keyakinan, sikap, kesiapan bertindak, dan tindakan/perilaku. Kesiapan bertindak ini diyakini sebagai niat membeli ulang. Dalam perpektif industri kesehatan, niat membeli ulang ini berupa niat berobat ulang. Maka, niat berobat ulang dapat didefinisikan sebagai kesiapan untuk berobat sebagai tanggapan emosional puas atas hasil penaksiran kognitif positif terhadap pengalaman berobat sebelumnya.

Beberapa penelitian terdahulu berhasil mengidentifikasi anteseden niat berperilaku dalam berbagai bentuknya terkait dengan industri jasa, yaitu: kepuasan (Amin & Nasharuddin, 2013; Marinkovic *et al.*, 2014; Bonn *et al.*, 2016; Su *et al.*, 2016), kualitas pelayanan (Cronin *et al.*, 2000; Su *et al.*, 2016), dan harga (Marinkovic *et al.*, 2014). Lee *et al.*, (2000) berhasil mengidentifikasi sejumlah dimensi niat membeli ulang sebuah jasa, yang meliputi: probabilitas menggunakan jasa, niat

merekomendasikan jasa kepada orang lain, dan kepastian menggunakan jasa. Dalam perspektif fenomena berobat ulang, ketiga dimensi tersebut dapat diadaptasi menjadi: probabilitas berobat ulang, niat merekomendasikan pengobatan kepada orang lain, dan kepastian berobat ulang.

## 2.2. Kepuasan Pelanggan

Oliver (1999) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi ketidak-sesuaian yang dipersepsi antara harapan sebelumnya dan kinerja produk saat ini. Sejalan dengan Oliver, Kotler dan Keller (2009, h.400) memaknai kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan (hasil) dengan harapan-harapan atas sebuah produk/jasa. Parasuraman *et al.* (1985), menspesifikkan kepuasan pelanggan jasa sebagai hasil perbandingan antara kinerja dan harapan ke dalam tiga kondisi: (a) bila kinerja lebih rendah dari harapan, maka konsumen tidak puas; bila kinerja sama dengan harapan, maka konsumen puas; (b) bila kinerja melebihi harapan, maka konsumen sangat puas. Penjelasan di atas, menyimpulkan bahwa kepuasan merupakan fungsi ketidak-sesuaian

antara harapan dan kinerja. Ketika terjadi ketidak-sesuaian, maka konsumen dihadapkan pada dua kemungkinan, yaitu mengalami kepuasan atau ketidak-puasan.

Dalam perspektif emosi, kepuasan merupakan hasil evaluasi kognitif yang menimbulkan tanggapan emosional (Frijda, 1988; Bagozzi, *et al.*, 1999; Clore & Ortony, 2000). Hasil evaluasi kognitif ini diperoleh melalui perbandingan antara harapan dan kinerja produk/jasa yang dikonsumsi. Maka kepuasan dapat dicirikan oleh adanya: kepuasan, harapan, dan kinerja (Lee *et al.*, 2000). Tanggapan emosional puas terhadap peristiwa konsumsi akan membuahkan pengalaman positif yang selanjutnya akan menjadi obyek penaksiran yang akan menimbulkan niat untuk mengulang pengalaman yang sama. Oleh karena itu ada dasar yang kuat bahwa niat membeli ulang terjadi akibat tanggapan emosional puas terhadap sebuah peristiwa konsumsi. Hasil penalaran ini didukung temuan Bonn *et al.* (2016) dan Su *et al.* (2016) yang mengonfirmasi signifikansi pengaruh kepuasan pada niat berkunjung ulang/niat membeli ulang. Dalam perspektif perawatan kesehatan, niat berobat ulang terjadi akibat tanggapan

puas setelah mengalami pelayanan kesehatan di sebuah rumah sakit atau penyedia layanan kesehatan lainnya. Amin dan Nasharuddin (2013) mengonfirmasi hal ini, di mana kepuasan pasien berpengaruh signifikan pada niat berperilaku (niat berobat ulang).

Kepuasan dibangun oleh dua antecedent utama, yaitu: kualitas pelayanan (Cronin *et al.*, 2000, Amin & Nasharuddin, 2013) dan kewajaran harga (Oh, 1999; Marinkovic *et al.*, 2014). Seperti telah dijelaskan di atas, kepuasan merupakan tanggapan emosional dari penaksiran atau evaluasi terhadap peristiwa konsumsi. Proses penaksiran pada dasarnya adalah proses mempersepsi sebuah rangsangan. Persepsi didefinisikan sebagai proses menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasi sebuah rangsangan (Assael, 2004, h. 39). Sebagai hasil dari proses mempersepsi sebuah rangsangan, maka gambaran tentang kualitas pelayanan lebih tepat dinyatakan sebagai kualitas pelayanan hasil mempersepsi atau kualitas pelayanan yang dipersepsikan. Amin dan Nasharuddin (2013) menguji pengaruh kualitas pelayanan yang dipersepsikan pada kepuasan pasien, dan mendapati kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada

kepuasan pasien. Su *et al.*(2016) mendapati bahwa kepuasan memediasi penuh hubungan antara kualitas pelayanan dan niat membeli ulang.

Demikian juga dengan kewajaran harga. Sebuah harga produk/jasa yang tergambar di benak konsumen adalah gambaran yang diperoleh melalui proses mempersepsi harga moneter produk/jasa yang dikonsumsi. Oleh karena itu konstruk kewajaran harga lebih tepat dinyatakan sebagai kewajaran harga yang dipersepsikan. Marinkovic *et al.* (2014) mendapati bahwa harga tidak hanya berpengaruh signifikan pada kepuasan, bahkan juga berpengaruh langsung dan signifikan pada niat berkunjung ulang. Pengaruh langsung harga pada kepuasan pelayanan dan niat membeli ulang serta pengaruh kepuasan itu sendiri pada niat membeli ulang, mengindikasikan adanya peran mediasi kepuasan dalam hubungan antara harga dan niat membeli. Penalaran tentang kepuasan ini membawa pada hipotesis:

H<sub>1a</sub>: kepuasan pelanggan berpengaruh pada niat berobat ulang.

H<sub>1b</sub>: kepuasan memediasi pengaruh kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan pada niat berobat ulang.

### 2.3. Kualitas Pelayanan yang dipersepsikan

Zeithaml (1988) dalam Lien dan Yu (2001) mendefinisikan kualitas sebagai superioritas atau keunggulan. Bila kualitas diperluas dengan kualitas yang dipersepsikan, maka maknanya menjadi penilaian konsumen tentang keunggulan atau superioritas menyeluruh dari produk atau jasa. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang dipersepsikan mempunyai karakteristik: (1) berbeda dari kualitas obyektif atau aktual, (2) mempunyai tingkat abstraksi lebih tinggi dibanding atribut spesifik sebuah produk/jasa, (3) merupakan asesmen global mirip sikap, (4) sebuah penilaian yang dibuat dalam benak konsumen. Kualitas obyektif adalah istilah yang merujuk pada superioritas atau keunggulan teknis yang sebenarnya. Jadi perspektif kualitas yang dipersepsikan berbeda dengan pendekatan berbasis produk atau berbasis manufaktur.

Kualitas pelayanan dalam konsep Parasuraman *et al.* (1985) merupakan konstruk hasil perbandingan antara kinerja dan harapan. Oleh karena itu, metode pengukuran kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kepuasan secara mendasar tidak berbeda. Kedua konstruk itu diukur berdasarkan perbandingan

antara harapan dan kinerja (Lien & Yu, 2001). Oleh karena itu, kinerja produk/jasa tinggi akan menimbulkan kepuasan konsumen. Cronin *et al.* (2000) menyarankan bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan berpengaruh secara langsung pada niat untuk membeli. Hal ini didasarkan pada pengaruh kualitas yang dipersepsikan pada kepuasan, sedangkan kepuasan sendiri berpengaruh pada niat untuk membeli. Peran mediasi kepuasan dalam hubungan antara kualitas yang dipersepsikan dan niat membeli, mengondisikan pengaruh langsung kualitas yang dipersepsikan pada niat membeli ini. Pengaruh langsung ini sangat mungkin terjadi, sebab bila kualitas merupakan rangsangan, hasil penaksiran kognitif mungkin saja akan menghasilkan niat membeli. Dalam perkembangan penelitian, Su *et al.* (2016) telah menguji hubungan langsung kualitas pelayanan pada niat membeli ulang, dan mendapati hubungan tersebut signifikan. Pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas yang dipersepsikan pada niat membeli ini, membawa pada hipotesis:

H<sub>2a</sub>: kualitas pelayanan yang dipersepsikan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

H<sub>2b</sub>: kualitas pelayanan yang dipersepsikan berpengaruh pada niat berobat ulang.

#### **2.4. Kewajaran Harga yang dipersepsikan**

Harga adalah sesuatu yang harus dibayar atau dikorbankan untuk memperoleh produk atau jasa (Cronin *et al.*, 2000; Lien & Yu, 2001). Ada dua jenis harga, yaitu harga moneter dan harga yang diinginkan dalam pikiran konsumen. Harga yang didefinisikan berdasarkan pandangan konsumen adalah harga yang dipersepsi, sehingga diistilahkan dengan harga yang dipersepsikan. Bagi konsumen harga yang dipersepsikan lebih bermakna dibanding harga moneter. Biasanya, bila harga yang dipersepsikan rendah, maka bisa dimaknai pengorbanan yang dipersepsikan juga rendah, dan sebaliknya.

Dalam konteks industri jasa, konsumen biasanya menilai harga dan kualitas pelayanan berdasarkan konsep ekuitas, yang akan menimbulkan kepuasan dan ketidak-puasan. Bila timbul kepuasan tinggi dengan harga yang dipersepsikan, maka transaksi akan terjadi. Hal ini menjadi penjelas mengapa harga moneter atau harga yang

dipersepsikan rendah tidak menjamin kepuasan tinggi (Zeithaml dalam Lien & Yu, 2001).

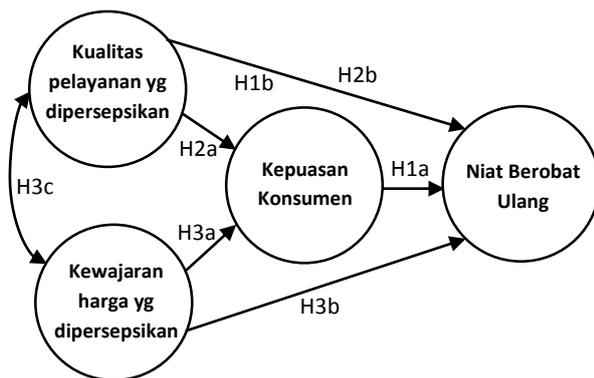
Konsumen seringkali menggunakan harga sebagai petunjuk tentang kualitas. Bila harga rendah, maka kualitas diduga juga rendah. Demikian pula sebaliknya, bila harga tinggi, maka kualitas diduga juga tinggi. Biasanya konsumen mempersepsi harga secara subyektif berdasarkan tingkat pengorbanan yang dilakukan. Hal ini bermakna bahwa harga yang diinginkan pelanggan adalah harga yang wajar. Maka konstruk harga yang tepat adalah kewajaran harga yang dipersepsikan. Kewajaran harga yang dipersepsikan inilah yang diduga lebih menjamin timbulnya kepuasan konsumen. Penalaran di atas mendasari pendefinisian konstruk kewajaran harga yang dipersepsikan sebagai pengorbanan yang dipersepsi pelanggan untuk memperoleh sebuah produk/jasa. Dalam perkembangan penelitian, Marinkovic *et al.* (2014) telah menguji hubungan antara harga kepuasan serta antara harga dan niat berkunjung ulang dan mendapati kedua hubungan signifikan. Dalam perspektif industri pelayanan kesehatan, kewajaran harga yang dipersepsikan merupakan pengorbanan yang dipersepsi

pelanggan untuk memperoleh sebuah pelayanan kesehatan. Oleh karena itu dapat diajukan hipotesis:

H<sub>3a</sub>: kewajaran harga yang dipersepsikan berpengaruh pada kepuasan konsumen

H<sub>3b</sub>: kewajaran harga yang dipersepsikan berpengaruh pada niat berobat ulang

H<sub>3c</sub>: ada hubungan korelasi antara kewajaran harga yang dipersepsikan dan kualitas pelayanan yang dipersepsikan.



Gambar 1. Model penelitian

Model di atas menjelaskan bahwa niat berobat ulang dapat terbentuk langsung dari kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan. Kepuasan konsumen sendiri terbentuk sebagai tanggapan langsung dari kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan. Antara kualitas pelayanan

yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan terdapat hubungan korelasi satu sama lain.

## 4. Metode Penelitian

### 4.1. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian *causal*, yaitu bertujuan menguji hubungan sebab akibat antar konstruk yang diteliti, sehingga desain yang tepat adalah *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Rumah sakit swasta X di Surakarta. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan bobot faktor indikator pengukuran variabel sebesar 0,4. Dalam penelitian ini, sebuah item kuesioner dikatakan valid bila mempunyai bobot faktor sebesar 0,4. Penentuan ukuran sampel sesuai bobot faktor disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1.

Ukuran sampel berdasarkan bobot faktor

Bobot faktor	Ukuran sampel
0.30	350
0.35	250
0.40	200
0.45	150
0.50	120
0.55	100
0.60	85
0.65	70
0.70	60
0.75	50

Sumber : Hair *et al.* (2006 h. 128).

Berdasarkan pedoman di atas, bila bobot faktor yang digunakan sebesar 0,4, maka jumlah responden minimal penelitian ini adalah 200 responden. Data dikumpulkan dengan teknik penyampelan *purposive*.

#### 4.2. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dijelaskan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Pengukuran variabel

Variabel	Definisi konseptual	Indikator	Skala
Niat berobat ulang	Kesiapan untuk berobat sebagai tanggapan emosional puas terhadap hasil penaksiran kognitif positif atas pengalaman berobat sebelumnya (Frijda, 1988; Bagozzi, <i>et al.</i> , 1999; Clore & Ortony, 2000).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probabilitas menggunakan jasa,</li> <li>• Niat merekomendasikan jasa kepada orang lain,</li> <li>• Kepastian menggunakan jasa (Lee <i>et al.</i>, 2000).</li> </ul>	<i>Semantic differential</i>
Kepuasan pelanggan	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan harapan atas sebuah produk/jasa (Kotler & Keller, 2009, h. 164).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepuasan,</li> <li>• Harapan, dan</li> <li>• Kinerja (Lee <i>et al.</i>, 2000).</li> </ul>	<i>Semantic differential</i>

Kualitas pelayanan yang dipersepsikan	Penilaian konsumen tentang keunggulan atau superioritas menyeluruh pelayanan kesehatan (Zeithaml, 1988) dalam Lien & Yu (2001).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rendah-tinggi,</li> <li>• buruk-unggul,</li> <li>• tak menyenangkan-menyenangkan (Lee <i>et al.</i>, 2000).</li> </ul>	<i>Semantic differential</i>
Kewajaran harga yang dipersepsikan	Pengorbanan yang dipersepsi pelanggan untuk memperoleh pelayanan kesehatan (Cronin <i>et al.</i> , 2000; Lien dan Yu, 2001).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kewajaran,</li> <li>• Referensi dari pihak lain,</li> <li>• Kebijakan harga,</li> <li>• Etika (Consuegra <i>et al.</i>, 2007)</li> </ul>	<i>Semantic differential</i>

#### 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Model penelitian ini merupakan hubungan beberapa variabel yang diturunkan dari teori. Validitas pengukuran yang sesuai adalah validitas konstruk (Neuman, 2006, h. 194). Pengujian validitas kuesioner yang sesuai untuk validitas konstruk adalah metode analisis faktor (Neuman, 2006, h. 540). Item pertanyaan dikatakan valid jika memiliki bobot factor  $\geq 0,4$  dan terekstrak sempurna pada satu faktor yang sama. Item kuesioner dalam sebuah konstruk dinyatakan reliabel bila mempunyai skor reliabilitas lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas ditampilkan dalam Tabel 3.

Tabel 3 Hasil uji validitas kuesioner

	Rotated Component Matrix <sup>a</sup>			
	Component			
	1	2	3	4
KP1			.675	
KP3			.812	
KH3				.869
KH4				.498
KK1	.849			
KK3	.891			
NBU1		.813		
NBU3		.819		

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.  
 a. Rotation converged in 6 iterations.

Hasil uji reliabilitas kuesioner secara lengkap disajikan dalam Appendix. Rangkuman hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4  
 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Butir kuesioner	Bobot faktor	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
KP1	0,675	0,9208	Valid dan reliabel
KP3	0,812		Valid dan reliabel
KH3	0,869	0,7187	Valid dan reliabel
KH4	0,498		Valid dan reliabel
KK1	0,849	0,9057	Valid dan reliabel
KK3	0,891		Valid dan reliabel
NBU1	0,813	0,8449	Valid dan reliabel
NBU3	0,819		Valid dan reliabel

Sumber: data primer yang diolah (2016).

#### 4.4. Teknik Analisis Data

Hubungan antar konstruk dalam model diuji dengan pemodelan persamaan struktural (*structural equation modelling, SEM*). SEM merupakan kombinasi antara analisis faktor dan model persamaan simultan (Ghozali,

2005). Penggunaan SEM dipandang efektif karena di samping menguji signifikansi hubungan antara konstruk dalam model, juga menguji kesesuaian antara model dan datanya. Sehingga model yang dihasilkan mempunyai daya yang baik dalam memprediksi niat berobat ulang. Secara teknis, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program AMOS versi 16 untuk menganalisis hubungan kausalitas dalam model struktural yang diusulkan.

## 5. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 5.1. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis hubungan antar konstruk dalam model diuji dengan SEM AMOS. Analisis SEM meliputi uji kesesuaian antara model dan datanya dan uji hipotesis. Hasil uji asumsi *multivariate* dan kesesuaian model, ditampilkan dalam Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5.  
 Uji asumsi *multivariate* dan keberadaan *outlier*

	Nilai Kritis	Hasil	
Uji asumsi <i>multivariate</i>	$-2,58 < c.r < 2,58$	-1,649	Data terdistribusi secara normal <i>multivariate</i>
Uji keberadaan <i>outlier</i>	$\chi^2(8; 0,01) = 20,090$	Nilai Mahalanobis distance $< 20,090$	Data bebas dari <i>outlier</i>

Sumber: data primer yang telah diolah (2016).

Tabel 5 memperlihatkan data berdistribusi normal *multivariate* dan model memiliki nilai *goodness of fit* yang bagus sekali, sehingga disimpulkan model cocok dengan datanya.

Tabel 6.  
Hasil uji kesesuaian model dengan datanya

Indeks	Cut off	Hasil	Keterangan
CMIN	Diharapkan kecil	23,867	Kecil
CMIN/DF	≤ 2,00	1,705	Bagus sekali
GFI	≥ 0,90	0,971	Bagus sekali
AGFI	≥ 0,90	0,925	Bagus sekali
CFI	≥ 0,90	0,992	Bagus sekali
RMSEA	≤ 0,08	0,060	Bagus sekali
TLI	≥ 0,90	0,984	Bagus sekali
NFI	≥ 0,90	0,982	Bagus sekali
RMR	≤ 0,03	0,020	Bagus sekali

Sumber : Data yang telah diolah (2016).

Hasil uji hipotesis ditampilkan dalam Tabel 7. Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hubungan sebab-akibat (kausalitas) antar variabel dalam model berdasarkan nilai *Critical Ratio* (C.R) nya. Jika arah hubungan sesuai dengan hipotesis penelitian serta didukung nilai c.r yang memenuhi persyaratan maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diuji mendapat dukungan yang kuat. Nilai kritis (C.R) didapat dari tabel luas kurva normal (Z tabel) pada taraf signifikansi 0,05 secara dua arah, yaitu  $Z_{\frac{1-\alpha}{2}} = Z_{0,4750} = 1,96$ . Kriteria ujinya adalah : bila nilai C.R lebih besar dari nilai  $Z_{\text{tabel}}$  nya maka dapat disimpulkan variabel yang dihipotesiskan berpengaruh signifikan.

Hasil analisis SEM ditampilkan dalam Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

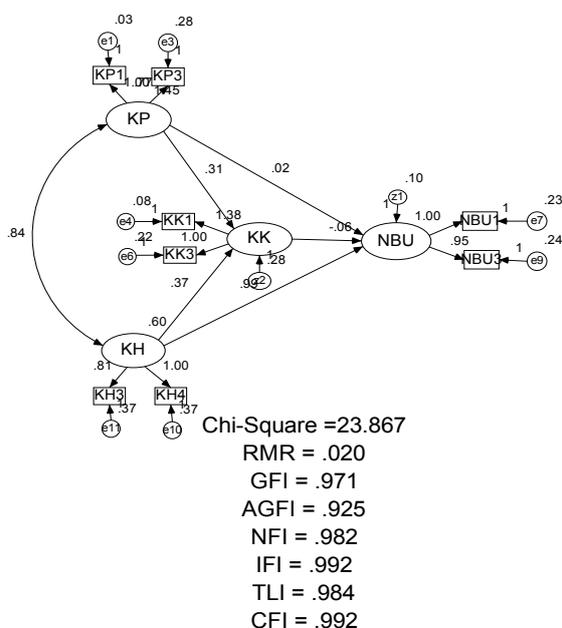
Hipotesis	Standardized Estimate	C.R	P	Keterangan
KP → KK	0,450	2,205	0,027	Signifikan
KH → KK	0,346	1,597	0,110	Tidak Signifikan
KK → NBU	-0,058	-0,530	0,596	Tidak Signifikan
KP → NBU	0,031	0,111	0,912	Tidak Signifikan
KH → NBU	0,935	2,753	0,006	Signifikan
KP ↔ KH	0,836	8,101	***	Signifikan

\*\*\* Signifikan pada  $\alpha = 0,001$

Sumber : Data primer yang telah diolah (2016).

Tabel 7 menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan pada niat berobat ulang. Hipotesis H<sub>1a</sub> tidak terdukung. Kepuasan konsumen juga tidak memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan kewajaran harga yang dipersepsikan dengan niat berobat ulang. Peran moderasi ini gagal dijalankan karena syarat hubungan moderasi tidak dipenuhi, yaitu: (1) hubungan antara kepuasan konsumen dan niat berobat ulang tidak signifikan, (2) hubungan langsung antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan niat berobat ulang tidak signifikan, (3) hubungan antara kewajaran harga yang dipersepsikan dan kepuasan konsumen tidak signifikan. Maka hipotesis H<sub>1b</sub> tidak terdukung. Kualitas pelayanan yang dipersepsikan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Hipotesis H<sub>2a</sub> terdukung. Namun, kualitas pelayanan yang

dipersepsikan tidak berpengaruh signifikan pada niat berobat ulang. Hipotesis H<sub>2b</sub> tidak terdukung. Kewajaran harga yang dipersepsikan tidak berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Hipotesis H<sub>3a</sub> tidak terdukung. Namun kewajaran harga yang dipersepsikan berpengaruh signifikan pada niat berobat ulang. Maka hipotesis H<sub>3b</sub> terdukung. Hasil uji hipotesis dalam bentuk diagram jalur ditampilkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Hasil uji hipotesis dalam diagram jalur

Sumber: hasil analisis SEM (2016)

## 5.2. Pembahasan

Hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan niat berobat ulang hanya dipengaruhi oleh kewajaran harga/tarif yang dipersepsikan. Sedangkan konstruk

lain yaitu kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang dipersepsikan tidak berpengaruh signifikan pada niat berobat ulang. Hasil ini sejalan dengan apa yang didapat Marinkovic *et al.* (2014), dan Bonn *et al.* (2016) bahwa harga berpengaruh langsung pada niat berkunjung ulang.

Hal yang mengejutkan adalah pada umumnya pengaruh kepuasan konsumen pada niat berkunjung ulang/berobat ulang selalu terkonfirmasi (Cronin *et al.*, 2000; Mittal & Kamakura, 2001; Amin & Nasharuddin, 2013; Marinkovic *et al.*, 2014; dan Su *et al.*, 2016), namun dalam penelitian ini pengaruh tersebut tidak terkonfirmasi. Hal ini menyiratkan bahwa faktor kepuasan dalam proses menjalani perawatan kesehatan tidaklah menjadi masalah intrinsik bagi konsumen. Motif untuk sembuh menjadi dorongan lebih penting daripada mendapatkan kepuasan. Ketidak-signifikanan pengaruh kepuasan konsumen pada niat berobat ulang ini berakibat pada peran mediasi kepuasan konsumen dalam hubungan antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan niat berobat ulang juga gagal, sebab mediasi mensyaratkan hubungan signifikan dalam ketiga jalur antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan,

kepuasan konsumen, dan niat berobat ulang.

Seperti telah diduga sebelumnya bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan memprediksi secara signifikan kepuasan konsumen. Hasil ini didukung oleh Amin dan Nasharuddin (2013) dan Su *et al.* (2016). Hasil ini mengonfirmasi teori bahwa kualitas adalah prasyarat terbentuknya kepuasan adalah teori yang kokoh. Pengaruh kualitas pelayanan pada niat berobat ulang juga tidak signifikan. Temuan ini berbeda dengan Amin dan Nasharuddin (2013) dan Su *et al.* (2016). Ketidaksignifikanan ini juga berakibat gagalnya peran mediasi kepuasan konsumen dalam hubungan antara kualitas pelayanan yang dipersepsikan dan niat berobat ulang.

Hasil uji hipotesis bahwa kewajaran harga yang dipersepsikan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen. Memang tidak banyak penelitian yang mengonfirmasi pengaruh harga pada kepuasan, namun temuan Marinkovic *et al.* (2014) menunjukkan hasil yang berbeda dimana pengaruh harga pada kepuasan dikonfirmasi. Oleh karena dua dari tiga jalur dalam hubungan antara kewajaran harga yang dipersepsikan, kepuasan konsumen, dan niat berobat ulang, maka peran kepuasan

konsumen dalam memediasi hubungan antara kewajaran harga yang dipersepsikan dan niat berobat ulang juga gagal.

Sebagaimana telah dijelaskan, kewajaran harga yang dipersepsikan merupakan satu-satunya konstruk yang memprediksi niat berobat ulang. Hasil yang berbeda ini menurut kami dapat disebabkan faktor variasi sosial ekonomi. Latar belakang populasi yang diteliti para peneliti terdahulu dilakukan dalam latar belakang masyarakat di negara maju yang secara ekonomi sudah mapan, sehingga faktor biaya perawatan kesehatan tidak menjadi masalah, bahkan di beberapa negara barat tersebut bahkan gratis. Hal ini berbeda dengan latar belakang populasi di Indonesia, dimana masyarakatnya belum cukup mapan secara ekonomi, sehingga biaya berobat menjadi kendala penting dalam melakukan perawatan kesehatan di rumah sakit. Biaya menjadi faktor yang sensitif bagi keputusan untuk melakukan perawatan kesehatan di rumah sakit tertentu. Oleh karena itu, kewajaran biaya perawatan kesehatan menjadi satu-satunya alasan jika hendak berobat ulang di sebuah rumah sakit, sehingga kualitas pelayanan dan kepuasan menjadi tidak penting.

## **6. Kesimpulan dan Saran**

### **6.1. Kesimpulan**

Harga atau biaya perawatan ternyata menjadi satu-satunya faktor yang memengaruhi niat berobat ulang di sebuah rumah sakit di Indonesia. Biaya perawatan yang dipersepsi wajar menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk mengambil keputusan berobat ulang bila kelak menderita sakit.

### **6.2. Keterbatasan dan Saran untuk penelitian mendatang**

Penelitian hanya dilakukan di satu rumah sakit, sehingga generalisasi temuan tidak terlalu luas. Hal ini tidak mencerminkan populasi dalam industri pelayanan kesehatan yang sangat beragam. Oleh karena itu dalam upaya memperbaiki kekuatan generalisasi temuan penelitian, di masa yang akan datang perlu dilakukan penelitian yang mencerminkan keragaman dalam industri

pelayanan kesehatan/rumah sakit, dimana rumah sakit terbagi dalam kategori: (1) milik pemerintah-swasta, (2) kota-daerah, (3) berbiaya mahal-terjangkau, dan sebagainya.

### **6.3. Implikasi Manajerial**

Dalam upaya membentuk niat berobat ulang, pengelola rumah sakit perlu sensitif terhadap faktor biaya berobat, karena faktor biaya pengobatan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan konsumen untuk berobat ulang. Oleh karena itu, pengelola perlu melakukan strategi efisiensi dalam operasi manajemen, penggunaan obat generik, serta memangkas biaya pengadaan obat dan alat kesehatan yang seringkali menyumbang tingginya pengeluaran rumah sakit. Bila hal itu dilakukan, niscaya biaya berobat dapat ditekan sehingga terjangkau oleh konsumen.

### **Ucapan Terimakasih**

Penelitian ini dibiayai oleh: Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penugasan Penelitian Bagi Dosen Perguruan Tinggi Swasta antara Ditjen Ristek Dikti dengan Kopertis Wilayah VI Nomor: 644/MKP/XII/2012, tanggal 23 Desember 2015 antara Kopertis Wilayah VI dengan Universitas Setia Budi Surakarta Nomor: 020/K6/KM/SP2H/PENGEMBANGAN KAPASITAS/2016 tanggal 4 Mei 2016

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., & Nasharuddin, S.Z. (2013). Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention, *Clinical Governance: An International Journal*, 18, 238-254.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. USA: Houghton Mifflin Company.
- Bagozzi, R.P., Gopinath, M., & Nyer, P.U. (1999). The role of emotion in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(2), 184-206.
- Bonn, M.A., Line, N.D., & Choo, M. (2016). low gasoline prices: The effects upon auto visitor spending, numbers of activities, satisfaction, and return intention. *Journal of Travel Research*, 1-6.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty, the effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828.
- Clore, G.L., & Ortony, A. (2000). cognition in emotion: Always, Sometimes, or Never?
- Consuegra, D.M., Molina, A., & Esteban, A. (2007). An integrated model of price, satisfaction, and loyalty: An empirical analysis in the service sector. *Journal of Product & Brand Management*, 16(7), 459-468.
- Crask, M., Fox, R.J., & Stout, R.G. (1995). *Marketing Research Principles & Applications*. Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Cronin, J.J., Brady, M. K., & Hult, G.T.M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. New York: New York University.

- Frijda, N.H. (1988). The laws of emotion. *The American Psychological Association* 43(5), 349-358.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J.F, *et al.* (2006). *Multivariate Data Analysis* 6<sup>th</sup> Ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2015). *Profil Kesehatan Indonesia 2015*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*, 13<sup>th</sup> Ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Lee, H., Lee, Y., & Yoo, D. (2000). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 14(2), 217-231.
- Lien, T.B., & Yu, C.C. (2001). An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer satisfaction and loyalty. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, 125-133.
- Marinkovic, V., Senic, V., Ivkov, D., Dimitrovsky, D., & Bjelic, M. (2014). The antecedents of satisfactions and revisit intentions for full-service restaurants. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 311-327.
- Mittal, V., & Kamakura., W.A. (2001). Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: Investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing Research*, 38, 131-142.

- Neuman, W.L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 6th ed. USA: Pearson Education, Inc.
- Oliver, R.L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Oliver, R.L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Su, L., Swanson, C.R., & Chen, X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality. *Tourism Management*, 52, 82-95.

# THE MARKET ORIENTATION AND PERFORMANCE RELATIONSHIP: AN EMPIRICAL STUDY IN PRIVATE UNIVERSITIES

Sefnedi

Postgraduate Management Program, University of Bung Hatta, Indonesia

e-mail: [sefnediphd@yahoo.com](mailto:sefnediphd@yahoo.com)

## ABSTRACT

This study examines the empirical link between three dimensions of market orientation, namely, student orientation, competitor orientation and inter-functional coordination, and private university performance in Kopertis X. The study was based on an empirical investigation of private universities located in Indonesia's provinces of West Sumatera, Riau, Jambi, and Riau Islands. The primary data for the study were collected from a self-administered mail survey of 237 questionnaires from the private university resulting in a sample of 114 usable responses being returned. From the application of the multiple regression analysis it was concluded that all three dimensions of market orientation had a significant impact on private university performance. Student orientation as a predictor variable is the strongest predictor of private university performance then followed by competitor orientation, and inter-functional coordination.

Keywords: Market orientation, Private university, Performance, Kopertis X, Indonesia

## ABSTRAK

*Penelitian ini menguji hubungan empiris antara tiga dimensi orientasi pasar, yaitu, orientasi mahasiswa, orientasi pesaing dan koordinasi antar-fungsional dan kinerja perguruan tinggi swasta di Kopertis X. Penelitian ini didasarkan pada penyelidikan empiris pada universitas swasta yang berada di provinsi Sumatera Barat, Riau, Jambi, dan Kepulauan Riau. Data primer dikumpulkan dari survei dimana dari 237 kuesioner yang disebarakan pada universitas swasta, diperoleh 114 kuesioner yang dikembalikan dan dapat digunakan sebagai sampel. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa ketiga dimensi orientasi pasar memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja perguruan tinggi swasta. Orientasi mahasiswa sebagai variabel prediktor terkuat terhadap kinerja perguruan tinggi swasta kemudian diikuti oleh orientasi pesaing, dan koordinasi antar-fungsional.*

*Kata kunci: Orinetasi pasar, Universitas swasta, Kinerja, Kopertis X, Indonesia*

## 1. Introduction

There has been a proliferation of research published over the past three decades on the relationship between market orientation and university performance (e.g., Caruana et al., 1998;

Flavian & Lazono, 2006; Zabel & Goodwin, 2012). Even so, the focus has been almost solely on public universities. There has been very limited research on the role of market orientation in private universities.

There are at least six major structural and market differences between public and private universities. First, public universities are largely government funded while the income for private universities is sourced from endowments and student related fees. There is rarely a contribution from government. Second, in some countries there are considerable differences in structure and processes (Algarni & Thalib, 2014). Third, here is evidence that many students apply for admission to private universities because they have been unable to gain admission at a public university (Cabrito, 2004). Fourth, for private universities ultimate survival is dependent on successful student enrolments and the subsequent retention of those students (Ferreira & Hill, 2007). Fifth, there is tension in the public university values and objectives as compared to those of a private university (Zabel & Goodwin, 2012). Sixth, Zabel and Goodwin (2012) also argued that each has a distinct niche in the market even though there is some overlap. Given these differences, it is now timely that the role of market orientation in private universities be assessed. It is the intention of this paper to contribute to this discussion.

On the one hand, market orientation has been identified as a significant variable impacting performance. On the other hand, the results of other studies on how market orientation influences performance are not so conclusive, suggesting that market orientation does not directly influence firm performance but rather impacts performance via other mediating variables (Sin, Tse, Yau, Chow, & Lee, 2005; Singh, 2009). Furthermore, some studies found positive and significant relationships (Julian, 2010) while other studies reported insignificant relationships when performance was measured via alternative measures of performance, for example, market share (Baker & Sinkula, 2005). Even other studies found that market orientation was related to performance only for certain subjective measures (Rose & Shoham, 2002), and other studies suggested that market orientation had a negative impact on performance (Cadogan & Cui, 2004). As such, the evidence of a significant relationship between market orientation and performance is still far from conclusive.

Additionally, it is interesting to note that most previous research on market orientation has been conducted

with respect to performance of companies, with limited research being conducted on the relationship between market orientation and university performance (Zabel & Goodwin, 2012). Grinstein (2008) also suggested that further conceptual and empirical research needs to be conducted on market orientation in different environmental and organizational contexts. Only in recent years have researchers explored market orientation in a university (Flavian & Lazono, 2006; Zabel & Goodwin, 2012). However, the empirical evidence of a significant relationship between market orientation and university performance still remains inconclusive at best.

Most research on the relationship between market orientation and university performance has been conducted in a developed country context; and given the paucity of studies on this relationship in a developing-country context; the need for such a study was seen. As such, the objective of the study was to examine the relationship between market orientation and private university Indonesia particularly located in provinces of West Sumatera, Riau, Jambi, and Riau Islands and named as

coordinator for private higher education (Kopertis) region X.

The reasons for choosing Kopertis region X as a research location are (1) Indonesia has 14 Kopertis which located in 34 provinces, and about 32.4 percent were on the island of Sumatra, and (2) one of coordinators for private higher education located on the island of Sumatra is Kopertis X which has the largest provinces namely West Sumatera, Riau, Jambi, and Riau Islands. Therefore, the study's contribution is both contextual and theoretical. The study's findings provides empirical evidence on the relationship between market orientation and private university performance in a developing-country context, overcoming the void in the literature on the relationship between market orientation and performance in private university setting, as previous research had been primarily focused on public university in developed countries.

## **2. Literature review**

Scholars have provided many different definitions of market orientation. For instance, Narver and Slater (1990) defined market orientation as an organizational culture that has a set of shared values and beliefs in putting

customers first in business planning. Narver and Slater (1990) also suggested that market oriented firms should focus not only on customers but also on competitors and inter-functional coordination. Deshpande and Farley (2004) defined market orientation as a set of cross-functional processes and activities directed at creating and satisfying customers through continuous needs assessment. However, their definition did not emphasize or reflect the importance of competitor orientation. Kohli and Jaworski (1990) defined market orientation as the organization-wide generation of market intelligence pertaining to current and future customer needs, dissemination of the intelligence across departments, and organization-wide responsiveness to it. In their definition, Kohli and Jaworski (1990) emphasized the behavioral aspects and not the cultural aspects of market orientation.

Although many studies have attempted to measure market orientation differently when examining its empirical relationship with different measures of performance most previous research has either adopted the measures developed by Narver and Slater (1990) (e.g., Grinstein, 2008; Hooley et al., 2003; Sin

et al., 2005; Singh, 2009) or that of Kohli and Jaworski (1990) (e.g., Baker & Sinkula, 2005; Kyriakopoulos & Moorman, 2004; Racela, Chaikittisilpa, & Thoumrungroje, 2007).

Kohli and Jaworski (1990) were, arguably, the pioneers of market orientation research. Kohli and Jaworski viewed market orientation as the implementation of the marketing concept. In other words, a firm that is market oriented is one that acts consistently with the marketing concept that is, determining the needs and wants of target markets and delivering the desired satisfaction more effectively and efficiently than competitors (Kotler, Adam, Brown, & Armstrong, 2008). Kohli and Jaworski conducted an extensive review of the marketing literature over the previous 35 years, they conducted interviews with 62 managers both marketing and non marketing managers in the United States, and defined market orientation as “the organization-wide generation of market intelligence pertaining to current and future customer needs, dissemination of the intelligence across departments, and organization-wide responsiveness to it” (Kohli & Jaworski, 1990, p. 6).

As such, according to Kohli and Jaworski (1990), there are three important components of market orientation, namely, intelligence generation, intelligence dissemination, and responsiveness. Intelligence generation refers to the collection and assessment of both customers' current and future needs, plus the impact of government regulations, competitors, technology, and other environmental forces. Market intelligence is not the exclusive responsibility of the marketing department. Instead, it is all departments' responsibility. Market intelligence must be communicated and disseminated throughout an organization in both formal and informal ways. The effective dissemination of market intelligence is seen as a vital action since it provides a shared basis for collaborative efforts among different departments (Racela et al., 2007). This is similar to inter-functional coordination in organizations (Grinstein, 2008). Responsiveness refers to the ability of an organization to react to intelligence generation and dissemination. Responsiveness is divided into two activities, namely, response design such as using market intelligence to develop plans and response

implementation such as executing the plans.

Narver and Slater (1990) also reviewed the strategy and marketing literatures and suggested that market orientation is a form of organizational culture defining market orientation as "the organizational culture that most effectively and efficiently creates the necessary behaviors for the creation of superior value for buyers and, thus, continuous superior performance for the business" (Narver & Slater, 1990, p. 21). As such, market orientation as an organizational culture consists of three components, namely, customer orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination.

With respect to customer orientation, the heart of market orientation is its customer focus. The customer orientation element requires an understanding of customers' needs and wants in order to develop superior products and/or services than their competitors to satisfy customers' needs and wants. It means that for companies to be customer oriented, they need to find out what customer needs and wants are both currently and in the future, in order to create a superior value-added benefit (Singh, 2009).

As far as competitor orientation is concerned, firms should understand and identify the short-term strengths and weaknesses and long-term capabilities and strategies of both current and future competitors. Employees of every department in market-driven firms share information about competitors, and this information can be used to achieve a sustainable competitive advantage for the firm (Grinstein, 2008; Frambach, Prabhu, & Verhallen, 2003; Singh, 2009). Thus, competitor orientation is viewed as equally important as customer orientation.

In relation to inter-functional coordination, this is where each department is recognized as being important, regardless of whether or not it has anything to do with the marketing function, and each department has a role to play in customer satisfaction (Grinstein, 2008; Im & Workman, 2004; Singh, 2009). This idea is paralleled with the suggestion that market orientation is not marketing orientation. In other words, a market orientation does not view the marketing department as having the most important role.

Customer orientation and competitor orientation include all of the activities involved in generating market

intelligence about customers and competitors and disseminating it throughout the organization (Frambach et al., 2003; Singh, 2009). Moreover, in order to be market oriented, it is important for all departments within the organization to communicate information gathered from customers and competitors and then use their combined efforts to create superior products/services for their customers, thereby satisfying the needs and wants of their customers better than competitors.

The concept of market orientation proposed by both Kohli and Jaworski (1990) and Narver and Slater (1990) are similar in many ways. First, both Kohli and Jaworski and Narver and Slater view market orientation as a continuous rather than a dichotomous variable. Second, both concepts are similar in that they focus on obtaining and disseminating information from customers and competitors in order to achieve a sustainable competitive advantage for the firm. However, Kohli and Jaworski's concept places greater emphasis on customers as opposed to competitors. Third, both concepts emphasize the importance of the combined efforts of all departments in responding to customer needs. Finally, both concepts view

market orientation as a three-dimensional construct.

Nevertheless, important differences also exist between the two concepts. For instance, Narver and Slater (1990) explained market orientation as an organizational culture, which led to values and behaviors toward customers and competitors with specific aims (i.e., profitability). However, Kohli and Jaworski (1990) described market orientation as the implementation of the marketing concept and did not identify the cultural aspect of market orientation (Racela et al., 2007).

This study adopts Narver and Slater's (1990) notion of market orientation for at least three primary reasons. First, Narver and Slater's (1990) notion of market orientation separates customer orientation and competitor orientation into two different constructs. As such, it enables the impact of customer orientation and competitor orientation on university performance to be examined separately, thereby enabling identification of which construct has the greatest impact on performance. Second, some researchers have suggested that Narver and Slater's (1990) market orientation construct has better criterion validity and reliability than the Kohli and

Jaworski (1990) market orientation construct (e.g., Oczkowski & Farrell, 1998). Finally, other researchers have criticized the poor conceptualization of the Kohli and Jaworski market orientation construct in that it does not sufficiently capture the notion of providing customer value (Pelham, 1997).

## **2.1. Market Orientation and Performance Relationship**

As indicated earlier, most previous studies on market orientation have been conducted on the firm's operations with limited empirical research being conducted on the impact of market orientation in a university context, whether in relation to public university or private university. Only in the past few years have researcher explored issues relating to market orientation in a university context (e.g., Hemsley & Oplatka, 2010; Zabel & Goodwin, 2012; Algarni & Thalib, 2014).

For example, Zabel and Goodwin (2012) investigated 314 faculty members from 15 private universities in Bangladesh and from both business and non-business schools. By employing combination of Narver dan Slater's (1990) and Jaworski and Kohli's (1993)

market orientation construct namely customer orientation, information gathering, and inter-functional coordination, they examined the private university performance (e.g., student growth, market share, teaching and service quality, and overall performance) consequences of a market orientation (customer orientation, information gathering, and inter-functional coordination). Their study found that all four measures for university performance were found to be statistically significant and positively related to the market orientation of the private universities in Bangladesh. Specifically, the impact of market orientation on student growth and market share was stronger.

Hemsley and Oplatka (2010) also studied market orientation in universities. They examined 68 academics in England and Israel that conducted during the academic year of 2007 by employing Narver and Slater's (1990 measures (customer/student orientation, competitor orientation, and inter-functional orientation). The results of their study suggest that academics in both countries (England and Israil) indicated that their higher education institution is oriented towards meeting students' needs and desires, and cares for students' well-

being, teaching and learning. In addition, their respondents alluded to their contribution to internal marketing, i.e., to the promotion of their university through their own work tasks and performances.

Finally, Algarni and Thalib (2014) conducted a conceptual study on the relationship between market orientation, innovation and higher education performance in Saudi Arabia. Their study hypothesized direct positive influence of market orientation on higher education institutions' perceived performance. Moreover, the study developed hypothesis that innovation mediated the relationship between market orientation and performance.

## **2.2. Hypothesis Development**

Based on the empirical studies above, this study hypothesizes the following:

- H<sub>1</sub>: Customer orientation has significant effect on performance of private university
- H<sub>2</sub>: Competitor orientation has significant effect on performance of private university
- H<sub>3</sub>: Inter-functional coordination has significant effect on performance of private university

### 3. Research Model

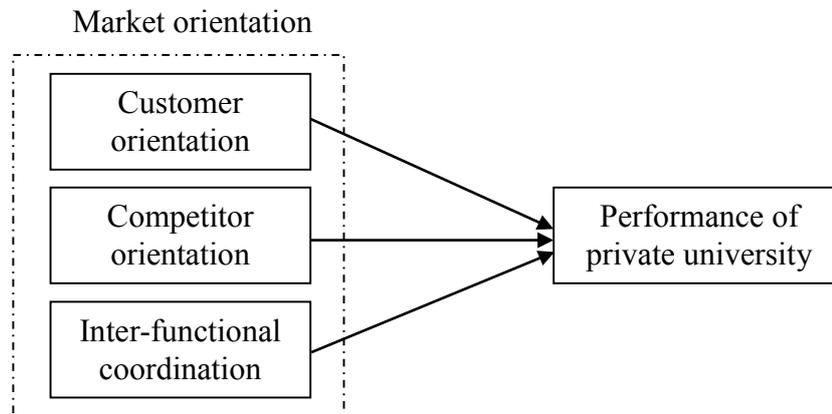


Figure 1. Research model

### 4. Research Method

This study was based on an empirical investigation of private university in Kopertis X (Provinces of West Sumatera, Riau, Jambi, and Riau Islands). In order to obtain valid and reliable measures of the variables, previously validated scales were used to measure all variables (Narver & Slater, 1990). All items were measured via 5-point bipolar scales with scale poles ranging from strongly disagree (1) to strongly agree (5).

The questionnaire was developed and pretested using a small sample of lecturers, with the final instrument in English and a Bahasa Indonesia equivalent with a covering letter and instructions that was mailed to a random sample that included 237 questionnaires and yielding 114 usable questionnaires'

being returned, accounting for an effective response rate of 48.1% and considered to be acceptable.

The questionnaire and covering letter were translated into Bahasa Indonesia and then back-translated into English. The use of only two languages reduced the potential for errors resulting from multiple translations of the questionnaire. Minimizing the diversity of languages also helped ensure construct equivalence and data comparability (Johnson, Cullen, Sakano, & Bronson, 2001).

To reach the most knowledgeable key informants, the questionnaire was directed to the dean and head of the study program of the private university. From the results of the pretest, it was expected that the dean and head of the study program would be the person most

knowledgeable about market orientation and the private university performance.

The instrument contained items identified by the literature intended to measure market orientation and export marketing performance (Narver & Slater, 1990; Singh, 2009; Zabel & Goodwin, 2012). The measure of market orientation was adapted from Narver and Slater (1990). In their conceptualization, Narver and Slater identified market orientation as a three-dimensional construct consisting of, namely, customer orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination. This study's measure of market orientation comprised 15 items, with 6 items measuring student orientation, 5 items measuring competitor orientation, and 4 items measuring inter-functional coordination.

a. Customer (Student) Orientation

Statements were included in the questionnaire to measure customer (student) orientation. All items were adapted from Narver and Slater (1990). These included the extent to which the university was driven by customer (student) needs and satisfaction, the extent to which the university frequently assesses their commitment in serving student's needs, the extent to which

competitive advantage is based on the understanding of student's needs, the extent to which strategies are driven by increasing student value, the extent to which the university measures student's satisfaction systematically, and the extent to which the university provides close attention to after-graduation service.

b. Competitor Orientation

Statements were included in the questionnaire to measure competitor orientation. All items were adapted from Narver and Slater (1990). These included the extent to which the university responds rapidly to competitor's actions that threaten them, the extent to which management regularly shares information about competitor's strategies, the extent to which management regularly discusses competitor's strengths and weaknesses with all faculties of university, and the extent to which the university targets students to achieve a competitive advantage.

c. Inter-Functional Coordination

Statements were included in the questionnaire to measure inter-functional coordination. All items were adapted from Narver and Slater (1990). These

included the extent to which student information is communicated between all the university's faculties, the extent to which internal university functions are integrated to serve student needs, the extent to which the university's faculties understand how employees and lecturers create student value, and the extent to which resources are shared among the university's faculties.

d. Private University Performance

Private university performance was measured by four measures of performance namely overall performance, quality of teaching and services, student growth; and market share. Of these measures, the first two were adapted from Algarni and Thalib (2014) while student growth was adapted from Douglas and Craig (1983; Sefnedi & Salamm, 2016). The market share measure was that used in Collins (1990). The respondents were asked their perception for last three years. For instance, the student growth increased for last three years. All items were measured via likert's-5 scales with scale poles ranging from strongly disagree (1) to strongly agree (5).

## 5. Results and Discussion

There were 19 private universities participated in the study that consisted of 9 private universities located in West Sumatera province, 5 private universities from Riau province, 1 private university from Jambi province, and 4 private universities from Riau Islands.

Prior to analyzing the primary data, the issue of non-response bias is discussed. An "extrapolation procedure" technique was used to assess non-response bias. This assumes that the groupings of actual respondents by an identified criterion are similar to the "theoretical" non-respondents (Armstrong & Overton, 1977). Frequencies and independent *t*-tests were used to determine whether significant differences existed between the sample of 114 samples and the target population of 237, based on their university classification. No significant differences were identified between the sample and the target population for this classification variable. Therefore, as the results suggest that there were no significant differences between respondents and non-respondents, the sample can be considered sufficient to draw conclusions about private university for the issues under study.

Next, some descriptive statistics of the sample is provided. A profile of the

private university participating in the study is presented in Table 1.

Table 1. The profile of participating respondents (n = 114)

Demographic	Categories	Frequency	(%)
Gender	Male	62	54.4
	Female	52	45.6
Age	31 – 40 years old	19	16.7
	41 – 50 years old	77	67.5
	More than 50 years old	18	15.8
Education	Undergraduate	1	0.9
	Master	99	86.8
	Doctor / Ph. D	14	12.3
Job Position	Dean	19	16.7
	Head of Higher Education	2	1.8
	Chairman of the study program	93	81.6

The data were initially analyzed using confirmatory factor analysis to assess the psychometric properties of the instrument. Our primary concern was interpretability of the factors. The dimensions of market orientation, namely, customer (student) orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination, all loaded appropriately and no cross-loadings

above 0.2 were identified, with only factor loadings of above 0.5 being accepted (see Table 2). The final reliabilities for all scales were greater than 0.70. The preliminary results indicated that the psychometric properties of the scales were acceptable, and as such it was appropriate to examine the relationship between market orientation and private university.

Table 2. Summary of confirmatory factor analysis

Factor/Statement Name	Cronbach's Alpha	Statement	Factor Loadings
Student Orientation	0.93	Our objectives are driven by the needs of our students	0.89
		We measure satisfaction of our students systematically and frequently	0.85
		Our marketing strategies (such as recruiting and retention) are driven by our understanding of the possibilities for creating value for our students	0.82
		We constantly monitor our level of commitment and orientation to students	0.86
		We give close attention to service of students after enrollment	0.84
		Our strategy for competitive advantage is based on our understanding of our students' needs	0.87
Competitor Orientation	0.89	Those responsible for recruiting students regularly share information with our department concerning our competitors' strategies	0.90
		We respond rapidly to competitive actions that threaten us	0.93
		University administration regularly discusses competitors' strengths and strategies	0.85
		We encourage other staff and faculty outside of our department to meet with our prospective students and their parents	0.87
Inter-functional Coordination	0.91	We target potential students where we have or can develop competitive advantage	0.91
		All levels of administration understand how the entire university can contribute to creating value for students	0.93
		Our department is responsive to serving students	0.94
		Information on recruiting successes and failures are communicated to members of the department	0.88
		We share information and coordinate resource use with other departments in the university	0.89

A multiple regression analysis was then conducted to examine the relationship between private university

performance as a dependent variable and the three different dimensions of market orientation.

Table 3. Multiple Regression Analysis

Variable	Alpha	Coefficient	T-Statistic	Sig T
Student orientation	0.93	0,658	9.049	0.000**
Competitor orientation	0.89	0,427	5.059	0.000**
Inter-functional coordination	0.91	0,208	3.083	0.003*

R<sup>2</sup> = 0.512; n=114; \*p < 0.05; \*\*p < 0.01

The analysis resulted in an R<sup>2</sup> = 0.512 suggesting that the three different dimensions of market orientation, namely, student orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination explained 51.2% of the variation in the private university performance. The results also show that all three dimensions of market

orientation-student orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination (which is approaching significance)-have a significant influence on the private university performance.

The relationship between market orientation and university performance can best be described as the ability of

market-oriented university to understand and satisfy students' needs and wants in order to create a sustainable competitive advantage. In other words, universities that know what their students' needs and wants are, both currently and in the future, are able to develop long-term strategies that maximize the university's strengths and minimize its weaknesses, enabling the university to take advantage of existing opportunities and minimize potential and current competitor threats, thereby creating superior value for students and stakeholders alike. Such a strategic process is the means by which universities can achieve a sustainable competitive advantage.

Market orientation has been theorized to have a significant and positive effect on performance. The results of this study confirm that a long-term competitive advantage and superior performance can be achieved by being equipped to respond to current and future market needs (Grinstein, 2008; Singh, 2009). This finding suggests that market orientation is a necessary ingredient for successful private university performance. The impact of market orientation on private university performance in the Kopertis X Provinces of West Sumatera, Riau, Jambi, and Riau

Islands) is consistent with previous research (Zabel & Goodwin, 2012; Hemsley & Oplatka, 2010).

The findings of this study suggest that market orientation is a three-dimensional construct consisting of student orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination. Each of the three dimensions of market orientation influences private university performance significantly and positively. Student orientation as a predictor variable is the strongest predictor of private university performance. This is followed by competitor orientation, and inter-functional coordination. It is important for the management of private university performance to be aware of these findings for university success. Therefore, for higher export private university performance, the management of private university performance needs to have a dedicated focus on student orientation. In other words, the higher the universities' student orientation, the higher their university performance. The logic behind this contention is that student-oriented university will have greater knowledge of their students' needs and wants, and this knowledge will enable management to better position the

university with respect to its competitors, thereby yielding better performance.

With respect to competitor orientation, the results of this study suggest that competitor orientation significantly and positively influences private university performance. This finding further suggests that the higher the private university's competitor orientation is, the higher its performance will be. This is completely understandable because competitor-oriented universities are aware of the strengths and weaknesses of their competitors as well as their long-term capabilities and strategies. Therefore, by understanding future and current competitors' strengths and weaknesses, the university is able to undertake relevant actions to better position its services, thereby creating superior value for its students more so than its competitors. This finding is also consistent with previous research (Zabel & Goodwin, 2012; Hemsley & Oplatka, 2010).

Finally, inter-functional coordination also significantly and positively impacts private university performance. This finding suggests that the higher the private universities' interdepartmental and inter-functional

coordination is, the higher their performance will be. Private universities collect information about their student (customers) and competitors and disseminate this information to different departments and for different functions in response to students or customers' needs and wants. The efficiency with which such a process is conducted makes a significant contribution to the private university performance.

## **6. Managerial Implications**

The findings of this study should identify for management of private university generally but, especially in the Indonesian and developing-country context the importance of market orientation, as a driver of university performance. The study findings indicate that better private university performance can be achieved through the implementation of a market orientation. As a result, management of private university will be encouraged to allocate substantial resources in the development and implementation of a market orientation for their university. In the development and implementation of a market orientation for the management of private university, there are three factors that require careful consideration.

First, management of private university need to gather continuous information about their students' needs and wants, both currently and in the future. In order to be able to understand what their students' needs and wants are, private universities should be driven by their students' needs and wants and the satisfaction of those needs and wants; the management of private universities should frequently assess their commitment to serving those needs and wants; management should also derive a competitive advantage that is based on the understanding of their students' needs and wants; and the focus for all university management should be on increasing student value. Furthermore, private university management should measure students' satisfaction systematically and pay close attention to after-graduation service. These ingredients of student orientation highlight the significance of the human factor in marketing and the importance of the relationship between students and university management for successful private university performance.

Second, management of private universities must be able to understand and identify the short-term strengths and weaknesses and long-term capabilities

and strategies of both current and future competitors. In order to develop these inherent abilities, management of private universities should respond rapidly to competitors' actions that threaten them; they should regularly share information about competitors' strategies; they should regularly discuss competitors' strengths and weaknesses with all university units; and they should specifically target students in order to achieve a sustainable competitive advantage.

Finally, management of private universities must disseminate and respond to the collected information about students' needs and wants together with information on competitors' strengths and weaknesses, both currently and in the future, in a unified manner in order to create superior value for their students. To achieve this, management of private universities should encourage free and open communication about their students throughout all of the university's units; have internal functions that are integrated, with their overall objective being to better serve student needs; understand how employees and lecturers create student value; and share resources among the university's different units.

## 7. Conclusion

The present study has extended the literature on university performance and market orientation in several areas. First, the results of this study suggest that the construct of market orientation is three-dimensional, namely, student orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination, with all three dimensions being significant predictors of private university performance. This finding supports much of the previous strategic marketing and strategic management literature (Grinstein, 2008; Singh, 2009) and is not surprising given that market-oriented private universities create superior value for students, enabling the universities to achieve a sustainable competitive advantage, which in turn produces superior performance.

Second, the constructs developed here can serve as a foundation for further research into university marketing. Third, the study has contributed to a more comprehensive understanding of the success factors in private universities; with empirical evidence being furnished that market orientation is a key success factor in private university marketing and should be included in multivariate

models of private university performance.

Finally, the study provides empirical evidence of the impact of market orientation on private university performance in a developing-country context, of which there was a substantial void in the literature. As a result, the study's findings provide empirical support for the notion that issues affecting private university success in a developed-country context are also applicable to the developing countries of Southeast Asia. Such a finding will enable comparison of findings from a developed country versus a developing-country perspective.

## 8. Limitations and Directions for Future Research

Prior to discussing the directions for future research, some of the study's limitations are noted. One of the limitations of this study is its cross-sectional design. The results from this investigation should be considered in this light. Taking this study as a point of departure, longitudinal research is encouraged to examine the effect of market orientation on private university performance over time. As such, future research should continue to monitor and

evaluate the impact of market orientation in university marketing. Future research should also replicate this study in another Kopertis to see if the findings of this study can be validated using another Koperstis as a sampling frame.

From a methodological perspective, a potential concern might be that all measures are self-reported. While regression modeling is a robust technique, future research could utilize multiple means by which to measure the variables in order to reduce common method variance. Efforts were made in this study to minimize the problem by pre-testing the instrument and selecting measures that minimize item overlap.

While utmost care was taken in the development and administration of the instrument, respondents still might not interpret all questionnaire items uniformly. Also, executives who were not fluent in English may have been responsible for some self-selection of returns, which could have been a source of some sample bias. The sample size was also smaller than desirable. Future research should replicate the study with a larger sample. Finally, a replication of this study should examine whether the relationships between the variables still would hold true on a university category basis such as public university, higher education, institute, and academy.

## REFERENCES

- Algarni & Thalib, A.M.M. (2014). A framework of measuring the impact of market orientation on the outcome of higher education institutions mediated by innovation. *International Review of Management and Business Research*, 3(2), 607-624.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating non-response bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14, 396-402.
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2005). Market orientation and the new product paradox. *Journal of Product Innovation Management*, 22, 483-502.
- Cabrito, B.G. (2004). Higher education: An education for the elites? The Portuguese case. *Higher Education in Europe*, 29(1), 33-45.

- Cadogan, J. W., & Cui, C. C. (2004). Chinese export agents' adoption of export market-oriented behaviors: Measurement and performance relationship. *Journal of Asia Pacific Marketing*, 3(2), 21–37.
- Collins, J. (1990). A market performance comparison of US firms active in domestic, developed and developing countries. *Journal of International Business Studies*, 21(2), 271-288.
- Deshpande, R., & Farley, J. U. (2004). Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance: An international research odyssey. *International Journal of Research in Marketing*, 21(1), 3–22.
- Douglas, S., & Craig, C. (1983). Examining performance of US multinationals in foreign markets. *Journal of International Business Studies*, 14(3), 51-62.
- Ferreira, A.I., & Hill, M.M. (2007). Organizational cultures in public and private Portuguese universities: a case study. *Higher Education*, 55, 637-50.
- Flavian, C., & Lozano, J. (2006). Organizational antecedents of market orientation in the public university system. *International Journal of Public Sector Management*, 19(5), 447-467.
- Frambach, R., Prabhu, J., & Verhallen, T. (2003). The influence of business strategy on new product activity: The role of market orientation. *International Journal of Research in Marketing*, 20, 377–397.
- Grinstein, A. (2008). The effect of market orientation and its components on innovation consequences: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 166-173.

- Hemsley-Brown J.V., & Oplatka, I. (2010). Market orientation in universities: A comparative study of two national higher education systems. *International Journal of Educational Management*, 24(3), 204-220.
- Hooley, G., Fahy, J., Greenley, G., Beracs, J., Fonfara, K., & Snoj, B. (2003). Market orientation in the service sector of the transition economies of Central Europe. *European Journal of Marketing*, 37(1), 86–106.
- Im, S., & Workman, J. (2004). Market orientation, creativity, and new product performance in high-technology firms. *Journal of Marketing*, 68, 114–132.
- Johnson, J. L., Cullen, J. B., Sakano, T., & Bronson, J. W. (2001). Drivers and outcomes of parent company intervention in IJV management: A cross-cultural comparison. *Journal of Business Research*, 52, 35–49.
- Julian, C. C. (2010). The market orientation–marketing performance relationship: The empirical link in international joint ventures. *International Journal of Trade and Global Markets*, 3, 414–431.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54, 1–18.
- Kotler, P., Adam, S., Brown, L., & Armstrong, G. (2008). *Principles of marketing* (4th ed.). Sydney, Australia: Prentice Hall.
- Kyriakopoulos, K., & Moorman, C. (2004). Tradeoffs in marketing exploitation and exploration strategies: The overlooked role of market orientation. *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 219–240.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.

- Oczkowski, E., & Farrell, M. A. (1998). Discriminating between measurement scales using non-parametric tests and two stage least squares estimators: The case of market orientation. *International Journal of Research in Marketing*, 15(4), 349–366.
- Pelham, A. M. (1997), Mediating influences on the relationship between market orientation and profitability in small industrial firms. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 5(3), 55–76.
- Racela, O., Chaikittisilpa, C., & Thoumrungroje, A. (2007). Market orientation, international business relationships and perceived export performance. *International Marketing Review*, 24(2), 144–163.
- Rose, G. M., & Shoham, A. (2002). Export performance and market orientation: Establishing an empirical link. *Journal of Business Research*, 55, 217–225.
- Sefnedi & Sallam, M.A. (2016). The marketing competency-export performance relationship: Evidence from Indonesia. *International Journal of Research Science & Management*. 3(5), 1-9.
- Sin, L. Y. M., Tse, A. C. B., Yau, O. H. M., Chow, R. P. M., & Lee, J. S. Y. (2005). Market orientation, relationship market orientation, and business performance: The moderating effects of economic ideology and industry type. *Journal of International Marketing*, 13(1), 36–57.
- Singh, S. (2009). How market orientation and outsourcing create capability and impact business performance. *Thunderbird International Business Review*, 51, 457–471.
- Zebal, M. A., & Goodwin, D.R. (2012). Market orientation and performance in private universities. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(3), 79-92.

# PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN TERHADAP KINERJA DENGAN *VALUE ADDED INTELLECTUAL CAPITAL COEFFICIENT* (VAIC<sup>TM</sup>) SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Fitri Ismiyanti<sup>1)</sup>, Anggita Rebbica Hamidya<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

<sup>1)</sup>e-mail: fitri\_ismi@yahoo.com

## ABSTRACT

*Development of science, innovation, and economic shifts the view of how to run a labor-based business into a knowledge-based business. Intellectual capital (IC), which is based on the competitive advantage of companies considered as one of the hidden assets that contributes to the measurement of the companies' value. Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAIC<sup>TM</sup>) is a method developed by Pulic, which became the standard to gauge IC on a lot of researches in various countries. Ownership structure has indicated effects on VAIC<sup>TM</sup>, because shareholder's governance reflects the control and supervision of company's assets and performance. Then VAIC<sup>TM</sup> also has indicated impacts on ROE and company's market performance, which is proxied by Q Ratio Modification. The purpose of this study are to measure the effect of ownership structure, such as managerial, domestic institutional, foreign institutional, and government ownership on VAIC<sup>TM</sup>, as well as the influence of VAIC<sup>TM</sup> to the ROE and Q Ratio Modification on 218 observations of listed companies on the Indonesia Stock Exchange in the period of 2009-2011 with recursive regression analysis method. The results showed a significantly negative effect of government ownership on VAIC<sup>TM</sup>, and VAIC<sup>TM</sup> had a significantly positive effect on ROE and Q Ratio Modification.*

*Keywords: Intellectual capital, VAIC<sup>TM</sup>, ownership structure, ROE, Q Ratio Modification.*

## ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan, inovasi, dan ekonomi menggeser pandangan cara menjalankan bisnis yang berbasis tenaga kerja (*labor-based business*) menjadi bisnis yang berkarakter ilmu pengetahuan (*knowledge-based business*). *Intellectual capital* (IC) yang bertumpu pada keunggulan bersaing perusahaan dianggap menjadi salah satu *hidden assets* yang berkontribusi terhadap pengukuran nilai perusahaan. *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>) adalah metode yang dikembangkan oleh Pulic, yang menjadi standar pengukur IC pada banyak penelitian di berbagai negara. Struktur kepemilikan diindikasikan memiliki efek terhadap VAIC<sup>TM</sup>, karena tata kelola pemegang saham tersebut mencerminkan pengendalian dan pengawasan aset dan kinerja perusahaan. VAIC<sup>TM</sup> juga diindikasikan memiliki dampak terhadap pendapatan bersih per ekuitas (ROE) dan kinerja pasar perusahaan, yang diprosikan dengan Modifikasi *Q Ratio*. Tujuan penelitian ini adalah mengukur pengaruh struktur kepemilikan manajerial, domestik, asing, dan pemerintah terhadap VAIC<sup>TM</sup>, serta pengaruh VAIC<sup>TM</sup> tersebut terhadap ROE dan Modifikasi *Q Ratio* atas 218 pengamatan yang tergabung dari berbagai sektor perusahaan yang terdaftar di BEI pada periode 2009-2011 dengan metode analisa *recursive regression*. Hasil penelitian menunjukkan kepemilikan pemerintah berpengaruh negatif signifikan terhadap VAIC<sup>TM</sup>, dan VAIC<sup>TM</sup> berpengaruh positif signifikan terhadap ROE dan Modifikasi *Q Ratio*.

Kata kunci: *Intellectual capital, VAIC<sup>TM</sup>, struktur kepemilikan, ROE, Modifikasi Q Ratio.*

## 1. Pendahuluan

Dewasa ini, semakin maju ilmu pengetahuan, teknologi informasi, dan inovasi. Perusahaan menerapkan perubahan cara pengelolaan bisnis, sistem manajerial, dan penentuan strategi *labor based business* (bisnis berbasis tenaga kerja) menjadi *knowledge based business* (bisnis berbasis pengetahuan). Ini adalah bentuk penyesuaian perusahaan yang kini menjunjung aset-aset yang bermuara pada pengetahuan dan informasi sebagai bentuk *competitive advantages*.

Banyak perusahaan yang memiliki aktiva berwujud (*tangible assets*) yang tidak signifikan dalam laporan keuangannya, tetapi tetap mendapat penghargaan pasar yang tinggi. Fenomena ini ditandai dengan munculnya selisih antara nilai pasar dan nilai buku perusahaan, yang terjadi karena adanya *hidden asset* yang tidak diungkapkan dalam laporan keuangan perusahaan, yang kemudian oleh Stewart (1997) disebut sebagai *Intellectual Capital* (IC).

Menurut Pulic (1998), tujuan utama ekonomi berbasis pengetahuan adalah untuk menciptakan *value added*. Pulic (1998; 2000) mengajukan suatu ukuran untuk menilai efisiensi dari nilai

tambah sebagai hasil dari *intellectual capital* perusahaan, yakni *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC™). VAIC™ telah menjadi alat pengukur nilai perusahaan yang kuat, sehingga telah banyak digunakan untuk penelitian pengukuran bertopik IC di berbagai belahan dunia, sebut saja Saleh *et al.* (2009) di Malaysia, Roos *et al.* (1997) di UK, Edvinsson dan Malone (1997) di Skandinavia, Stewart (1997) di USA, Ghosh and Mondal (2009) di India, serta Diez *et al.* (2010) di Spanyol.

Penelitian ini menggunakan *Recursive Regression* karena variabel VAIC™ pada persamaan pertama berperan sebagai dependen variabel, lalu pada persamaan berikutnya menjadi variabel independen oleh kinerja sebagai variabel dependen. Penelitian ini merangkai penelitian Saleh *et al.* (2009) dan Zeghal dan Maaloul (2010), namun variabel yang digunakan sedikit berbeda. Kepemilikan keluarga tidak diteliti karena pengungkapan kepemilikan jenis ini di Indonesia masih sangat terbatas. Berikutnya, kepemilikan manajerial oleh Saleh *et al.* (2009) diidentifikasi memiliki pengaruh positif terhadap VAIC™. Ketika pengelola perusahaan memiliki porsi kepemilikan, maka mereka akan menjalankan perusahaan

dengan lebih hati-hati dan maksimal dengan tujuan turut menjaga nilai perusahaan sehingga menghasilkan pengembalian dan penghargaan pasar yang tinggi.

Kepemilikan pemerintah dianggap memiliki pengaruh terhadap VAIC<sup>TM</sup> karena ketika terdapat intensitas kepemilikan pemerintah terhadap perusahaan, maka fokus perusahaan akan beralih menjadi kepentingan politik dan golongan tertentu. Menurut penelitian Saleh *et al.* (2009), tingginya kepemilikan pemerintah justru membawa perusahaan pada penurunan nilai tambah IC perusahaan, atau singkatnya memiliki pengaruh negatif. Saleh *et al.* (2009) hanya menggunakan kepemilikan asing sebagai variabel bebas yang mencerminkan bentuk kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional dalam penelitian ini dijabarkan menjadi dua tipe, yakni kepemilikan institusional domestik dan institusional asing. Hal tersebut dikarenakan tingginya tingkat kepemilikan institusional domestik pada perusahaan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini menggunakan profitabilitas, diukur ROE, sebagai cerminan kinerja keuangan, sebagai variabel dependen yang dipengaruhi VAIC<sup>TM</sup>. Modifikasi *Q Ratio* juga

diukur sebagai ukuran kinerja pasar yang menerima perlakuan dari setiap perubahan atas VAIC<sup>TM</sup>.

Di Indonesia, IC mulai berkembang terutama setelah adanya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 19 revisi (2007) tentang aset tidak berwujud. Penelitian mengenai IC menjadi sangat menarik karena berdasarkan survei global yang dilakukan *Taylor and Associates* (1998), isu-isu mengenai pengungkapan IC merupakan salah satu dari sepuluh jenis informasi yang dibutuhkan pemakai laporan keuangan. Abidin (2000) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia akan dapat bersaing apabila menggunakan keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui inovasi-inovasi kreatif yang dihasilkan oleh IC perusahaan. Lebih lanjut, Pulic (1998) dan Bontis (1998) menunjukkan bahwa IC memiliki hubungan positif dengan *business performance*. Semakin besar VAIC<sup>TM</sup>, menggambarkan semakin efisien penggunaan modal perusahaan (Appuhami, 2007). *Physical capital* sebagai bagian dari komponen IC menjadi sumber daya yang menentukan kinerja perusahaan. Ketika IC menjadi sumber daya yang terukur untuk

peningkatan *competitive advantages*, maka IC akan memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan (Abdolmohammadi, 2005). Dengan demikian, IC yang diukur dengan VAIC<sup>TM</sup> diyakini dapat berperan penting, baik dalam peningkatan nilai maupun kinerja perusahaan.

Bagi perusahaan yang sebagian besar asetnya dalam bentuk *intangible asset*, tidak adanya informasi ini akan menyesatkan, karena dapat mempengaruhi kebijakan investasi dan kredit perusahaan. Penelitian ini menguji perusahaan yang terdaftar di BEI pada semua sektor industri non keuangan pada periode penelitian yang diangkat adalah tahun 2009-2011. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh kepemilikan manajerial, institusional domestik dan asing, serta kepemilikan pemerintah terhadap *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>) dan pengaruh VAIC<sup>TM</sup> tersebut terhadap ROE dan Modifikasi *Q Ratio*.

## **2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis**

### **2.1 *Intellectual Capital***

Menurut PSAK No. 19, aktiva tidak berwujud adalah aktiva non moneter yang dapat diidentifikasi dan

tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif. *Intellectual capital* (IC) pada umumnya didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai pasar perusahaan dan nilai buku dari aset perusahaan atau dari *financial capital*-nya (Roslender & Fincham, 2004).

Edvinsson (1997) mengidentifikasi IC sebagai nilai yang tersembunyi (*hidden value*) dari bisnis. Bontis (2000) menerjemahkan IC sebagai seluruh pengetahuan karyawan dan perusahaan yang berkontribusi bagi keunggulan kompetitif perusahaan yang berkelanjutan. Lebih rinci, Steward (1997) menjabarkan IC sebagai material yang intelek– pengetahuan dan informasi, properti yang intelek, dan pengalaman– yang dapat digunakan untuk menghasilkan kemakmuran. IC adalah kemampuan otak secara kolektif atau paket pengetahuan yang berguna.

Definisi IC masih sangat beragam menurut pakar dan kalangan bisnis yang berbeda, namun secara umum jika diambil inti dari berbagai definisi IC yang ada, IC dapat dimaknai sebagai jumlah dari apa yang dihasilkan oleh tiga

elemen utama organisasi (*human capital- HC, structural capital- SC, dan capital employed- CE*) yang berkaitan dengan pengetahuan, informasi, dan pengalaman yang dapat memberikan nilai lebih (*value added*) bagi perusahaan berupa keunggulan bersaing organisasi.

## 2.2 Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAIC™)

Metode VAIC™ dikembangkan oleh Pulic (1998) yang didesain untuk menyajikan informasi tentang efisiensi penciptaan nilai dari aset berwujud (*tangible asset*) dan aset yang tidak berwujud (*intangible asset*) yang dimiliki perusahaan. Pendekatan ini relatif mudah dan sangat mungkin dilakukan, karena dikonstruksi dari akun- akun dalam laporan keuangan perusahaan. Model ini dimulai dengan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *value added* (VA). *Value added* adalah indikator objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al.* (2009), VA dihitung dengan menjumlahkan laba ditahan, beban bunga, beban gaji dan upah, depresiasi dan amortisasi, dividen, hak minoritas, dan pajak perusahaan.

Ketujuh aspek dalam perhitungan VA tersebut dinilai mampu menjadi tolok ukur perbandingan VA perusahaan satu dengan yang lain. VA berkaitan erat dengan nilai bersih *capital employed* (CE), yang dalam hal ini dilabeli dengan CEE (*Capital Employed Efficiency*). CEE menjadi indikator untuk kontribusi VA yang diciptakan oleh satu unit dari *physical capital*. Pulic (1998) mengasumsikan bahwa jika 1 unit dari CE menghasilkan *return* yang lebih besar daripada perusahaan yang lain, maka perusahaan tersebut lebih baik dalam memanfaatkan *capital employed*-nya. Dengan demikian, pemanfaatan *capital employed* yang lebih baik merupakan bagian dari nilai tambah *intellectual capital* perusahaan. CE diukur dari nilai bersih aset fisik perusahaan atas total kewajibannya.

Hubungan selanjutnya adalah VA dan *Human Capital* (HC). *Human Capital Efficiency* (HCE) menunjukkan berapa banyak VA dapat dihasilkan dengan dana yang dikeluarkan untuk tenaga kerja. Hubungan antara VA dan HC mengindikasikan kemampuan dari HC untuk menciptakan nilai di dalam perusahaan atas investasi perusahaan pada karyawan mereka. Konsisten dengan pandangan para penulis IC

lainnya, Saleh *et al.* (2009) menggunakan *total salary and wage costs* sebagai indikator dari HC perusahaan.

Hubungan ketiga adalah *Structural Capital Efficiency* (SCE), menunjukkan kontribusi *structural capital* (SC) dalam penciptaan nilai. SCE mengukur jumlah SC untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA. SC bukanlah ukuran yang independen sebagaimana HC, SC dependen terhadap *value creation* (Pulic, 1999). Artinya, semakin besar kontribusi HC dalam *value creation*, maka akan semakin kecil kontribusi SC dalam hal tersebut. Tidak berbeda dengan peneliti lain, Saleh *et al.* (2009) menyatakan bahwa SC adalah nilai bersih VA dari HC, yang hal ini telah diverifikasi melalui penelitian empiris pada sektor industri tradisional (Pulic, 2000). Langkah terakhir yaitu menjumlahkan CEE, HCE, dan SCE yang telah dihitung sebelumnya.

### **2.3 Kepemilikan Manajerial dan Pengaruhnya terhadap VAIC<sup>TM</sup>**

Suatu bentuk kepemilikan dimana para pemegang saham mempunyai kedudukan di manajemen perusahaan, baik sebagai direktur maupun sebagai dewan komisaris disebut sebagai

kepemilikan manajerial. Sesuai dengan teori keagenan, konflik keagenan bisa dikurangi bila manajer mempunyai kepemilikan saham dalam perusahaan. Manajemen tersebut cenderung berusaha lebih giat dan hati-hati untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri. Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan dan menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga manajer ikut merasakan secara langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan ikut pula menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.

Ketika kepemilikan manajerial tinggi, pemanfaatan aset efisien, maka *agency problem* dapat diminimalisasi, sehingga *agency cost* juga dapat ditekan. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya keterlibatan dan dukungan dari manajer, maka IC yang dimiliki perusahaan akan dikelola dan dimanfaatkan secara efisien, sehingga VAIC<sup>TM</sup> akan tinggi. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini adalah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>.

H<sub>1</sub>: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>

#### **2.4. Kepemilikan Institusional Domestik dan Asing serta Pengaruh Keduanya terhadap VAIC<sup>TM</sup>**

Ada cara lain yang digunakan untuk mengurangi masalah keagenan selain meningkatkan kepemilikan manajer, yaitu dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh institusi (Jensen & Meckling, 1976). Investor institusional, baik domestik maupun asing, akan lebih memilih dan mendukung kebijakan yang dapat meningkatkan insentif jangka panjang bagi perusahaan, salah satunya adalah kebijakan peningkatan dan pengelolaan IC.

Mekanisme pengawasan dapat dilakukan dengan menempatkan dewan ahli yang tidak dibiayai perusahaan, sehingga posisinya tidak berada dibawah pengawasan manajer. Memberi masukan-masukan sebagai bahan pertimbangan bagi manajer dalam menjalankan usaha dan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) juga dapat dilakukan.

Chhibber and Majumdar (1999) menemukan adanya hubungan positif antara kepemilikan asing dan keuntungan perusahaan di India ketika ada pengendalian perusahaan yang jelas. Kepemilikan institusional asing selalu diperkirakan akan berdampak positif

terhadap kinerja perusahaan. Asumsi ini disebabkan oleh teknologi yang dimiliki pihak asing akan menciptakan keuntungan yang lebih tinggi karena menciptakan efisiensi dan efektivitas yang juga tinggi. Kepemilikan asing dapat juga menjadi monitor efektif bagi manajer dalam pasar yang sedang bertumbuh, karena kepemilikan asing meminta standar kinerja perusahaan yang tinggi. Dengan demikian, kepemilikan asing akan meningkatkan koefisien dari nilai tambah IC (VAIC<sup>TM</sup>). Hipotesis kedua dan ketiga pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Chhibber and Majumdar (1999) yaitu kepemilikan institusional asing dan domestik akan berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>.

H<sub>2</sub>: Kepemilikan institusional domestik berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>

H<sub>3</sub>: Kepemilikan institusional asing berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>

#### **2.5 Kepemilikan Pemerintah dan Pengaruhnya terhadap VAIC<sup>TM</sup>**

Beberapa penelitian mengenai kepemilikan pemerintah, memiliki gagasan bahwa kepemilikan pemerintah menunjukkan dampak negatif terhadap kinerja perusahaan. Hasil analisis empiris

juga menunjukkan efek yang merugikan dari kepemilikan pemerintah terhadap kinerja perusahaan di Cina (Qi *et al.*, 2000; Wei *et al.*, 2005). Demikian pula, hasil penelitian Lin and Zhang (2009) menunjukkan bahwa bank-bank komersial milik negara kurang efisien dibandingkan dengan bank lain, serta mengindikasikan bahwa bank umum milik pemerintah memiliki profitabilitas yang lebih rendah dibandingkan bank-bank asing. Perusahaan-perusahaan berkepemilikan pemerintah akan dibatasi untuk kegiatan investasi jangka panjang, termasuk investasi terhadap IC, karena sumber daya perusahaan digunakan untuk tujuan politik, yang kemudian akan meningkatkan kesempatan bagi politisi untuk dipilih kembali (Saleh *et al.*, 2009). Kecenderungan tersebut nantinya juga akan mengurangi fokus mereka untuk menciptakan nilai bagi perusahaan. Dengan begitu, merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya, hipotesis keempat dari penelitian ini adalah kepemilikan pemerintah memiliki pengaruh negatif terhadap VAIC<sup>TM</sup>.

H<sub>4</sub>: Kepemilikan pemerintah berpengaruh negatif terhadap VAIC<sup>TM</sup>

## 2.6 Kinerja Keuangan dan Pengaruh VAIC<sup>TM</sup> terhadap ROE

Banyak penulis (Riahi-Belkaoui, 2003; Youndt *et al.*, 2004; Chen *et al.*, 2005; Tan *et al.*, 2007) percaya bahwa IC memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan. Kinerja Keuangan perusahaan diterjemahkan sebagai sebuah jenis ekspresi dari kemampuan perusahaan menginvestasikan modal untuk menghasilkan keuntungan di sebuah level tertentu. Chen *et al.* (2005) mengidentifikasi *Resource-Based Theory* yang juga telah menjabarkan bahwa jika IC menjadi sebuah sumber daya yang bernilai untuk mencapai keunggulan bersaing dan berkontribusi pada kinerja keuangan perusahaan. Youndt *et al.* (2004) juga menyatakan bahwa IC perusahaan yang padat karya akan lebih kompetitif daripada yang lainnya, dan oleh karena itu, perusahaan tersebut akan lebih sukses sejalan dengan penelitian sebelumnya.

Dalam mengukur kinerja perusahaan, investor biasanya melihat kinerja keuangan yang tercermin dari berbagai macam rasio. *Return On Equity* (ROE) merupakan salah satu indikator penting yang sering digunakan oleh investor untuk menilai tingkat profitabilitas perusahaan sebelum

melakukan investasi. ROE secara eksplisit memperhitungkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih bagi pemegang saham (atas ekuitas). Secara teori, sebuah bisnis yang menunjukkan laba atas ekuitas yang tinggi, cenderung lebih mampu menghasilkan profit secara internal. Semakin tinggi laba atas ekuitas perusahaan dibandingkan dengan industri, menggambarkan bahwa kinerja perusahaan menghasilkan pendapatan bersih semakin baik. Penggunaan ROE dalam penelitian ini didasarkan pada penelitian Chan (2009) dan Latif *et al.* (2004), serta Margaretha dan Rakhman (2006) yang menguji hubungan VAIC<sup>TM</sup> dengan ROE dan M/B ratio pada JSX dengan periode penelitian 1999-2003. Chu *et al.* (2010) menemukan hubungan positif antara ROA dan ROE dengan HCE, serta ROE dengan SEE pada perusahaan terdaftar di Hongkong pada periode penelitian 2005-2008. ROE sebagai ukuran tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan atas ekuitas akan mengalami peningkatan jika perusahaan digerakkan oleh sumber daya yang dapat memberi nilai tambah bagi perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan dengan VAIC<sup>TM</sup> tinggi, akan memiliki ROE yang juga tinggi. Maka

dari itu, sependapat dengan penelitian sebelumnya, hipotesis kelima adalah VAIC<sup>TM</sup> memiliki pengaruh positif terhadap ROE.

H<sub>5</sub>: VAIC<sup>TM</sup> berpengaruh positif terhadap ROE

## 2.7 Kinerja Pasar dan Pengaruh VAIC<sup>TM</sup> terhadap Modifikasi *Q Ratio*

VAIC<sup>TM</sup> juga mengindikasikan pengaruh terhadap kinerja pasar. Kinerja pasar saham A dikatakan tumbuh jika harga saham A di pasar naik. Begitupun sebaliknya, jika kinerja saham A disebut merosot atau turun jika harga saham A di pasar turun atau terkoreksi. Tentu saja itu semua ada periode waktunya. Kinerja pasar adalah sebuah totalitas dari saham-saham yang tercatat dan diperdagangkan di BEI.

Penelitian ini memakai Modifikasi *Q Ratio* sebagai media pengukur kinerja pasar, menggunakan rumus yang berbasis pada Chung and Pruitt (1994). *Q Ratio* merupakan suatu rasio yang menawarkan penjelasan nilai dari suatu perusahaan di pasar dimana nilai pasar suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktivasinya. Jika nilai Modifikasi *Q Ratio* perusahaan lebih dari satu, berarti nilai pasar

perusahaan tersebut lebih besar daripada aktiva perusahaan yang tercatat.

Yusuf dan Sawitri (2009) melakukan penelitian yang menguji komponen VAIC<sup>TM</sup> terhadap kinerja pasar yang diukur dengan *Q Ratio* dengan periode penelitian 2004-2007. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2004 hanya SCE yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *market performance* perusahaan. Kemudian, pada tahun 2005 dan 2006, SCE dan HCE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *market performance* perusahaan. Dan pada tahun 2007, semua indikator memiliki pengaruh signifikan terhadap *market performance* perusahaan. Perusahaan yang bermuatan daya saing yang unggul dan bernilai tambah, akan dapat mengantarkan perusahaan pada nilai pasar yang baik. Sentimen pasar akan senantiasa aktif seiring dengan pergerakan nilai perusahaan yang dalam penelitian ini diukur melalui VAIC<sup>TM</sup>. Dengan demikian, berkaca pada penelitian Yusuf dan Sawitri (2009), hipotesis terakhir dalam penelitian ini menyebutkan bahwa VAIC<sup>TM</sup> berpengaruh positif terhadap Modifikasi *Q Ratio*.

H<sub>6</sub>: VAIC<sup>TM</sup> berpengaruh positif terhadap Modifikasi *Q Ratio*

## 2.8 Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan *Recursive Regression* karena variabel VAIC<sup>TM</sup> pada persamaan pertama berperan sebagai dependen variabel, lalu pada persamaan berikutnya menjadi variabel independen. Hubungan kausal ini bersifat satu arah, sehingga tidak tergolong model simultan (resiprokal).

$$VAIC_{it}^{TM} = \alpha_1 + \beta_1 MOWN_{it} + \beta_2 DMS_{it} + \beta_3 FRG_{it} + \beta_4 GOV_{it} + \varepsilon_1$$

$$ROE_{it} = \alpha_2 + \beta_5 VAIC_{it}^{TM} + \varepsilon_2$$

$$Q_{it} = \alpha_3 + \beta_6 VAIC_{it}^{TM} + \varepsilon_3$$

*Keterangan:*

VAIC<sup>TM</sup><sub>it</sub> = *Value Added Intellectual Capital Coefficient* perusahaan i tahun t

$\alpha_1 \alpha_2 \alpha_3$  = *Intercept*

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5 \beta_6$  = Konstanta

MOWN<sub>it</sub> = Kepemilikan Manajerial perusahaan i tahun t

DMS<sub>it</sub> = Kepemilikan Institusional Domestik perusahaan i tahun t

FRG <sub>it</sub>	=	Kepemilikan Institusional Asing perusahaan i tahun t
GOV <sub>it</sub>	=	Kepemilikan Pemerintah perusahaan i tahun t
ROE <sub>it</sub>	=	<i>Return on Equity</i> perusahaan i tahun t
Q <sub>it</sub>	=	Modifikasi <i>Q Ratio</i> perusahaan i tahun t
ε <sub>1</sub> ε <sub>2</sub> ε <sub>3</sub>	=	error

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat pada BEI, pada semua sektor non keuangan. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu metode pengumpulan sampel dengan menentukan batasan atau pertimbangan tertentu. Pemilihan sampel penelitian dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan melaporkan laporan keuangan akhir tahun pada periode 2009-2011
2. Perusahaan tidak menderita rugi dan neracanya tidak menunjukkan kekayaan negatif pada periode 2009-2011

3. Perusahaan tidak *delisting* dari BEI selama periode tahun 2009 – 2011
4. Perusahaan membagikan dividen dan “hak minoritas” pada periode 2009-2011

### 3.2 Definisi Operasional Variabel

#### 3.2.1 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan proposi kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer, direksi, dan dewan komisaris. Dengan dimilikinya saham oleh manajer, potensi terjadinya konflik kepentingan akan menurun. Hal tersebut dikarenakan manajer juga akan terlibat dalam penciptaan dan peningkatan *competitive advantages* bagi perusahaan, yang kemudian akan berimbas kepada kekayaan pemegang saham dan kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan kepemilikan manajerial sebagai *dummy variable*, karena porsi kepemilikan manajemen pada perusahaan di Indonesia tidak besar. Cara pengukurannya yaitu dengan memberi nilai 1 pada perusahaan i pada tahun t yang mencatatkan adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen, dan 0 untuk sebaliknya.

### 3.2.2 Kepemilikan Institusional Domestik

Menurut Faizal (2004) peningkatan kepemilikan institusional (lebih dari 5%) akan menyebabkan usaha pengawasan yang lebih besar, sehingga dapat mengurangi perilaku oportunistik dari manajer sehingga manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Definisi institusi adalah perusahaan investasi, bank, perusahaan, asuransi maupun lembaga lain seperti perusahaan. Pengukuran kepemilikan saham institusional domestik ini juga bersandar pada penelitian Saleh *et al.* (2009)

$$DMS = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Institusional Domestik}}{\text{Total Kepemilikan Saham}} \times 100\%$$

### 3.2.3 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham oleh pihak asing yang diukur dengan melihat persentase jumlah saham yang dimiliki investor asing (Saleh *et al.*, 2009). Investor asing membawa teknik manajemen baru dan teknologi informasi, sehingga dapat membantu perusahaan domestik dalam transfer pengetahuan, keahlian, teknologi, manajemen perusahaan, dan peningkatan *good corporate governance*. Pengukuran kepemilikan saham oleh

asing dilakukan berdasarkan penelitian Saleh *et al.* (2009)

$$FRG = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Institusional Asing}}{\text{Total Kepemilikan Saham}} \times 100\%$$

### 3.2.4 Kepemilikan Pemerintah

Pengukuran ini mengacu pada penelitian Saleh *et al.* (2009). Fokus pengendalian pada kepemilikan pemerintah seperti pada bank milik negara ialah mengutamakan kepentingan kelompok-kelompok tertentu untuk tujuan politik. Seperti halnya cara pengukuran kepemilikan saham yang lain, berpedoman pada Saleh *et al.* (2009), pengukuran kepemilikan saham oleh pemerintah dilakukan dengan cara

$$GOV = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Pemerintah}}{\text{Total Kepemilikan Saham}} \times 100\%$$

### 3.2.5 Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAIC™)

#### a. Value Added (VA)

Tahap pertama adalah menghitung *Value Added* (VA). Mengacu pada penelitian Saleh *et al.* (2009) dan Ahangar (2011), VA dihitung dengan menggunakan cara yaitu sebagai berikut:

$$VA_{it} = P_{it} + I_{it} + C_{it} + (D + A)_{it} + DIV_{it} + M_{it} + T_{it}$$

*Keterangan:*

- $VA_{it}$  = *Value Added*  
perusahaan i tahun t
- $P_{it}$  = Laba ditahan  
perusahaan i tahun t
- $I_{it}$  = Beban bunga  
perusahaan i tahun t
- $C_{it}$  = Beban Gaji dan Upah  
perusahaan i tahun t
- $(D + A)_{it}$  = Depresiasi dan  
Amortisasi  
perusahaan i tahun t
- $DIV_{it}$  = Deviden perusahaan i  
tahun t
- $M_{it}$  = Hak minoritas  
perusahaan i tahun t
- $T_{it}$  = Pajak perusahaan i  
tahun t

**b. *Capital Capital Efficiency (CEE)***

Tahap kedua yaitu dengan menghitung *Capital Employed Efficiency (CEE)*. CEE adalah aset fisik bersih perusahaan. Rasio CEE yang tinggi menerjemahkan kontribusi yang besar kepada nilai tambah perusahaan atas setiap rupiah yang diinvestasikan pada aset fisik. Pengukuran CEE juga dilakukan sesuai penelitian Saleh *et al.* (2009)

$$CEE_{it} = \frac{\text{value added}}{\text{capital employed}} = \frac{VA}{CE}$$

*Keterangan:*

- $CE_{it}$  = *Capital Employed*  
perusahaan i tahun t =  
*Total Tangible Asset –*  
*Total Liabilities*
- $VA_{it}$  = *Value Added*  
perusahaan i tahun t

**c. *Human Capital Efficiency (HCE)***

Tahap ketiga yakni menghitung *Human Capital Efficiency (HCE)*. Rasio ini mengindikasikan nilai tambah perusahaan untuk setiap rupiah yang diinvestasikan pada modal manusia di tahun tersebut. Sejalan dengan perhitungan elemen VAIC sebelumnya, HCE juga menyesuaikan cara pada penelitian Saleh *et al.* (2009), Pulic (1998, 2004), Zhang *et al.* (2006), Zeghal dan Maaloul (2010), Rahman (2012), serta Stahle *et al.* (2011)

$$HCE_{it} = \frac{\text{value added}}{\text{human capital}} = \frac{VA}{HC}$$

*Keterangan:*

- $Va_{it}$  = *Value Added*  
perusahaan i tahun t
- $HC_{it}$  = *Human Capital*  
perusahaan  
i tahun t = Total *salaries* dan  
*wages*

**d. Structural Capital Efficiency (SCE)**

Tahap keempat dengan menghitung *Structural Capital Efficiency* (SCE). Rasio ini mengukur jumlah SC yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 rupiah dari VA dan merupakan indikasi bagaimana keberhasilan SC dalam penciptaan nilai. Untuk mengukur SCE, rumus yang digunakan juga didasarkan penelitian Saleh *et al.* (2009), Pulic (1998, 2004), Zhang *et al.* (2006), Zeghal dan Maaloul (2010), Rahman (2012), serta Stahle *et al.* (2011)

$$SCE_{it} = \frac{\text{Structural Capital}}{\text{value added}} = \frac{SC}{HC}$$

Keterangan:

$V_{ait}$  = Value Added perusahaan i tahun t

$Sc_{it}$  = Structural capital perusahaan i tahun t =  $V_{Ai} - HC_i$

**e. Value Added Intellectual Capital Coefficient (VAIC<sup>TM</sup>)**

Tahap kelima dengan menghitung *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>). VAIC<sup>TM</sup> mengindikasikan kemampuan intelektual perusahaan yang dapat juga dianggap sebagai BPI (*Business Performance Indicator*). Dari ketiga proksi tersebut, maka dapat diperoleh *value added*

*intellectual capital coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>). Penjumlahan ketiga elemen tersebut mengikuti penelitian Saleh *et al.* (2009), Pulic (1998, 2004), Zhang *et al.* (2006), Zeghal dan Maaloul (2010), Rahman (2012), serta Stahle *et al.* (2011)

$$VAIC^{TM} = CEE_{it} + HCE_{it} + SCE_{it}$$

**3.2.6 Kinerja Keuangan**

Dalam penelitian ini, Kinerja Keuangan (*financial performance*) diukur dengan menghitung nilai Return on Equity (ROE) dengan rumus berdasarkan Ross, *et al.* (2009: 89-90)

$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}}$$

**3.2.7 Kinerja Pasar**

Modifikasi *Q Ratio* merupakan suatu rasio yang menawarkan penjelasan nilai dari suatu perusahaan di pasar dimana nilai pasar suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya ganti aktivitya. Jika nilai Modifikasi *Q Ratio* perusahaan lebih dari satu, berarti nilai pasar perusahaan tersebut lebih besar daripada aktiva perusahaan yang tercatat. Kinerja pasar diukur sesuai dengan penelitian Chung and Pruitt (1994)

$$\text{Modifikasi } Q \text{ Ratio} = \frac{(MVE + PS + DEBT)}{TA}$$

MVE : harga penutupan saham di akhir tahun buku x banyaknya saham biasa yang beredar (jumlah saham preferen beredar x nilai nominal saham preferen) + (jumlah saham preferen beredar x agio saham preferen)

DEBT : (aktiva lancar- kewajiban lancar) + utang jangka panjang.

TA : nilai buku total aktiva

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini meneliti sejumlah 218 observasi di periode 2009-2011. Tabel 4.1 menyajikan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan deviasi standar dari semua variabel, baik dependen maupun independen. Nilai minimum menunjukkan nilai terkecil pada setiap variabel yang diteliti. Begitu pula halnya dengan nilai maksimum yang menjadi nilai tertinggi (terbesar) dari setiap variabel yang diteliti. Sedangkan rata-rata menunjukkan nilai rata-rata dari setiap variabel yang diamati. Deviasi standar merupakan fluktuasi dari setiap variabel penelitian.

**Tabel 4.1**  
**Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Deviasi Standar
MOWN	218	0	1	0,61	0,49
DMS	218	0,00	98,18	40,16	33,36
FRG	218	0,00	85,00	17,59	24,69
GOV	218	0,00	90,03	9,90	23,34
VAIC	218	-18,07	32,15	7,51	8,39
ROE	218	0,39	53,09	18,37	9,71
Modifikasi <i>Q Ratio</i>	218	0,01	5,26	1,59	1,07

Variabel bebas pertama adalah kepemilikan manajerial (MOWN). Nilai minimum adalah nol dengan maksud tidak memiliki kepemilikan jenis ini, dan nilai maksimum adalah satu, yaitu pihak manajemen perusahaan tersebut memiliki saham perusahaan. Nilai rata-rata untuk

variabel ini adalah 61%, sehingga dapat disimpulkan bahwa maka lebih dari setengah pengamatan dari penelitian ini memiliki kepemilikan manajerial sebagai komponen struktur kepemilikan saham. Nilai deviasi standarnya adalah 0,49.

Pada penelitian ini ditemukan 132 pengamatan memiliki struktur kepemilikan DMS (Kepemilikan Institusional Domestik). Nilai minimum variabel ini adalah 0%, sedangkan nilai maksimumnya yaitu 98,18%. Rata-rata jumlah kepemilikan domestik pada 218 observasi pada penelitian ini yaitu sebesar 40,16%, sedangkan variasi datanya adalah 33,36%. Variabel berikutnya, FRG (Kepemilikan Institusional Asing) yang sejalan dengan variabel DMS, mencatatkan 0% sebagai nilai minimum. Nilai maksimumnya adalah 85%. Nampak bahwa perusahaan di Indonesia bisa memberi kepercayaan kepada pihak asing sebagai pengawas dan pengendali mayoritas perusahaan. Rata-rata persentase kepemilikan institusional asing yaitu 17,59% dan deviasi standarnya sebesar 24,69%.

Jenis kepemilikan saham yang terakhir yaitu GOV (Kepemilikan Pemerintah). Nilai minimum variabel ini yaitu 0%. Meski hanya sejumlah 37 pengamatan yang memiliki kepemilikan saham jenis ini, dari 218 total pengamatan, namun persentase maksimum kepemilikan saham perusahaan oleh pemerintah mencapai 90,03%. Rata-ratanya adalah 9,90%,

sedangkan besar simpangan bakunya adalah 23,34%.

Selanjutnya, *Value Added Intellectual Capital Coefficient* (VAIC<sup>TM</sup>) yang dipengaruhi oleh struktur kepemilikan dan kemudian mempengaruhi ROE dan Modifikasi *Q Ratio*, memiliki nilai minimum sebesar -18,07, sedangkan nilai maksimumnya adalah 32,15. Dari sejumlah 218 pengamatan dalam penelitian ini, nilai rata-rata variabel ini adalah 7,51. Variasi data variabel VAIC<sup>TM</sup> yaitu 8,39.

Variabel selanjutnya adalah *Return on Equity* (ROE). Berdasarkan Tabel 4.1 Statistik Deskriptif, Nilai terendah dari variabel yang sudah sangat umum digunakan sebagai proksi kinerja keuangan ini adalah 0,39%. Nilai tertinggi tingkat pendapatan perusahaan atas ekuitasnya yaitu 53,09%. *Mean* variabel ini adalah sebesar 18,37%, sedangkan simpangan bakunya yaitu senilai 9,71%.

Terakhir, variabel dependen Modifikasi *Q Ratio* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,01. Nilai maksimum variabel yang menjadi proksi kinerja pasar ini mencapai 5,26. Tampak pada Tabel 4.1, nilai rata-rata dari variabel *Q Ratio* yaitu 1,59, dengan variasi datanya sebesar 1,07.

### 4.1.1 Analisis Model Regresi

Hasil uji regresi ditujukan untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Analisis model regresi ini melihat pengaruh struktur kepemilikan antara lain kepemilikan manajerial,

institusional domestik, institusional asing, dan kepemilikan pemerintah terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Selain itu, hasil uji regresi ini juga memperlihatkan pengaruh VAIC<sup>TM</sup> terhadap ROE dan *Tobin's Q*. Tabel 4.2 berikut memperjelas hasil uji regresi:

**Tabel 4.2**  
**Analisis Model Regresi dan Hasil *t-Test***

Model	Koef. Regresi	t	sig
Dependent Variable: VAIC <sup>TM</sup>			
(Constant)	13,294	6,002	0,000
MOWN	-1,069	-0,941	0,348
DMS	-0,097	-3,263	0,001***
FRG	-0,033	-0,934	0,352
GOV	-0,065	-1,823	0,070*
Dependent Variable: ROE			
(Constant)	17,113	19,518	0,000
VAIC	0,167	2,144	0,033**
Dependent Variable: Modifikasi <i>Q Ratio</i>			
(Constant)	1,389	14,559	0,000
VAIC	0,027	3,168	0,002***

Catatan: \* signifikan pada  $\alpha < 10\%$ , \*\* signifikan pada  $\alpha < 5\%$ , \*\*\* signifikan pada  $\alpha < 1\%$

### 4.1.2 Pembuktian Hipotesis

Analisis regresi dan uji hipotesis *t-Test* menghasilkan suatu pembuktian untuk hipotesis dari penelitian ini. MOWN atau kepemilikan manajerial diindikasikan berpengaruh positif signifikan terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Namun, berdasarkan Tabel 4.2, MOWN memiliki signifikansi  $> 0,1$  (dikatakan tidak signifikan) dan nilai koefisien regresinya bernilai -1,069. Jadi dapat disimpulkan bahwa MOWN tidak memiliki pengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Oleh karena itu,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

DMS atau kepemilikan institusional domestik juga diindikasikan berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Pada Tabel 4.2 di atas, variabel DMS memiliki signifikansi  $< 0,1$  (dikatakan signifikan), namun koefisien regresi variabel ini bernilai -0,097 (bernilai negatif, sehingga tidak sesuai dengan hipotesis alternatif). Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa DMS tidak memiliki pengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.

Seperti halnya MOWN dan DMS, FRG atau kepemilikan institusional asing diindikasikan berpengaruh positif

terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Namun, berdasarkan Tabel 4.2, FRG memiliki signifikansi > 0,1 (dikatakan tidak signifikan) dengan koefisien regresinya sebesar -0,033. Sehingga dapat disimpulkan bahwa FRG tidak berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>3</sub> ditolak.

GOV atau kepemilikan pemerintah diindikasikan berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Tabel 4.2 Hasil *t-Test* menunjukkan bahwa GOV memiliki signifikansi < 0,1 (dikatakan signifikan), dan koefisien regresi bernilai -0,065. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa GOV memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>4</sub> diterima.

VAIC<sup>TM</sup> diindikasikan memiliki pengaruh positif terhadap ROE. Sesuai dengan Tabel 4.2, VAIC<sup>TM</sup> memiliki nilai signifikansi < 0,1 (dikatakan signifikan), dengan koefisien regresi variabel VAIC<sup>TM</sup> sebesar 0,167. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa VAIC<sup>TM</sup> memberikan pengaruh positif signifikan terhadap ROE. Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>5</sub> diterima.

VAIC<sup>TM</sup> juga diindikasikan memiliki pengaruh positif signifikan

terhadap Modifikasi *Q Ratio*. Berdasarkan Tabel 4.2, VAIC<sup>TM</sup> memiliki nilai signifikansi < 0,1 (dikatakan signifikan), dengan koefisien regresinya senilai 0,027. Jadi dapat disimpulkan bahwa VAIC<sup>TM</sup> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Modifikasi *Q Ratio*. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>6</sub> diterima.

#### 4.1.3 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 7,8%. Dengan demikian, Kepemilikan manajerial, domestik, asing, dan pemerintah memberikan pengaruh terhadap VAIC sebesar 7,8%, sehingga 92,2% nya dipengaruhi oleh sebab-sebab lain di luar model. Berikutnya R<sup>2</sup> bernilai 2,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa VAIC senilai 2,1% berpengaruh terhadap ROE, sedangkan variabel lain yang tidak diteliti berpengaruh 97,9% terhadap ROE. Pada model yang terakhir VAIC berpengaruh sebesar 4,4% terhadap Modifikasi *Q Ratio*. Sebab-sebab lain menjelaskan Modifikasi *Q Ratio* sebesar 95,6%.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R <sup>2</sup>
MOWN, DMS, FRG, GOV terhadap VAIC	0,280	0,078	0,061
VAIC terhadap ROE	0,144	0,021	0,016
VAIC terhadap Modifikasi <i>Q Ratio</i>	0,211	0,044	0,040

#### 4.1.4 Uji Statistik F (*F-Test*)

Berdasarkan Tabel 4.4 nilai signifikansi  $F \leq 0,1$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Dengan demikian dapat disimpulkan pada model pertama, secara bersama-sama, atau setidaknya ada satu jenis

kepemilikan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Pada model kedua dan ketiga hanya terdapat satu variabel bebas, maka tidak perlu dilakukan uji F, karena pasti hasilnya akan signifikan sesuai uji t.

**Tabel 4.4**  
**Hasil *F-Test***

Model	F	Sig.
Regression	4,520	0,002 <sup>a</sup>

- a. Predictors: (Constant), GOV, MOWN, FRG, DMS  
b. Dependent Variable: VAIC

## 4.2 Pembahasan

Hasil regresi menunjukkan bahwa dari enam hipotesis penelitian, tiga diantaranya diterima dan sisanya ditolak. Berikut penjabaran dan pembahasan hasil regresi pengaruh kepemilikan manajerial, institusional domestik, institusional asing, dan kepemilikan pemerintah terhadap VAIC<sup>TM</sup>, serta pengaruh VAIC<sup>TM</sup> tersebut terhadap kinerja keuangan, yang diproksikan oleh ROE dan kinerja pasar yang diproksikan oleh Modifikasi *Q Ratio*.

### 4.2.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial (MOWN) terhadap VAIC<sup>TM</sup>

Kepemilikan manajerial secara statistik tidak berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Saleh *et al.* (2009) dan Putri, Gelisha D.K. (2011). Teori keagenan menjabarkan bahwa kepemilikan manajerial seharusnya meminimalisasi konflik antara pihak manajemen dan pemegang saham, yang kemudian meningkatkan kinerja. Pada penelitian ini, pengukuran kepemilikan saham oleh pihak

manajemen tidak menitikberatkan pada proporsi atau persentasenya, melainkan hanya ada-tidaknya kepemilikan tersebut pada perusahaan. Perbedaan hasil penelitian dengan hipotesis mungkin dikarenakan ketika perusahaan memiliki kepemilikan saham jenis ini, meskipun tingkat kepemilikannya relatif sangat kecil, maka akan memicu timbulnya sikap oportunistik dari pihak manajemen. Manajer akan lebih termotivasi untuk memaksimalkan pendapatan dan bonus mereka dibandingkan investasi berupa pengelolaan *intellectual capital*. Dengan demikian, kepemilikan manajerial belum mampu menjadi mekanisme untuk meningkatkan kinerja *intellectual capital*.

Selain itu, adanya kepemilikan saham oleh manajemen (meskipun dengan porsi yang sangat rendah), juga akan mengakibatkan manajer belum merasa ikut memiliki perusahaan karena pemegang saham mayoritas cenderung mendominasi kekuasaan di perusahaan. Manajer lebih banyak dikendalikan oleh pemilik saham mayoritas, sehingga manajer hanya sebagai kepanjangan tangan dari pemilik saham mayoritas (Sujoko & Soebiantoro, 2007). Maka mengakibatkan manajer tidak memiliki kekuatan untuk melakukan pengelolaan

*intellectual capital*. Dengan demikian kepemilikan manajerial pada perusahaan tidak berpengaruh pada VAIC<sup>TM</sup>.

#### **4.2.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional Domestik (DMS) terhadap VAIC<sup>TM</sup>**

Kepemilikan institusional domestik juga secara statistik terbukti tidak memiliki pengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Putri, Gelisha D.K. (2009). Untuk melengkapi struktur kepemilikan, sekarang ini kepemilikan institusional dapat menjadi salah satu mekanisme yang efektif yang digunakan untuk mengawasi manajemen dari kegiatan *maximizing* (Dahlquist & Robertson, 2001). Menurut Faizal (2004) peningkatan kepemilikan institusional (lebih dari 5%) akan menyebabkan usaha pengawasan yang lebih besar, sehingga dapat mengurangi perilaku oportunistik dari manajer sehingga manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Namun, porsi kepemilikan institusional domestik pada perusahaan di Indonesia yang cukup tinggi dengan nilai tertinggi sebesar 98,18% memungkinkan terjadinya masalah keagenan antara pemilik

mayoritas (lebih dari 50%) dengan pemilik minoritas.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Claesens *et al.* (2002), Lemmon and Lins (2003), Villalonga and Amit (2006), serta Morck *et al.* (1998) yang menyatakan bahwa dengan kepemilikan institusional domestik yang tinggi, maka peran institusional domestik lebih besar cenderung mendominasi perusahaan dan semakin kuat kontrol pihak eksternal. Sehingga kepemilikan institusional domestik dalam hal ini yang semakin tinggi akan memungkinkan pengambilan manfaat dini atas perusahaan dengan mengorbankan para pemegang saham minoritas. Hal ini diperkirakan akan mengurangi investasi jangka panjang perusahaan dalam pengelolaan *intellectual capital*, mengurangi fokus mereka untuk menciptakan nilai bagi perusahaan dan kemudian dapat mengurangi VAIC<sup>TM</sup> perusahaan.

#### **4.2.3 Pengaruh Kepemilikan Institusional Asing (FRG) terhadap VAIC<sup>TM</sup>**

Selain domestik, jenis institusi yang tidak sedikit memiliki saham perusahaan di Indonesia yaitu institusional asing. Kepemilikan jenis ini diyakini mampu meningkatkan nilai dan

kinerja perusahaan melalui kepengawasan dan teknologi yang lebih baik. Kepemilikan institusional asing melalui regresi juga dibuktikan tidak berpengaruh positif terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Putri, Gelisha D.K. (2011) yang meneliti perusahaan perbankan terdaftar di BEI tahun 2007-2009, serta tidak sejalan dengan hasil penelitian Chhibber and Majumdar (1999) yang menemukan adanya hubungan positif antara kepemilikan asing dan keuntungan perusahaan di India ketika ada pengendalian perusahaan yang jelas. Namun hasil ini sejalan dengan penelitian Saleh *et al.* (2009) yang juga menolak hipotesis penelitian atas adanya hubungan positif kepemilikan asing terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Ada kemungkinan bahwa kepemilikan institusional asing justru membawa perusahaan pada arah yang negatif. Hal tersebut mungkin terjadi karena transfer teknologi, pengetahuan, dan keahlian dari pihak institusional asing tersebut tidak dapat diterima dan diserap dengan baik oleh perusahaan, sehingga kepemilikan asing belum mampu menjadi mekanisme peningkatan VAIC<sup>TM</sup>.

#### 4.2.4 Pengaruh Kepemilikan Pemerintah terhadap VAIC<sup>TM</sup>

Kepemilikan pemerintah secara statistik memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap VAIC<sup>TM</sup>. Dengan demikian dapat ditranslasikan bahwa semakin tinggi persentase kepemilikan pemerintah, maka VAIC<sup>TM</sup> justru akan semakin kecil. Hasil penelitian ini mengutarakan kesesuaiannya dengan penelitian yang dilakukan oleh Saleh *et al.* (2009), Qi *et al.* (2000) dan Wei *et al.* (2005). Sejalan dengan itu, hasil penelitian Lin dan Zhang (2009) menunjukkan bahwa bank-bank komersial milik negara kurang efisien dibandingkan dengan bank lain, serta mengindikasikan bahwa bank umum milik pemerintah lebih rendah profitabilitasnya dibandingkan bank-bank lain. Hasil penelitian Hadad, dkk (2003) juga memperlihatkan bahwa adanya kepemilikan pemerintah justru memperlambat perkembangan yang terjadi di sektor keuangan.

Pengaruh negatif signifikan kepemilikan pemerintah terhadap VAIC<sup>TM</sup> pada hasil penelitian ini terjadi karena adanya kemungkinan ketidaktepatan dalam penempatan wakil pemerintah pada perusahaan, terkait dengan kompetensinya. Ini diperkirakan

akan mengurangi investasi perusahaan terhadap *intellectual capital*, serta mengurangi fokus mereka untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Sehingga kepemilikan pemerintah memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap VAIC<sup>TM</sup>.

#### 4.2.5 Pengaruh VAIC<sup>TM</sup> terhadap ROE

Berikutnya, VAIC<sup>TM</sup> terbukti secara statistik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROE. Maka, perusahaan dengan nilai VAIC<sup>TM</sup> yang tinggi akan memiliki angka ROE yang juga tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu, yakni Ifada dan Hapsari (2012) yang menguji hubungan komponen VAIC<sup>TM</sup> dengan ROE, EPS, dan MBV perusahaan 215 non keuangan yang terdaftar di BEI dengan periode penelitian 2005-2008, dan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif antara VAIC<sup>TM</sup> dengan ROE. Hubungan positif signifikan antara VAIC<sup>TM</sup> dengan ROE juga ditemukan oleh Chu *et al.* (2010) pada perusahaan terdaftar di Hongkong pada periode penelitian 2005-2008.

Beberapa peneliti lain yang juga berhasil menemukan pengaruh positif VAIC<sup>TM</sup> terhadap ROE antara lain Chen

*et al.* (2005), Tan *et al.* (2007), Cohen and Kaimenakis (2007), Mavridis (2004), Shiu (2006), Kujansivu and Lonnqvist (2007), serta Ting and Lean (2009). Namun, beberapa penelitian lain tidak berhasil menemukan pengaruh positif VAIC<sup>TM</sup> terhadap ROE, yaitu Firer and Williams (2003), Kamath (2008), Chan (2009), dan Sabolovic (2009).

ROE sebagai ukuran tingkat pendapatan bersih atas ekuitas diyakini akan mengalami peningkatan jika perusahaan digerakkan oleh sumber daya yang dapat memberi nilai tambah bagi perusahaan. Jadi, ROE akan bergerak searah dengan VAIC<sup>TM</sup>, sehingga VAIC<sup>TM</sup> dikatakan mampu menjadi salah satu alternatif mekanisme perusahaan untuk meningkatkan ROE.

#### **4.2.6 Pengaruh VAIC<sup>TM</sup> terhadap Modifikasi *Q Ratio***

Terakhir pada penelitian ini, VAIC<sup>TM</sup> secara statistik berpengaruh positif signifikan terhadap Modifikasi *Q Ratio*. Jika perusahaan memiliki VAIC<sup>TM</sup> tinggi, maka nilai Modifikasi *Q Ratio* juga akan tinggi. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Yusuf dan Sawitri (2009) serta Praja, Teguh (2011) yang menemukan pengaruh yang signifikan dari semua komponen VAIC<sup>TM</sup> terhadap *Q Ratio*. Perusahaan yang bermuatan daya saing

yang unggul dan bernilai tambah, akan mengantarkan perusahaan pada kinerja dan penilaian pasar yang baik. Dengan demikian, sejalan dengan arah geraknya pada ROE, VAIC<sup>TM</sup> juga berbanding lurus atas setiap pergerakan Modifikasi *Q Ratio*, sehingga VAIC<sup>TM</sup> juga bisa dijadikan alternatif mekanisme perusahaan untuk meningkatkan Modifikasi *Q Ratio*.

### **5. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis regresi dan pembahasan yang telah dipaparkan di bagian sebelumnya, maka penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011 mengenai Struktur Kepemilikan, *Value Added Intellectual Capital* (VAIC<sup>TM</sup>), dan Kinerja, dapat ditarik dua poin simpulan sebagai berikut,

1. Variabel Kepemilikan Manajerial, Instiusional Domestik, dan Instiusional Asing tidak berpengaruh terhadap *Value Added Intellectual Capital* (VAIC<sup>TM</sup>),
2. Variabel Kepemilikan Pemerintah memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *Value Added Intellectual Capital* (VAIC<sup>TM</sup>), serta VAIC<sup>TM</sup> berpengaruh positif signifikan terhadap ROE dan Modifikasi *Q Ratio*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdolmohammadi , Mohammad J. (2005). Intellectual capital disclosure and market capitalization. *Journal of Intellectual Capital*, 6(3), 397-416.
- Abidin. (2000). Pelaporan MI: Upaya mengembangkan ukuran-ukuran baru. *Media Akuntansi*. 8(7), 46-47.
- Ahangar, Reza Gharoie. (2011). The relationship between intellectual capital and financial performance: An empirical investigation in an Irian company. *African Journal of Business Management*, 5(1), 88-95.
- Appuhami, R. (2007). The impact of intellectual capital on investors' capital gains on shares: an empirical investigation of Thai banking, finance & insurance sector. *International Management Review*, 3(2), 14-25.
- Bontis, N. (1998). Intellectual Ccpital: An exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63–76.
- Bontis, *et al.* (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 223-247.
- Chang, S.C., & Lee, M.S. (2008). The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation. *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 3-20.
- Chan, K.H. (2009). Impact of Intellectual Capital on Organizational Performance: An empirical study of companies in the Hang Seng index. *The Learning Organization*, 16(1), 4-21.
- Chen, M.C., *et al.* (2005). An empirical investigation on the relationship between intellectual capital and firm's market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-176.

- Chhibber, P. K., & Majumdar, S. K. (1999). Foreign ownership and profitability: Property rights, control and the performance of firms in Indian industry. *Journal of Law and Economics*, (152), 209–238.
- Chung, Kee., & Pruitt, Stephen. (1994). A simple approximation of tobin's q. *Financial Management*, 23(3), 70-74.
- Claessens, S., Djankov, S., & Lang, L. (2000). The separation of ownership and control in East Asian corporations. *Journal of Financial Economics*, 58, 81–112.
- Dahlquist, M., & Robertson, G. (2001). Direct foreign ownership, institutional investors and firm characteristics. *Journal of Financial Economics*, (59), 413–440.
- Diez, *et al.* (2010). Intellectual capital and value creation in Spanish firms. *Journal of Intellectual Capital*, 11(3), 348-367.
- Edvinsson, L. (1997). Developing Intellectual capital in Scandia. *Long Range Planning*, 30(3), 320-331.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower, Harper Collins, New York, NY.
- Faizal. (2004). Analisis agency costs, struktur kepemilikan, dan mekanisme corporate governance. *SNA VII*: 197-208.
- Fajarini, Indah S.W., & Firmansyah, Riza. (2012). Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan (Studi empiris perusahaan LQ 45). *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4(1), 1-12.
- Gan, Kin., & Saleh, Zakiah. (2008). Intellectual capital and corporate performance of technology-intensive companies: Malaysia evidence, *Asian Journal of Business and Accounting*, 1(1), 113-130.

- Ghosh, S., & Mondal, A. (2009). Indian software and pharmaceutical sector IC and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 10(3), 369-388.
- Ifada, Luluk., & Hapsari, Hairida. Pengaruh intellectual capital terhadap kinerja keuangan perusahaan publik (non keuangan) di Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan (JRAK)*, 2(1), 181-194.
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, (3), 305-360.
- Kamath, G. B. (2008). The intellectual capital performance of Indian banking sector. *Journal of Intellectual capital*, 8(1), 96-123.
- Latif, *et al.* (2004). Intellectual capital efficiency and corporate performance in developing countries: A comparison between islamic and conventional banks of Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), 405-420.
- Lemmon, M. L., & Lins, K. V. (2003). Ownership structure, corporate governance and firm value: Evidence from the East Asian financial crisis. *Journal of Finance*, 63(4), 1445–1468.
- Lin, X., & Zhang, Y. (2009). Bank ownership reform and bank performance in China. *Journal of Banking and Finance*, 33(1), 20–29.
- Margaretha, F., & Rakhman, A. (2006). analisis pengaruh intellectual capital terhadap market value dan financial performance perusahaan dengan metode value added intellectual capital coefficient. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 8(2), 199-217.
- Mavridis, D. G. (2004). The intellectual capital performance of the Japanese banking sector. *Journal of Intellectual Capital*, 5(1), 92–115.
- Morck, R., Shleifer, A., & Vishny, R. (1988). Management ownership and market valuation. *Journal of Financial Economics*, 20, 293–315.

- Praja, Teguh. (2011). Pengaruh *intellectual capital* dan kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan dan kinerja pasar perusahaan. *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Pulic, A. (1998). Measuring the performance of intellectual potential in knowledge economy. Paper presented at the 2<sup>nd</sup> McMaster World Congress on Measuring and Managing Intellectual Capital by the Austrian Team for Intellectual Potential.
- Pulic, A. (2000). VAIC™ – An accounting tool for IC management. *International Journal of Technology Management*, 20(5-8), 702-714.
- Pulic, A. (2004). Intellectual capital: does it create or destroy value? Measuring intangible assets: state of the art, *Journal of Business Performance*, 8(1), 62-68.
- Putri, Gelisha. (2011). Pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, dan umur perusahaan terhadap kinerja intellectual capital. *Skripsi*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Qi, D., et al. (2000). Share holding structure and corporate performance of partially privatized firms: Evidence from listed Chinese companies. *Pacific Basin Finance Journal*, 8, 587–610.
- Rahman, Sheehan. (2012). The role of intellectual capital in determining differences between stock market and financial performance. *International Research Journal of Finance and Economics*, 89, 46-77.
- Rehman, Wasim ul., et al. (2011). Intellectual capital performance and its impact on corporate performance: An empirical evidence from modaraba sector of Pakistan. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(5), 8-16.
- Rehman, Wasim ul., et al. (2012). A link of intellectual capital performance with corporate performance: Comparative study from banking sector in Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 3(12), 313-321.

- Riahi-Belkaoui, A. (2003). Intellectual capital and firm performance of US multinational firms: A Study of The Resource-Based and Sstakeholder Views. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 215-26.
- Roos, J., *et al.* 1997. Intellectual capital: Navigating in the New Business Landscape. Macmillan, Basingstoke.
- Roslender, Robin., & Fincham, Robin. (2004). Intellectual capital accounting in the UK: A field study perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(2), 178-209.
- Saleh, N.M., *et al.* (2009). Ownership structure and intellectual capital performance in Malaysia. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*, 5(1), 1-29.
- Santoso, Singgih. (2000). Statistik parametrik, latihan dengan SPSS. *Elexmedia Computindo, Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta.
- Singh, M., & Davidson III, W. N. (2003). Agency costs, ownership structure and corporate governance mechanisms. *Journal of Banking and Finance*, 27, 793–816.
- Stahle *et al.* (2011). Value added intellectual coefficient (VAIC): A critical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 531-551.
- Stewart, T. (1997). Intellectual capital: The New Wealth of Organizations , New York: NY, Doublebay.
- Sujoko & Soebiantoro, U. (2007). Pengaruh struktur kepemilikan saham, *leverage*, faktor interen, dan faktor eksteren terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 9(1), 41-48.

- Tan, H.P., *et al.* (2007). Intellectual capital and financial returns of companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1), 76-95.
- Ting, I.W.K., & Lean, H.H. (2009). Intellectual capital performance in financial institutions in Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, 10(4), 588-599.
- Villalonga, B., & Amit, R. (2006). How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics*, 80(2), 385–417.
- Wei Z., Xie, F., & Zhang, S. (2005). Ownership structure and firm value in China's privatized firms: 1991–2001. *Journal of Financial Quantitative Analysis*, 41, 87–108.
- Youndt, M.A., Subramaniam, M., & Snell, S.A. (2004). Intellectual capital profiles: An examination of investments and returns. *Journal of Management Studies*, 40(2), 335-361.
- Yusuf & Sawitri, P. (2009). modal intelektual dan market performance perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Proceeding PESAT*, III, Oktober: 49-55.
- Zeghal, D., & Maalol, A. (2010). Analyzing value added as an indicator of intellectual capital and its consequences on company performance. *Journal of Intellectual Capital*, 11(1), 39-60.
- Zhang, J., Zhu, N., & Kong, Y. (2006). Study on intellectual capital and enterprise's performance: Empirical evidence on the Chinese securities market. *Journal of Accounting and Auditing*, 2(1), 10-17.

**PENGARUH *KNOWLEDGE MANAGEMENT* TERHADAP  
KINERJA KARYAWAN  
(STUDI EMPIRIS PADA PT. SMS KABUPATEN  
KOTAWARINGIN TIMUR)**

**Desi Putri Wijayanti<sup>1)</sup>, Didi Sundiman<sup>2)</sup>**

Universitas Darwan Ali

<sup>1)</sup>e-mail: desiputri\_wijayanti@yahoo.com

<sup>2)</sup>e-mail: sundiman.didi@gmail.com

***ABSTRACT***

*This study examined the influence of personal knowledge, job procedures, and technology on employee's performance in PT. SMS. The analytical method used in this research is multiple linear regression analysis. Samples of this research are 60 employees of PT. SMS. The results of this research indicate that personal knowledge and job procedure has influence on the performance of employees at PT. SMS. While technology has a positive effect but not significant to employees performance in PT. SMS.*

*Keywords : Knowledge Management, Personal Knowledge, Job Procedure, Technology, Employees Performance*

***ABSTRAK***

Penelitian ini melakukan pengujian pada pengaruh personal knowledge, job procedures, dan teknologi pada kinerja karyawan PT. SMS. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah multiple linear regression analysis. Sample penelitian adalah 60 orang karyawan PT. SMS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal knowledge dan job procedure memiliki pengaruh signifikan pada kinerja karyawan di PT. SMS. Pemanfaatan teknologi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan pada kinerja karyawan PT. SMS.

Kata Kunci : Manajemen Pengetahuan, Pengetahuan Personal, Prosedur Kerja, Teknologi, Kinerja Karyawan

**1. Pendahuluan**

**1.1 Latar Belakang**

Supermarket merupakan sebuah toko yang menyediakan segala kebutuhan pokok sehari-hari. Seperti bahan makanan, minuman, tissue dan barang kebutuhan lainnya. Seiring

perkembangan zaman, supermarket yang sebelumnya hanya menjual kebutuhan primer sekarang telah berkembang menjual kebutuhan sekunder. Supermarket yang menjual kebutuhan sekunder ini merupakan supermarket era modern. Di supermarket era modern

banyak hal yang telah bertransformasi, seperti semakin banyak pramuniaga yang meningkatkan nilai jual dari supermarket tersebut.

Keberadaan supermarket bukanlah hal baru lagi di masyarakat. Hal ini membuktikan perkembangan yang sangat pesat, sehingga timbul banyak persaingan dalam industri ini. Perkembangan dewasa ini juga mengacu pada makin cepatnya, perubahan dalam segala bidang kehidupan, hal ini merupakan akibat dari efek globalisasi serta pengembangan teknologi informasi yang sangat akseleratif. Kondisi ini jelas membuat organisasi memerlukan cara-cara agar tetap *survive* dan eksis di konsumen mereka. Tuntutan akan makin pentingnya kualitas sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu respon untuk menyikapi hal tersebut, dan hal ini tentu saja memerlukan upaya-upaya untuk meningkatkan dan mengembangkan SDM.

Untuk meningkatkan sumber daya manusia yang berdaya saing, diperlukan pengelolaan pengetahuan yang dimiliki oleh setiap individu di perusahaan. Pengelolaan pengetahuan sangat bermanfaat bagi keberlangsungan organisasi, karena pada dasarnya pengetahuan merupakan sumber

penggerak organisasi, sehingga menjadi organisasi yang kompetitif. Seperti yang dikatakan Nonaka (1994), pengetahuan merupakan alat yang mendalam yang efektif dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan tindakan yang tepat.

Manajemen pengetahuan terbagi menjadi 2, yaitu pengetahuan *tacit* dan pengetahuan eksplisit. Pengetahuan *tacit* adalah pengetahuan yang didapat individu dari pengalaman sehari-hari, yang pada dasarnya sulit untuk diduplikasikan dan diajarkan kepada orang lain (Nonaka, 1994). Kunci dari pengetahuan *tacit* adalah pengalaman. Maka dari itu, pengetahuan *tacit* bersifat personal, yang membuatnya sulit untuk dikomunikasikan dan diresmikan (Nonaka, 1994). Sedangkan, pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang dapat ditransfer kepada individu lain sehingga dalam praktiknya mudah untuk dideskripsikan ke dalam dokumen, pelatihan, dan lain-lain dimana penulis mengkategorikan ke dalam bentuk prosedur kerja, dan teknologi (Bohn dikutip dari Alavi *et al.*, 2001).

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Manajemen Pengetahuan

Menurut Davenport dan Prusak (1998), pengetahuan adalah pengalaman terstruktur, nilai, informasi kontekstual dan wawasan pakar yang menyediakan kerangka kerja untuk mengevaluasi dan menggabungkan pengalaman dan pengetahuan baru yang menghasilkan tindakan serta menghasilkan keputusan yang lebih baik dan menghasilkan input yang efektif pada dialog dan kreativitas organisasi.

Pengetahuan, yang dijelaskan oleh Keng-Boon Ooi (2014) dan Lim *et al.* (1999), adalah aset tidak berwujud yang hampir tidak mungkin untuk ditiru dan dipandang sebagai instrumen kompetitif yang harus dikelola secara efektif oleh setiap organisasi. Meskipun banyak yang telah membahas pentingnya pengetahuan dalam sebuah manajemen, tetapi relatif sedikit yang memperhatikan bagaimana proses pembuatan dan pengelolaan pengetahuan. Dalam proses pembuatan pengetahuan ini, kemudian dapat ditarik perbedaan pengetahuan menjadi dua kategori yaitu, pengetahuan *tacit* dan pengetahuan eksplisit.

#### 2.1.2 *Tacit Knowledge*

Menurut Nonaka (1994), pengetahuan tacit adalah berakar dalam tindakan, komitmen, dan keterlibatan dalam konteks tertentu. yang “berdiam” dalam kesadaran yang komprehensif dan pikiran manusia dan tubuh.

Pengetahuan *tacit* merupakan pengetahuan yang ada di dalam pikiran setiap individu sesuai dengan pemahaman, keahlian, dan pengalaman seseorang. Seperti kata Polanyi dalam Nonaka (1994), kita bisa tahu lebih dari yang kita bisa katakan. Pengetahuan tacit merupakan pengetahuan yang sulit untuk diformulasikan dan dikomunikasikan, karena berada di dalam benak masing – masing orang. Pengetahuan yang ada dalam diri seseorang, tampak seperti sebuah gunung es. Berdasarkan pengertiannya, maka pengetahuan *tacit* dapat dikategorikan sebagai pengetahuan personal.

#### 2.1.3 Pengetahuan Eksplisit

Nonaka (1994), mengatakan pengetahuan eksplisit diskrit atau digital. Hal ini ditangkap di catatan masa lalu seperti perpustakaan, arsip, dan *database* dan dinilai secara berurutan. Alavi (2001) mengungkapkan, eksplisit dimensi pengetahuan (selanjutnya

disebut sebagai pengetahuan eksplisit) diartikulasikan, dikodifikasi, dan dikomunikasikan dalam bentuk simbolik dan/atau bahasa alami. Contohnya pembelian sebuah produk elektronik, pasti disertai petunjuk pemakaian. Petunjuk pemakaian itu merupakan pengetahuan seputar pengoperasian produk tersebut.

Penerapan pengetahuan eksplisit lebih mudah, karena pengetahuan yang diperoleh dalam bentuk tulisan atau rekaman yang telah didokumentasikan, sehingga karyawan dapat mempelajarinya secara mandiri. Pengetahuan eksplisit dalam penelitian ini adalah prosedur kerja dan teknologi.

Prosedur kerja adalah tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan kepada karyawan yang bersifat formal. Menurut Beijerse (2000), pengetahuan eksplisit ditandai, menurut berbagai penelitian, dengan kemampuannya untuk dinyatakan sebagai kata atau nomor, dalam bentuk data tercetak, formula ilmiah, manual, file komputer, dokumen, paten, dan prosedur standar atau titik awal universal yang dapat dengan mudah ditransfer dan disebar.

Alavi dan Leidner (2001) menyampaikan jika pengetahuan adalah proses, maka secara tersirat fokus

manajemen adalah pada aliran pengetahuan dan proses penciptaan, berbagi, dan distribusi pengetahuan” (Alavi & Leidner, 200; Sundiman & Idrus, 2015). Disinilah peran penting dari teknologi informasi, mengingat canggihnya teknologi saat ini. Misalnya, internet, intranet, *browser*, *extranet*, data mining teknik, gudang data, dan agen *software* (Alavi & Leidner, 2001).

## 2.2 Kinerja Karyawan

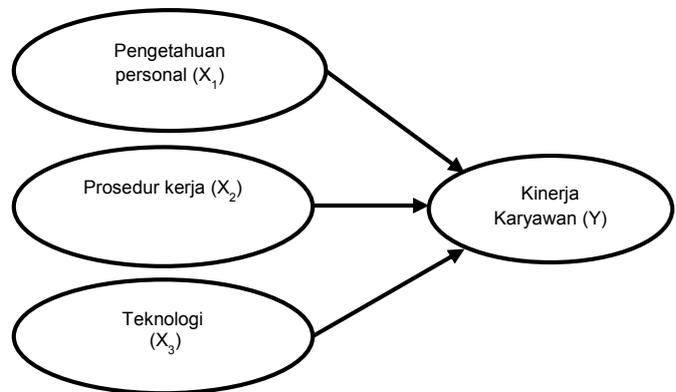
Pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Pada dasarnya kinerja merupakan sesuatu hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan memiliki tingkat kemampuan yang berbeda-beda. Selain itu, kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, inisiatif, pengalaman kerja, dan motivasi karyawan.

Menurut Mondy dalam Choirina (2014:11), kriteria (standar) kinerja yang paling umum adalah sifat-sifat karyawan tertentu seperti sikap, penampilan, dan inisiatif adalah dasar untuk beberapa evaluasi.

- a. Perilaku, ketika tugas seseorang sulit ditentukan, organisasi bisa mengevaluasi perilaku atau kompetensi orang tersebut yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Kompetensi, meliputi sekumpulan luas pengetahuan, keterampilan, sifat, dan perilaku yang bisa bersifat teknis, berkaitan dengan keterampilan antar pribadi, atau berorientasi bisnis.
- c. Pencapaian tujuan, aspek penilaian karyawan ini harus menjadi unsur yang paling positif dalam keseluruhan proses dan membantu karyawan untuk fokus pada perilaku yang akan menghasilkan hasil-hasil positif bagi semua yang berkepentingan.
- d. Potensi perbaikan, perusahaan-perusahaan harus berfokus pada masa depan, memasukkan perilaku-perilaku dan hasil-hasil yang diperlukan untuk mengembangkan karyawan dan dalam proses tersebut dapat mencapai tujuan-tujuan perusahaan.

### 3. Model Penelitian Dan Hipotesis

#### 3.1 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

#### 3.2 Hipotesis

Berdasarkan model penelitian di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

Organisasi dengan karyawan yang memiliki pengetahuan *tacit* terbaik mampu memberikan keunggulan dalam persaingan menghadapi pesaing dengan kualitas SDM yang tidak mudah ditiru (Teece, 2000). Kualitas pengetahuan SDM organisasi menciptakan fleksibilitas dan perencanaan yang lebih baik, kemampuan penyelesaian masalah akan meningkatkan kinerja perusahaan dalam kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen (Youndt & Snell, 2004). Hipotesis pertama penelitian sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Pengetahuan personal berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. SMS.

Penyusunan prosedur kerja yang baik menciptakan alur kerja yang dan struktur organisasi yang akan mengurangi kompleksitas dan efisiensi biaya dalam pemanfaatan berbagai sumber daya organisasi (Choi & Lee, 2002). Struktur pekerjaan yang tersusun dengan baik akan membawa organisasi pada proses kerja yang rapi dan proses kerja terbaik sehingga mampu menciptakan keunggulan bersaing yang lebih baik (Schulz & Jobe, 2001). Hasil-hasil penelitian di atas membawa pada hipotesis kedua penelitian:

H<sub>2</sub>: Prosedur kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. SMS.

Pemanfaatan teknologi informasi mendorong aktifitas karyawan yang lebih efektif dalam berbagai kegiatan dan aktifitas kerja termasuk kinerja pelayanan pada konsumen (Böhnstedt, Scholl, Rensing, dan Steinmetz, 2010). Penelitian menunjukkan bagaimana pemanfaatan teknologi telah mendorong organisasi pada banyak peningkatan kinerja di berbagai bidang kerja, (Wang & Wang, 2012). Konsep di atas membawa peneliti pada hipotesis ke tiga:

H<sub>3</sub>: Teknologi berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. SMS.

Kombinasi dari berbagai sumber daya yang ada meliputi SDM, prosedur kerja yang baik dan efisiensi pemanfaatan teknologi jika dikombinasikan dengan baik maka mampu memberikan nilai tambah yang lebih baik bagi organisasi (Tanriverdi & Venkatraman, 2005), membentuk hipotesis penelitian ke empat:

H<sub>4</sub>: Pengetahuan personal, prosedur kerja, dan teknologi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan di PT. SMS.

## **4. Metode Penelitian**

### **4.1 Rancangan Penelitian, Populasi dan Sampel**

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang sifat-sifat dari suatu keadaan atau objek penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan data dan analisis data kuantitatif serta pengujian hipotesis.

Objek penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk menjelaskan hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal, yaitu hubungan

yang bersifat sebab akibat. Ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan (Y) dan variabel independen adalah pengetahuan personal, prosedur kerja, dan teknologi.

Teknik sampling yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik *probability sampling* yang digunakan penulis adalah *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian dari karyawan di PT. SMS, yaitu sejumlah 60 orang.

#### 4.2 Definisi Operasional Variabel

1. Pengetahuan personal adalah pengetahuan yang diperoleh karyawan PT. SMS berupa pengalaman baik dari kejadian sehari-hari ataupun dari sumber lainnya. Indikator empirik

pengetahuan personal menurut Kosasih dan Budiani (2007:83) :

- a. Setiap karyawan harus memiliki pengalaman kerja minimal 1 tahun di bidangnya.
- b. Karyawan yang berpengalaman cenderung bekerja lebih profesional daripada karyawan yang belum memiliki pengalaman sama sekali.
- c. Pengalaman bukan hanya diperoleh dari diri sendiri tetapi juga dari orang lain.
- d. Mendapatkan pengalaman baru setiap hari.
- e. Pengalaman yang diperoleh memperkaya pengetahuan.
- f. Mengkomunikasikan pengalaman kerja dengan rekan kerja.
- g. Masalah yang dihadapi dapat dijadikan pelajaran yang berharga.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil 7 dari total indikator empirik dari peneliti sebelumnya.

2. Prosedur kerja adalah tanggung jawab atau tugas yang harus dijalankan oleh karyawan PT. SMS berdasarkan *Standard Operation Procedure* (SOP) yang ada dan

sifatnya formal. Indikator empirik prosedur kerja menurut Kosasih dan Budiani (2007:83) :

- a. Dengan adanya SOP pekerjaan menjadi terarah dan terkoordinir.
- b. SOP merupakan sarana komunikasi dalam mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.
- c. SOP dapat menunjukkan tanggung jawab kerja dengan sangat jelas.
- d. Pemahaman mengenai SOP sudah sangat baik.
- e. SOP dapat dijadikan acuan dalam pelaksanaan pelatihan dalam departemen saya.
- f. SOP dalam departemen telah memenuhi standar yang ada.

Dengan menyesuaikan kondisi perusahaan, maka peneliti mengambil 6 dari 10 indikator empirik peneliti sebelumnya.

3. Teknologi adalah media penyebaran informasi yang digunakan untuk mendukung tiap kegiatan kerja di dalam perusahaan. Indikator empirik menurut Lee dan Choi, dalam Lin (2014:1423) :

- a. Organisasi saya telah mengadopsi aplikasi TI bagi

karyawan untuk berkolaborasi dengan rekan-rekan.

- b. Organisasi saya telah mengadopsi aplikasi TI bagi karyawan untuk berkomunikasi dengan rekan-rekan.
- c. Organisasi saya telah mengadopsi aplikasi TI bagi karyawan untuk mencari dan mengakses pengetahuan yang diperlukan.

4. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang dicapai oleh seseorang berdasarkan tuntutan persyaratan-persyaratan pekerjaan. Suatu pekerjaan mempunyai persyaratan tertentu untuk dapat dilakukan dalam mencapai tujuan yang disebut juga sebagai standar pekerjaan (Bangun, dalam Choirina 2014). Standar kinerja dapat dijadikan dasar dalam penilaian setiap pekerjaan. Menurut Bangun dalam Choirina (2014:11), menyebutkan indikator kinerja dalam suatu pekerjaan dapat diukur melalui :

- a. Jumlah pekerjaan
- b. Kualitas pekerjaan
- c. Ketepatan waktu
- d. Kehadiran
- e. Kemampuan kerja sama

Indikator-indikator di atas kemudian dijabarkan dalam bentuk kuesioner. Penilaian dilakukan dengan skoring 1-4 Skala Likert, dimana nilai-nilai pertanyaan mempunyai hubungan dengan kemungkinan jawaban. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan pada instrument penelitian yang dikembangkan.

## 5. Analisis dan Pembahasan

### 5.1 Analisa Deskripsi Reponden

Hasil analisis data profil responden yang diperoleh yaitu laki-laki sebanyak 35 orang (58.3%), responden perempuan sebanyak 25 orang (41.7%), rata-rata responden berada di usia antara 21 – 25 tahun. Prosentase latar belakang pendidikan paling banyak adalah lulusan SMA – sederajat sebanyak 45 orang (75%). Responden dalam penelitian ini paling banyak menjabat sebagai SPG/SPB yakni sebanyak 24 orang (41.7%). Untuk status perkawinan, dalam penelitian ini responden paling banyak belum menikah yaitu sebanyak 34 (56.7%). Rata – rata responden telah bekerja selama 1 – 5 tahun.

### 5.1.1 Analisis Data

Tabel 1

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig
Constant	1.901		.726	.471
(X <sub>1</sub> )	.328	.399	3.337	.002
(X <sub>2</sub> )	.304	.279	2.205	.032
(X <sub>3</sub> )	.089	.054	.450	.655

Sumber : Data diolah (2016)

Ket :

X<sub>1</sub> = Pengetahuan personal

X<sub>2</sub> = Prosedur kerja

X<sub>3</sub> = Teknologi

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_{1t} + b_2X_{2t} + b_3X_{3t} + e_t$$

$$Y = 1.901 + 0.328X_1 + 0.304X_2 + 0.089X_3 + e_i$$

Ket :

Y = Kinerja karyawan

X<sub>1</sub> = Pengetahuan Personal

X<sub>2</sub> = Prosedur kerja

X<sub>3</sub> = Teknologi

b<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi 1

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi 2

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi 3

e<sub>i</sub> = Variabel pengganggu

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Konstanta ( $b_0$ ) = 1.901  
 Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel pengetahuan personal ( $X_1$ ), prosedur kerja ( $X_2$ ) dan teknologi ( $X_3$ ), maka kinerja karyawan ( $Y$ ) hanya akan terbentuk sebesar 1.901.
2. Pengetahuan personal ( $b_1$ ) = 0,328  
 Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap variable pengetahuan personal ( $X_1$ ) meningkat satu-satuan, maka akan meningkatkan pula kinerja karyawan ( $Y$ ) sebesar 0, 328 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Prosedur kerja ( $b_2$ ) = 0,304  
 Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap variabel prosedur kerja ( $X_2$ ) meningkat satu-satuan, maka akan meningkatkan pula kinerja karyawan ( $Y$ ) sebesar 0, 304 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
4. Teknologi ( $b_3$ ) = 0,089  
 Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap variabel teknologi ( $X_3$ ) meningkat satu-satuan, maka akan meningkatkan pula kinerja karyawan ( $Y$ ) sebesar 0,089 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

## 5.2 Uji Hipotesis

### 5.2.1 Koefisien Determinasi

Tabel 2  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adj R Square	Std. Error of the Estimate	DW
1	.602 <sup>a</sup>	.362	.328	1.692	2,204

a. Predictors: (Constant), X3, X2,X1

b. Dependent Variable: Y

Model summary pada kolom R Square adalah koefisien korelasi pearson sebesar 0.328 yang menunjukkan tingkat hubungan yang tinggi antara variabel, sedangkan untuk kolom Durbin-Watson nilainya sebesar 2.204. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  cukup kuat sehingga mencapai 32.8% dan variasi variabel kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan personal, prosedur kerja, dan teknologi sedangkan sisanya sebesar 67.2%, diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji Simultan (F)

Tabel 2  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	91.063	3	30.354	10.606	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	160.271	59	2.862		
Total	251.333	59			

a. Predictors: (Constant), X3, X2,X1

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil uji ANOVA atau F test pada tabel 3 didapat nilai F hitung sebesar 10.606 dengan nilai signifikannya 0.000. Pernyataan probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk mengetahui signifikansi pengetahuan personal, prosedur kerja dan teknologi secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan.

### Uji Parsial (t)

Tabel 4  
Hasil Uji t

Variabel Bebas	T hitung	Sig.
Pengetahuan personal ( $X_1$ )	3.337	.002
Prosedur kerja ( $X_2$ )	2.205	.032
Teknologi ( $X_3$ )	.450	.655

a. Dependent Variable: Y

Pada output regresi menunjukkan bahwa angka signifikansi untuk hipotesis yang ditolak lebih dari 0.05 dan hipotesis yang diterima memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0.05. Hasil dari masing-masing variabel bebas bahwa signifikansi pengetahuan personal ( $X_1$ ) sebesar 0.002 atau lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan personal ( $X_1$ ) terhadap kinerja karyawan (Y), untuk prosedur kerja ( $X_2$ ) dengan signifikansi 0.032

lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara prosedur kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja karyawan (Y). Sedangkan teknologi ( $X_3$ ) dengan signifikansi 0.655 lebih besar dari 0.05 dan dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan antara teknologi ( $X_3$ ) terhadap kinerja karyawan (Y).

### 5.3 Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan pada tabel 4 maka dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pengetahuan personal berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dihipotesiskan, yang berarti menerima  $H_1$ . Hal ini membuktikan bahwa faktor pengetahuan personal berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di PT. SMS. Hasil ini sesuai dengan penelitian Kosasih dan Budiani (2011), Sundiman *et al.* (2014), dan Sundiman dan Putra (2016) yang menyatakan adanya pengaruh yang baik antara prosedur kerja yang diimbangi dengan pengetahuan personal terhadap kinerja karyawan hotel. Individu dan SDM sebagai bagian tidak terlepaskan dari organisasi adalah bagian yang sangat

vital bagi keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi. SDM yang memiliki personal *knowledge* yang baik tentu adalah katalisator yang kuat untuk menciptakan budaya dan perilaku organisasi dalam menghadapi persaingan pasar. Perkembangan pola persaingan global yang sangat cepat menuntut organisasi untuk bisa terus menjaga dan mengembangkan pengetahuan personal SDM nya.

Kemudian untuk  $H_2$  berdasarkan perhitungan secara statistis  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa prosedur kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dihipotesiskan, yang berarti menerima  $H_2$ . Hal ini membuktikan bahwa faktor prosedur kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di PT. SMS. Hasil ini sesuai dengan penelitian Kosasih dan Budiani (2011), yang menyatakan adanya pengaruh yang baik antara prosedur kerja yang diimbangi dengan pengetahuan personal terhadap kinerja karyawan hotel. Prosedur kerja menjadi faktor yang penting bagi keteraturan dalam proses kerja. Prosedur kerja yang

baik memberikan pedoman yang jelas mengenai tata proses aliran informasi dan barang dalam organisasi. Keteraturan aliran informasi dan barang dalam organisasi memberikan efisiensi dan efektifitas kerja dalam organisasi yang berdampak pada kinerja karyawan.

Hipotesis ke-3 hasil analisis dinyatakan tidak signifikan. Hasil uji statistik tersebut menunjukkan bahwa dalam teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan yang dihipotesiskan, yang berarti menolak  $H_3$ . Hal ini membuktikan bahwa faktor teknologi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. SMS. Hal ini dikarenakan PT. SMS, berada di kota yang ekonominya masih berkembang. Dalam praktiknya, teknologi telah diterapkan di PT. SMS, hanya saja untuk saat ini teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Selain itu, pelanggan PT. SMS belum terbiasa dengan perkembangan teknologi informasi dewasa ini. Hal inilah yang membuat teknologi belum berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan di PT. SMS.

## 6. Penutup

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang diperoleh dari penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Pengetahuan personal ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. SMS. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pribadi individu, yang kemudian saling berbagi pengalaman tersebut dapat meningkatkan kinerja karyawan di PT. SMS. Dengan pengalaman yang dimilikinya itulah karyawan dapat mengeksplor lebih luas lagi potensi yang ada di dalam dirinya, yang mana hal ini akan membuat kinerja karyawan tersebut semakin baik.
2. Prosedur kerja ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. SMS. Hal ini menunjukkan penggunaan dan pemanfaatan *Standard Operation Procedure* (SOP) dengan baik, maka akan menghasilkan kinerja karyawan yang baik pula. Hal ini dikarenakan SOP merupakan dasar untuk melakukan kegiatan di perusahaan. Di PT. SMS, SOP telah diterapkan dengan baik sehingga karyawan memiliki suatu acuan dasar untuk

melakukan pekerjaan mereka masing-masing.

3. Teknologi ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. SMS. Skala usaha yang dimiliki PT. SMS, yang masih belum terlalu luas, dan juga sistem penjualan *direct selling* menjadi salah satu faktor teknologi tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini. Dimana sistem *direct selling* merupakan metode penjualan barang dengan cara tatap muka untuk melakukan transaksi jual beli.
4. Pengetahuan personal ( $X_1$ ), prosedur kerja ( $X_2$ ), dan teknologi ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Untuk hipotesis ini, telah dihitung menggunakan tabel ANOVA telah diperoleh F hitung sebesar 10.606.
5. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda bisa disimpulkan bahwa dari tiga variabel yaitu variabel pengetahuan personal, prosedur kerja dan teknologi merupakan variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini. Dimana pengetahuan personal menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi

kinerja karyawan. Selain itu hal tersebut didukung dengan adanya nilai koefisiensi korelasi ( $R^2$ ) sebesar 0.362 atau 36.2% yang menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat dari hubungan pengetahuan personal ( $X_1$ ), prosedur kerja ( $X_2$ ) dan prosedur kerja ( $X_3$ ) terhadap kinerja karyawan, sedangkan 63.8% terdapat di variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 6.2 Saran – saran

Peneliti menyadari adanya kekurangan dalam penelitian ini, agar dapat diperhatikan dalam penelitian selanjutnya.

1. Pengetahuan akan prosedur kerja hendaknya diimbangi dengan

pengetahuan personal yang baik dari setiap karyawan.

2. Pihak PT. SMS diharapkan untuk terus mampu menggali potensi yang ada pada masing-masing individu yang ada di perusahaan. Dan juga mampu mempertahankan serta meningkatkan mutu SOP yang berlaku sekarang.
3. Pihak PT. SMS diharapkan dapat memperhatikan segi teknologi yang saat ini belum berpengaruh signifikan.
4. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 orang, jumlah ini relatif masih kecil. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambah jumlah sampel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alavi, M., & Leidner, D.E. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107–136.
- Beijerse, R.P. uit (2000). Knowledge management in small and medium-sized companies: knowledge management for entrepreneurs. *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 162-179.

- Böhnstedt, D., Scholl, P., Rensing, C., & Steinmetz, R. (2010). Enhancing an environment for knowledge acquisition based on web resources by automatic tag type identification. *In Proceedings of international conference on computeraided learning* (h.380–389). Hasselt, Belgium.
- Choi, B., & Lee, H. (2002). Knowledge management strategy and its link to knowledge creation process. *Expert Systems with Applications*, 23(3), 173–187.
- Choirina, F. D. (2014). *Analisis pengaruh praktek knowledge management dalam memediasi dukungan information technology terhadap kinerja karyawan*. Tesis. Universitas Diponegoro, Indonesia.
- Davenport, T.H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press. Cambridge, MA.
- Joshi, H., Chawla, D., & Farooque, J. A. (2014). Segmenting knowledge management (KM) practitioners and its relationship to performance variation – Some empirical evidence. *Journal of Knowledge Management*, 18(3), 469–493. <http://doi.org/10.1108/JKM-10-2013-0380>
- Ooi, K.B. (2014). TQM: A facilitator to enhance knowledge management? A structural analysis. *Expert Systems with Applications*, 41, 5167–5179.
- Kogut, B., & Zander, U. (1992) Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3(3), 383–397.
- Kosasih, N., & Budiani, S. (2007). Pengaruh knowledge management terhadap kinerja karyawan: Studi kasus departemen front office Surabaya Plaza Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(2).
- Lee, M. R., & Lan Y.C. (2011). Toward a unified knowledge management model for SMEs. *Expert Systems with Applications*, 38(1), 729-735.

- Lin, H.F. (2014). Contextual factors affecting knowledge management diffusion in SMEs. *Industrial Management and Data Systems* 2014, 114, 1415–1437.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2635068>
- Schulz, M., & Jobe, L. A. (2001). Codification and tacitness as knowledge management strategies: An empirical exploration. *Journal of High Technology Management Research*, 12(1), 139–165.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta: Bandung.
- Sundiman, D., Idrus, M.S., Troena, E.A., & Rahayu, M. (2013). The role of knowledge management on individual, the community and the organization. *International Organization of Scientific Research Journal of Business and Management*, 7(1), 47-54.
- Sundiman, D., & Idrus., M. S. (2015). Confucianism ethic, Guanxi, and acculturation role on the knowledge transfer process of Chinese descendant in Indonesia. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 6 (3), 261-278.
- Sundiman, D., & Putra., S.S. (2016). Knowledge management role on creating service excellence: Case study on building materials supermarket in the city of Sampit-Indonesia. *Proceedings of the The 11th International Knowledge Management in Organizations Conference on The changing face of Knowledge Management Impacting Society*. ACM, 2016.
- Tanriverdi, H., & Venkatraman, N. (2005). Knowledge relatedness and the performance of multibusiness firms. *Strategic Management Journal*, 26(2), 97–119.
- Teece, D. J. (2000). Strategies for managing knowledge assets: The role of firm structure and industrial context. *Long Range Planning*, 33(1), 35–54.

Trihendradi, C. (2011). *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 19*. Yogyakarta: Andi Offset.

Voon-Hsien Lee, Lai-Ying Leong, Teck-Soon Hew, Keng-Boon Ooi, (2013), "Knowledge management: a key determinant in advancing technological innovation?", *Journal of Knowledge Management*, 17(6), 848-872. <http://dx.doi.org/10.1108/JKM-08-2013-0315>

Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899–8908.

Youndt, M. A., & Snell, S. A. (2004). Human resource configurations, intellectual capital, and organizational performance. *Journal of Managerial Issues*, 16(3), 337–360.

# PENGARUH KARAKTERISTIK KOMITE AUDIT, KEAHLIAN KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEMUNGKINAN KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN

Bambang Leo Handoko<sup>1)</sup>, Kinanti Ashari Ramadhani<sup>2)</sup>

Universitas Bina Nusantara, Jakarta

<sup>1)</sup>e-mail: bambang@binus.ac.id

<sup>1)</sup>e-mail: kinanti.ramadhani@binus.ac.id

## **ABSTRACT**

*Related to the fraudulent of financial statements by PT. Kimia Farma, Indosat, and others, so this research would detected fraud committed by company. The purpose of this research is to find influence audit committee independent, financial expertise audit committee and the size of the company against possible fraudulent of financial statements in manufacturing companies listed on the Indonesian Stock Exchange period 2013-2015. The possibility of fraudulent of financial statements measured by Beneish M-score. The quantitative research with the methodology associative and technical using regression analyzing logistic (logistic regression). 82 company chosen used technique purposive sampling and use secondary data. The result showed audit committee independent and the size of the company no effect on the possibility fraudulent of financial statements and financial expertise audit committee an influence on the possibility fraudulent of financial statements*

*Keywords: independent audit committee, audit committee financial expertise, the size of company, and the possibility of fraudulent financial report*

## **ABSTRAK**

Terkait kasus kecurangan laporan keuangan yang dilakukan PT. Kimia Farma, Indosat dan lain-lain maka penelitian ini akan mendeteksi kecurangan yang dilakukan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komite audit independen, keahlian keuangan komite audit dan ukuran perusahaan terhadap kemungkinan kecurangan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Kemungkinan kecurangan laporan keuangan diukur melalui Beneish M-score. Jenis penelitiannya kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif dan teknis analisis datanya menggunakan regresi logistik (*logistic regression*). 82 perusahaan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan komite audit independen dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada kemungkinan kecurangan laporan keuangan sedangkan keahlian keuangan komite audit berpengaruh pada kemungkinan kecurangan laporan keuangan.

Kata Kunci: komite audit independen, keahlian keuangan komite audit, ukuran perusahaan, dan kemungkinan kecurangan laporan keuangan

## 1. Pendahuluan

Perusahaan industri manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dan suatu medium proses untuk mengubah bahan menjadi barang jadi untuk dijual. Barang jadi yang dijual dalam hal ini adalah barang jadi yang dijual kepada pelanggan dalam jumlah yang besar. Dengan kegiatan yang dilakukan, industri manufaktur secara langsung berkontribusi pada pendapatan suatu negara. Sehingga akan lebih banyak timbulnya resiko kecurangan (fraud).

Industri manufaktur yang terdapat di Indonesia merupakan industri yang didominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan dalam industri manufaktur tersebut dikelompokkan menjadi beberapa sub sektor industri diantaranya sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi. Banyaknya perusahaan dalam industri dan kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan antar perusahaan.

Terbukti dengan pernyataan Kementerian Perindustrian yang menyatakan bahwa sepanjang tahun 2015 kinerja industri manufaktur

mencapai Rp 2.097,71 triliun atau berkontribusi 18,1% terhadap PDB nasional, dengan sumbangan terbesar dari sektor makanan dan minuman, barang logam, alat angkutan serta industri kimia, farmasi, dan obat tradisional. Angka tersebut meningkat di bandingkan dengan tahun sebelumnya yakni senilai Rp 1.884 triliun atau memberikan kontribusi 17,8% terhadap PDB nasional.

Persaingan yang timbul membuat setiap perusahaan berusaha meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan seperti laba yang tinggi. Sehingga memungkinkan setiap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam melakukan manipulasi dalam laporan keuangan mereka.

Salah satu sample dari adanya kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan industri manufaktur yaitu adanya praktik perataan laba oleh PT. Kimia farma. PT. Kimia farma adalah produsen obat-obatan milik pemerintah di Indonesia, diduga PT. Kimia farma melakukan manipulasi laba bersih dalam laporan keuangan tahun 2001 dalam laporan keuangan tersebut PT. Kimia farma menghasilkan laba sebesar Rp. 132 Miliar. Tetapi kecurangan tersebut

akhirnya terbongkar juga, karena setelah dilakukan audit ulang, pada 3 Oktober 2002 dalam laporan keuangan yang baru, keuntungan PT. Kimia farma yang sebenarnya hanya sebesar Rp 99,56 miliar, atau lebih rendah sebesar Rp 32,6 milyar, atau 24,7% dari laba awal yang dilaporkan Diduga PT. Kimia farma melakukan kecurangan dengan menaikkan laba itu adalah untuk menarik minat investor agar menanamkan modalnya di PT. Kimia Farma (Davidparsaoran, 2009).

Menurut Holmes *et al.* (dalam Nurharyanto, 2011:110) tindak kecurangan (*fraud*) adalah suatu salah saji dari suatu fakta bersifat material yang diketahui tidak benar atau disajikan dengan mengabaikan prinsip-prinsip kebenaran, dengan maksud menipu terhadap pihak lain dan mengakibatkan pihak lain tersebut dirugikan. Tindak kecurangan atas laporan keuangan mencakup perbuatan kesalahan yang disengaja atas nilai keuangan tertentu untuk menghasilkan suatu tampilan keuntungan yang lebih baik guna mengelabui atau mengecoh pemegang saham maupun kreditor (Nurharyanto, 2011:110).

Kecurangan pada laporan keuangan yang mungkin terjadi didalam

perusahaan terhadap laporan keuangan dapat di hindari oleh perusahaan dengan di bentuknya Komite Audit (*Audit Commite*). Di Indonesia pemerintah mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 /POJK.04/2015 yang menjelaskan pengertian komite audit sebagai berikut : “Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris”. Komite audit juga dibentuk untuk membantu dalam mengawasi Direksi dan Tim Manajemen, serta memastikan penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Anggota dan Ketua Komite Audit bersifat independen dan tidak memiliki koneksi keuangan dengan Perseroan selain dari remunerasi yang diterima. Selain itu, mereka juga tidak memiliki hubungan keluarga ataupun bisnis dengan anggota Dewan Komisaris atau Direksi atau pemegang saham mayoritas lain. Kamarudin dan Wan (2014) menyatakan bahwa perusahaan terlibat dalam penipuan pelaporan keuangan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk menyewa lebih banyak direksi independen untuk komite audit mereka daripada perusahaan lain dan Kartika dan

Sudarno (2014) menyatakan pengalaman pra komite audit memiliki kecenderungan lebih mudah dalam pendeteksian kecurangan pelaporan keuangan sehingga Komite Audit independen yang diukur dengan pengungkapan kecurangan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Sedangkan Prasetyo (2014) menyatakan bahwa pembentukan komite audit independen oleh perusahaan mungkin hanya dilakukan untuk memenuhi regulasi saja dan Dwiputri (2013) menyatakan komite audit tidak dibentuk dengan kesadaran sukarela oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan tata kelola internal perusahaan yang baik, tetapi dikarenakan adanya ketentuan undang-undang yang mengharuskan adanya komite audit dalam perusahaan sehingga Komite Audit independen yang diukur dengan pengungkapan kecurangan laporan keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan.

Selain anggota Komite Audit yang bersifat independensi, Komite Audit juga harus memiliki keahlian di bidang keuangan atau memiliki latar belakang akuntansi. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55

/POJK.04/2015, anggota komite audit disyaratkan independen dan sekurang-kurangnya ada satu orang yang memiliki kemampuan di bidang akuntansi atau keuangan. Selain itu anggota komite audit wajib memahami laporan keuangan, bisnis perusahaan khususnya yang terkait dengan layanan jasa atau kegiatan usaha emiten atau perusahaan publik, proses audit, manajemen risiko, dan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal serta peraturan perundang-undangan terkait lainnya. Anisa dan Andri (2012) dan Prasetyo (2014) mengungkapkan ketika semakin banyak anggota komite audit yang memiliki keahlian keuangan dan akuntansi maka akan semakin efektif dalam mengurangi terjadinya kecurangan pelaporan keuangan sehingga keahlian keuangan Komite Audit yang diukur dengan pengungkapan kecurangan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Sedangkan Mustafa dan Nourhene (2012) yang mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa keahlian akuntansi anggota komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap penyalahgunaan asset. karena pertama, komite menghabiskan waktu yang relatif singkat meninjau laporan keuangan perusahaan

dan kontrol. Oleh karena itu, mungkin tidak mungkin bahwa bahkan anggota dengan keahlian dapat menemukan penyimpangan akuntansi. Kedua, kehadiran anggota dengan keahlian dapat menyebabkan anggota lain menjadi kurang waspada.

Besar kecilnya ukuran perusahaan juga dinilai dapat mempengaruhi terjadinya kecurangan dari sebuah laporan keuangan. Terdapat dua pandangan mengenai ukuran perusahaan terhadap kecurangan dari sebuah laporan keuangan. Pertama ukuran perusahaan yang kecil dianggap lebih banyak melakukan praktik manajemen laba dalam hal ini yaitu tindakan kecurangan laporan keuangan, daripada perusahaan besar. Hal ini dikarenakan perusahaan kecil cenderung ingin memperlihatkan kondisi perusahaan yang selalu berkinerja baik agar investor menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat (Nasution & Setiawan, 2007: 10).

Akan tetapi, pandangan kedua menurut Watts and Zimmerman (1990) dalam Jao (2011:44) memandang ukuran perusahaan mempunyai positif terhadap manajemen laba menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan besar yang memiliki biaya politik tinggi lebih cenderung memilih metode akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil. Prasetyo (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan pengungkapan kecurangan laporan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Kamarudin dan Wan (2014), Lestari dan Wiwin (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan pengungkapan kecurangan laporan keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan menunjukkan hasil penelitian yang berbeda-beda. Peneliti ingin meneliti kembali pengaruh dari komite audit independen, keahlian keuangan komite audit, dan ukuran perusahaan terhadap kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Kamaruddin dan Wan (2014) yang menggunakan sampel perusahaan yang

terdaftar di Bursa Malaysia periode 2005- 2010. Variabel kemungkinan kecurangan laporan keuangandiukur menggunakan perhitungan Beneish M-score. Sedangkan variabel komite audit independen, keahlian keuangan komite audit serta ukuran perusahaan diukur dari laporan komite audit dan total asset. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian dari Kamaruddin dan Wan (2014) yaitu periode yang dipakai antara tahun 2013-2015, menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan menambahkan variabel ukuran perusahaan.

Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui komite audit independen, keahlian keuangan kmite audit dan ukuran perusahaan dalam mempengaruhi kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Manfaat yang ingin dicapai yaitu (1) dapat menambah pengetahuan dan wawasan, serta melatih penulis dalam menerapkan teori yang telah didapat di bangku kuliah; (2) dapat meningkatkan kemampuan untuk berpikir kritis terhadap permasalahan yang terjadi dibidang finansial perusahaan; dan (3) dapat digunakan sebagai evaluasi mengenai seberapa penting keberadaan Komite Audit dalam

mengurangi kecurangan Pelaporan Keuangan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2013-2015.

## **2. Kajian Literatur**

### **2.1 Perusahaan dan Ukuran perusahaan**

Menurut Molengraaff dalam Sekaran (2013:31-32) Pengertian Perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, untuk memperoleh penghasilan, bertindak keluar, dengan cara memperdagangkan, menyerahkan atau mengadakan perjanjian-perjanjian perdagangan. Pengertian perusahaan disini tidak mempersoalkan tentang perusahaan sebagai badan usaha, namun justru perusahaan sebagai perbuatan, jadi terkesan hanya meliputi kegiatan usaha.

Menurut Polak dalam Sekaran (2013:32), pengertian perusahaan dari sudut komersil artinya baru dikatakan perusahaan apabila diperlukan perhitungan laba rugi yang dapat diperkirakan dan dicatat dalam pembukuan. Yang dimaksud dengan Laba adalah tujuan utama dari setiap perusahaan, jika tidak demikian berarti bukan perusahaan dan tidak mempersoalkan perusahaan sebagai badan usaha.

Sebuah perusahaan dapat diukur dari berbagai metode atau cara antara lain dinyatakan dengan total aktiva, nilai pasar saham, total income dan lain-lain. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, antara lain jumlah karyawan, total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Pengukuran dengan menggunakan total aset digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai pasar dan penjualan (Dwikusumowati, 2013:2-3).

## 2.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) dipopulerkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1996. Menurut Scott (2012:335-336) dia menjelaskan bahwa teori keagenan adalah cabang dari “*game theory*” yang mempelajari bentuk kontrak untuk memotivasi pemikiran manager (*agent*) agar bertindak atas nama pemegang saham (*principal*) ketika terjadinya konflik kepentingan manager (*agent*) yang berbeda dengan para pemegang saham (*principal*). Menurut Wiyarsi (2012:8-9) Salah satu asumsi

utama dari teori keagenan bahwa tujuan *principal* dan tujuan *agen* yang berbeda dapat memunculkan konflik karena manajer perusahaan cenderung untuk mengejar tujuan pribadi, hal ini dapat mengakibatkan kecenderungan manajer untuk memfokuskan pada proyek dan investasi perusahaan yang menghasilkan laba yang tinggi dalam jangka pendek daripada memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui investasi di proyek-proyek yang menguntungkan jangka panjang.

Menurut Vidyantie dan Handayani (2006) dalam Imanta (2011:69-70), teori keagenan mengasumsikan bahwa setiap individu dalam perusahaan hanya bertindak atas dasar kepentingan mereka masing-masing. Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepat-cepatnya atas investasi mereka, yang salah satunya tercermin dengan kenaikan porsi dividen dari tiap saham yang dimiliki. Sedangkan *agent* diasumsikan termotivasi untuk meningkatkan insentif atau kompensasi yang diperoleh dari setiap kemampuan yang telah dikeluarkan.

Sehingga dapat dikatakan bahwa perbedaan kepentingan antara manager (*agent*) dengan pemegang saham

(*principal*) terjadi ketika manager melakukan manipulasi atau kecurangan pada laporan keuangan dengan menaikkan atau menurunkan laba perusahaan untuk kepentingan sendiri.

### 2.3 Komite Audit Independen

Yang di maksud dalam komite audit independen adalah anggota komite adudit bekerja secara independen yang tidak terkait dengan perusahaan dimana anggota tersebut bekerja. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/POJK.04/2015 menyatakan persyaratan independen yaitu:

1. Anggota Komite Audit paling kurang terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari luar Emiten atau Perusahaan Publik.
2. Bukan merupakan orang dalam Kantor Akuntan Publik, Kantor Konsultan Hukum, atau pihak lain yang memberikan jasa audit, jasa non audit dan atau jasa konsultasi lain kepada Emiten atau Perusahaan Publik yang bersangkutan dalam waktu 6 (enam) Bulan terakhir sebelum diangkat oleh Komisaris.
3. Bukan merupakan orang yang mempunyai wewenang dan tanggungjawab untuk merencanakan, memimpin, atau mengendalikan kegiatan Emiten atau Perusahaan Publik dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir sebelum diangkat oleh Komisaris, kecuali Komisaris Independen.
4. Tidak mempunyai saham baik langsung maupun tidak langsung pada Emiten atau Perusahaan Publik. Dalam hal anggota Komite Audit memperoleh saham akibat suatu peristiwa hukum maka dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah diperolehnya saham tersebut wajib mengalihkan kepada pihak lain.
5. Tidak mempunyai : a) Hubungan keluarga karena perkawinan dan keturunan sampai derajat kedua, baik secara horizontal maupun vertical dengan Komisaris, Direksi, atau Pemegang Saham Utama Emiten atau Perusahaan Publik. b) Tidak memiliki hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha Emiten atau Perusahaan Publik.

Beberapa penjelasan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa Independensi adalah suatu sikap yang tidak memihak atau berdiri sendiri. Dalam hal ini yang berarti seorang anggota Komite Audit haruslah tidak di kendalikan ataupun terpengaruh oleh pihak lainnya yang berkepentingan. Dan tidak merangkap pekerjaan dalam satu perusahaan.

#### **2.4 Keahlian Keuangan Komite Audit**

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 /POJK.04/2015, anggota komite audit disyaratkan independen dan sekurang-kurangnya ada satu orang yang memiliki kemampuan di bidang akuntansi atau keuangan. Selain itu anggota komite audit wajib memahami laporan keuangan, bisnis perusahaan khususnya yang terkait dengan layanan jasa atau kegiatan usaha Emiten atau Perusahaan Publik, proses audit, manajemen risiko, dan peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal serta peraturan perundang-undangan terkait lainnya.

New York Stock Exchange dalam standarnya mensyaratkan semua anggota komite audit dapat membaca laporan keuangan dan sekurang-kurangnya ada satu orang yang memiliki keahlian di

bidang akuntansi atau keuangan. NYSE yakin keberadaan ahli akuntansi atau keuangan akan memberdayakan komite audit untuk melakukan penilaian secara independen atas informasi yang diterimanya, mengenali permasalahan dan mencari solusi yang tepat.

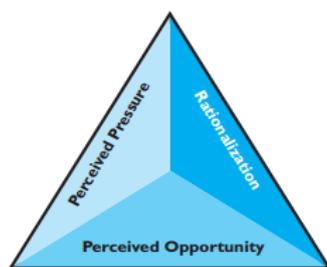
#### **2.5 Kecurangan (*Fraud*)**

Kecurangan (*fraud*) terdiri dari berbagai bentuk dan cara, serta banyak sekali para ahli yang mendefinisikan *fraud*. Berikut ini merupakan definisi *fraud* menurut para ahli. Definisi *fraud* menurut Tuanakotta (2013:28) ialah: “Penipuan ialah setiap tindakan ilegal yang ditandai dengan tipu daya, penyembunyian atau pelanggaran kepercayaan.” Tindakan ini tidak tergantung pada penerapan ancaman kekerasan atau kekuatan fisik. Penipuan yang dilakukan oleh individu, dan organisasi untuk memperoleh uang, kekayaan atau jasa; untuk menghindari pembayaran atau kerugian jasa; atau untuk mengamankan keuntungan bisnis pribadi.”

Definisi *fraud* menurut Johnstone *et al.* (2014:34) ialah “Penipuan adalah tindakan disengaja yang melibatkan pelaku penipuan yang menghasilkan bahan salah saji laporan keuangan.”

Definisi *fraud* menurut Arens *et al.* (2012:336-337) ialah: “Penipuan didefinisikan sebagai salah saji laporan keuangan yang disengaja.”

Kecurangan (*fraud*) pada dasarnya tidak begitu saja terjadi dalam suatu perusahaan. Namun *fraud* dapat terjadi karena berbagai penyebab dan kemungkinan yang dijadikan alasan untuk melakukan tindakan *fraud*. Berikut ini teori yang saya gunakan sebagai referensi untuk melihat bagaimana *fraud* itu bisa terjadi.



Gambar 2.1 Segitiga *Fraud* (*Fraud Triangle*)

Sumber : W. Steve Albrecht *et.al* (2012)

Segitiga *Fraud* (*Fraud Triangle*) menurut W. Steve Albrecht *et.al* (2012:36-49) terdiri dari tiga kondisi yang umumnya hadir pada saat *fraud* terjadi:

1. *Insentif* atau tekanan untuk melakukan *fraud* (*pressure*)

Tekanan adalah motivasi individu untuk melakukan penipuan atas nama mereka sendiri.

2. Peluang atau kesempatan untuk melakukan *fraud* (*opportunity*)

Sebuah kesempatan yang dirasakan untuk melakukan penipuan, menyembunyikan, atau menghindari dihukum adalah elemen kedua dari *Fraud Triangle*.

3. Dalih untuk membenarkan tindakan *fraud* (*rationalization*)

Pelaku penipuan memerlukan rasionalisasi agar tindakan mereka dapat diterima. Rasionalisasi Dennis adalah dua: (1) ia tidak percaya apa yang dia lakukan adalah "ilegal," meskipun ia mengakui itu bukan tindakan yang etis; dan (2) ia percaya ia akan mendapatkan warisan dan mampu membayar kembali uangnya. Dalam pemikirannya, dia hanya pinjaman, dan sementara metodenya pinjaman itu mungkin etis, karena ia akan membayar hutang.

*Fraud* yang ada dalam pelaporan keuangan terjadi dengan menggunakan berbagai cara dan bentuk. Dimana seorang auditor akan terkecoh dalam melakukan pemeriksaan terhadap hal tersebut. Berikut merupakan bentuk-bentuk *fraud* menurut para ahli. Menurut Johnstone *et al.* (2014:34-35) bentuk *fraud* terdiri dari:

1. *Misstatements Arising From Misappropriation of Assets* (Salah saji Timbul Dari Penyalahgunaan Aset)

Penyalahgunaan aset terjadi ketika pelaku mencuri atau menyalahgunakan suatu aset organisasi. Penyelewengan aset adalah skema penipuan yang dominan dilakukan terhadap usaha kecil dan para pelaku biasanya karyawan. Penyalahgunaan aset biasanya terjadi ketika karyawan:

- a. Mendapatkan akses ke uang tunai dan memanipulasi akun untuk menutupi pencurian kas.
- b. Memanipulasi pengeluaran kas melalui perusahaan palsu.
- c. Mencuri persediaan atau aset lain dan memanipulasi catatan keuangan untuk menutupi penipuan.

2. *Misstatements Arising from Fraudulent Financial Reporting* (Salah saji Transaksi Penipuan Pelaporan Keuangan)

Manipulasi secara sengaja terhadap laporan hasil keuangan dengan mengutarakan kondisi ekonomi organisasi yang salah pada pelaporan keuangan. Tiga cara umum kondisi penipuan laporan keuangan dapat terjadi antara lain:

- a. Manipulasi, pemalsuan, atau perubahan catatan akuntansi atau mendukung dokumen
- b. Keliru atau kelalaian dari peristiwa, transaksi, atau informasi orang penting lainnya
- c. Penyalahgunaan disengaja prinsip akuntansi

## 2.6 Pengaruh Komite Audit Independen Terhadap Kemungkinan Kecurangan Pelaporan Keuangan

Dalam hubungan antara agen dan prinsipal, akan timbul masalah jika terdapat informasi yang asimetri (*information asymetry*). Scott (2009:234-235) menyatakan apabila beberapa pihak yang terkait dalam transaksi bisnis lebih memiliki informasi daripada pihak lainnya, maka kondisi tersebut dikatakan sebagai asimetri informasi. Asimetri informasi dapat berupa informasi yang terdistribusi dengan tidak merata diantara manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*), serta tidak mungkinnya prinsipal untuk mengamati secara langsung usaha yang dilakukan oleh agen. Hal ini menyebabkan agen cenderung melakukan perilaku yang tidak semestinya (*disfunctional behaviour*). Salah satu *disfunctional*

*behaviour* yang dilakukan manajemen (*agent*) adalah memanipulasian data dalam laporan keuangan agar sesuai dengan harapan pemegang saham (*principal*) meskipun laporan tersebut tidak menggambarkan kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Menurut Kamarudin dan Wan (2014:508-509) mengemukakan bahwa seorang anggota komite audit independen yang ditunjuk oleh dewan adalah seseorang yang tidak memiliki hubungan pribadi atau keuangan dengan perusahaan dan eksekutif puncaknya. Sebuah organisasi yang memiliki komite audit sepenuhnya independen akan mampu mengurangi manipulasi laba. Komite audit independen lebih efektif daripada komite tanpa independensi dalam menjalankan tugasnya untuk mencegah kesalahan oleh eksekutif puncak dalam organisasi. Maka dari itu, tersusun hipotesis:

H<sub>1</sub>: Komite Audit Independen berpengaruh signifikan terhadap Kecurangan Pelaporan Keuangan

## **2.7 Pengaruh Keahlian Keuangan Komite Audit Terhadap Kemungkinan Kecurangan Pelaporan Keuangan**

Sesuai dengan teori keagenan (*theory agency*), untuk dapat menurunkan asimetri informasi dan menjembatani kepentingan manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*), Komite Audit harus memiliki kemampuan yang memadai untuk meningkatkan efektivitasnya. Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 /POJK.04/2015 yang menyatakan bahwa anggota Komite Audit wajib memiliki paling sedikit 1 (satu) anggota yang berlatar belakang pendidikan dan keahlian di bidang akuntansi dan keuangan. Hal ini di maksudkan agar anggota Komite audit mampu memeriksa dan menganalisis informasi keuangan.

Raghunandan *et al.* (2001) dalam Prasetyo (2014:4), menemukan bahwa komite audit terdiri dari setidaknya satu anggota memiliki latar belakang keuangan atau akuntansi lebih cenderung untuk (1) mengadakan pertemuan lebih lama dengan kepala auditor internal; (2) menyediakan akses pribadi untuk kepala auditor internal; dan (3) memeriksa proposal audit internal dan hasil-hasil

audit internal. Maka dari itu, tersusun hipotesis:

H<sub>2</sub>: Keahlian Keuangan Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap Kecurangan Pelaporan Keuangan

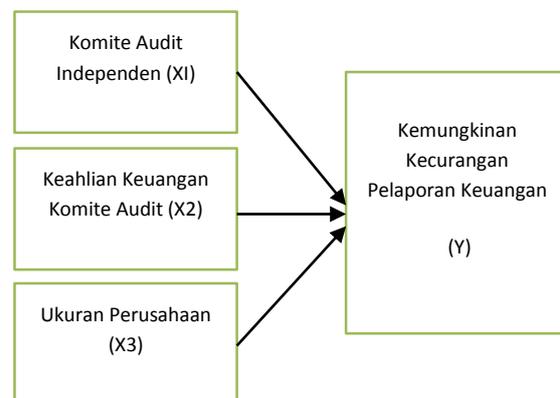
## 2.8 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kemungkinan Kecurangan Pelaporan Keuangan

Terjadinya asimetri informasi antara manajemen (*agent*) dan pemegang saham (*principal*) yang terjadi didalam perusahaan salah satunya dapat didasari dengan ukuran dari sebuah perusahaan. Perusahaan yang besar lebih cenderung memiliki jumlah transaksi dan informasi yang lebih luas sedangkan perusahaan yang kecil lebih cenderung memiliki transaksi dan informasi yang lebih sempit. Artinya sebuah perusahaan dengan ukuran yang besar dapat meningkatkan asimetri informasi yang terjadi di bandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil.

Wallace *et al.* (1994) dalam Devi dan Ketut (2014:477) ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kelengkapan pengungkapan laporan keuangannya. Perusahaan yang berukuran besar cenderung lebih banyak mengungkapkan

butir-butir laporan keuangannya karena mereka memiliki lebih banyak informasi yang dapat diungkapkan di bandingkan perusahaan berukuran kecil. Maka dari itu, tersusun hipotesis:

H<sub>3</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kecurangan Pelaporan Keuangan



## 3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini pengukuran variabel dependen yaitu kemungkinan kecurangan keuangan menggunakan variabel dikotomus (*dhicotomous*) dimana variabel dikotomus hanya menggunakan angka 1 dan 0. Penggunaan variabel dikotomus dalam variabel dependen disebabkan perhitungan variabel yang menggunakan rumus Beneish M-score untuk setiap penelitian dan adanya kriteria dalam pengambilan sample. Sehingga perusahaan yang terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan ditandai

dengan nilai 1 dan perusahaan yang terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan ditandai dengan nilai 0. Metode penelitian ini menggunakan Regresi Logistik disebabkan pengukuran data variabel dikotomis pada variabel dependen akan lebih akurat dibandingkan dengan menggunakan metode regresi yang lain.

### 3.1 Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif (data berupa angka) dengan data yang diperoleh merupakan data sekunder. Dimana data diperoleh dari sumber yang telah tersedia yaitu di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Sifat penelitian pengujian hipotesis, karena pengujian hipotesis biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu. Dalam penelitian ini objek penelitian yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2015. Data yang digunakan yaitu laporan tahunan yang di publikasi setiap tahunnya. Data yang digunakan dalam laporan tahunan yaitu terkait dengan laporan komite audit dan total asset perusahaan.

### 3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sample

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015. Sedangkan pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria.

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Karena untuk menggunakan penghitungan M-score diperlukan data tahun sebelumnya
2. Perusahaan yang diindikasikan melakukan kecurangan adalah ketika perusahaan tersebut memiliki nilai Beneish M Score  $> -2.22$  selama 2 tahun berturut-turut.
3. Perusahaan yang menggunakan mata uang Rupiah (Rp) dalam laporan keuangannya
4. Perusahaan yang memiliki laporan yang lengkap mengenai Komite Audit
5. Perusahaan yang mempunyai laporan keuangan yang lengkap setiap tahunnya (*annual report*)

### 3.3 Definisi Operasi Variabel

Dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kecurangan. Dalam penelitian ini, kecurangan dikhususkan kecurangan atas laporan keuangan. Terdapat dua kategori yaitu perusahaan yang melakukan kecurangan (*fraud*) dan perusahaan yang tidak melakukan kecurangan (*non fraud*). Perusahaan dikategorikan melakukan kecurangan apabila memiliki Beneish M-Score  $> -2.2$  yakni perusahaan diindikasikan melakukan manipulasi atas pendapatannya. Variabel ini diukur menggunakan variabel dikotomus dengan kategori 1 bagi perusahaan yang diindikasikan melakukan kecurangan dan 0 bagi perusahaan yang tidak diindikasikan melakukan kecurangan. Rumus yang digunakan (Gaspersz, 2013:65-67)

Rumus 1:

$$\text{Beneish M-Score} = -4,840 + 0,920 \text{ DSRI} + 0,528 \text{ GMI} + 0,404 \text{ AQI} + 0,892 \text{ SGI} + 0,115 \text{ DEPI} - 0,172 \text{ SGAI} - 0,327 \text{ LVGI} + 4,697 \text{ TATA.}$$

#### 2. Variabel Independen

##### a. Komite Audit Independen

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 /POJK.04/2015, independensi dari setiap anggota komite audit diukur dengan persyaratan:

- 1) Bukan merupakan orang dalam Kantor Akuntan Publik, Kantor Konsultan Hukum, Kantor Jasa Penilai Publik atau pihak lain yang memberi jasa *assurance*, jasa *non-assurance*, jasa penilai dan/atau jasa konsultasi lain kepada Emiten atau Perusahaan Publik yang bersangkutan dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir.
- 2) Tidak mempunyai saham langsung maupun tidak langsung pada Emiten atau Perusahaan Publik;
- 3) Dalam hal anggota Komite Audit memperoleh saham Emiten atau Perusahaan Publik baik langsung maupun tidak langsung akibat suatu peristiwa hukum, maka saham tersebut wajib dialihkan kepada pihak lain dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah diperolehnya saham tersebut.
- 4) Tidak mempunyai hubungan Afiliasi dengan anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, atau Pemegang

Saham Utama Emiten atau Perusahaan Publik tersebut; dan

5) Tidak mempunyai hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha Emiten atau Perusahaan Publik tersebut.

Independensi dimaksudkan untuk memelihara integritas serta pandangan yang objektif dalam laporan serta penyusunan rekomendasi yang diajukan oleh komite audit, karena individu yang independen cenderung lebih adil dan tidak memihak serta obyektif dalam menangani suatu permasalahan. Independensi komite audit pada penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator persentase anggota komite audit yang independen terhadap jumlah seluruh anggota komite audit.

$$\text{Independensi Komite Audit} = \frac{\text{Jumlah Anggota Komite Audit Independen}}{\text{Jumlah Anggota Komite Audit}}$$

b. **Keahlian Keuangan Komite Audit**

Keahlian keuangan Komite Audit diukur berdasarkan latar belakang pengetahuan dan pengalaman di bidang keuangan yang dimiliki. Pengukuran pengetahuan berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.

55/POJK.04/2015 yang menyebutkan bahwa wajib memiliki paling kurang satu anggota yang berlatar belakang pendidikan dan keahlian di bidang akuntansi dan/atau keuangan. penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator persentase anggota keahlian keuangan komite audit terhadap jumlah seluruh anggota komite audit.

$$\text{Keahlian Keuangan Komite Audit} = \frac{\text{Jumlah Anggota Keahlian Keuangan}}{\text{Jumlah Anggota Komite Audit}}$$

c. **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan (*SIZE*) adalah besar kecilnya perusahaan. Pada penelitian ini ukuran perusahaan diukur dari jumlah total aset perusahaan sampel. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Secara matematis ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{SIZE} : \text{Logaritma natural of Total Asset}$$

### 3.1 Metode Analisis Data

Pengujian untuk hipotesis penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi logistik. Yang dilakukan dalam pengujian regresi logistik yaitu

Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*), Menguji Kelayakan Model Regresi, Menguji koefisien determinasi, Matriks Klasifikasi, Uji Multikorelitas, dan Menguji Koefisien Regresi. Ghazali (2013:333-343)

### 3.2 Analisis Regresi Logistik

Untuk mengukur pengaruh Komite Audit independen, keahlian keuangan Komite Audit dan ukuran perusahaan terhadap kemungkinan kecurangan laporan keuangan dilakukan analisis regresi logistik. Model regresi logistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{FRAUD} = \alpha + \beta_1 \text{INDEPEDENCE} + \beta_2 \text{COMPETENCE} + \beta_3 \text{SIZE} + \varepsilon$$

Keterangan:

FRAUD : Dinilai dari hasil formulasi Beneish M Score Model Perusahaan yang memiliki M-Score >-2,2 diindikasikan melakukan kecurangan (1) dan M-Score < -

2,2 diindikasikan tidak melakukan kecurangan (0)

$\alpha$  : Konstanta  
 INDEPENDENCE : Presentase komite audit independen  
 COMPETENCE : Presentase keahlian keuangan komite audit  
 SIZE : Ukuran perusahaan dari total asset  
 $\varepsilon$  : *Error*

## 4. Analisis dan Pembahasan

### 4.1 Pengambilan Sample Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2015. Dengan adanya kriteria penelitian yang ditentukan maka pada table dibawah ini menunjukkan proses pengambilan sample penelitian.

Tabel 4.1 Proses Seleksi Sampel dengan Kriteria

Jumlah perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2013 – 2015	145
Perusahaan yang data laporan keuangannya tidak lengkap dan tidak disajikan dalam rupiah	(40)
Perusahaan yang tidak memiliki laporan komite audit yang lengkap	(23)
Jumlah perusahaan sampel	82
Total tahun pengamatan	3
Jumlah total sampel pengamatan	246

Dari 145 perusahaan yang terdaftar hanya 82 perusahaan saja yang digunakan sebagai sample penelitian dengan 246 data observasi yang terbagi menjadi 2 kategori yaitu kategori 1 adalah perusahaan yang terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan (*fraud*) dan kategori 0 adalah perusahaan yang tidak terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan (*non fraud*).

#### 4.2 Statistik Deskriptif

Pada tabel di bawah ini menampilkan hasil statistik deskriptif dari 82 perusahaan yang meliputi nilai minimum, maksimum dan rata-rata dari masing-masing variabel.

Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
Manipulator					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
INDEPENDENCE	81	0.33	100	0.9672	0.1248
COMPETENCE	81	0	100	0.7233	0.2795
SIZE	81	25.62	31.78	28.165	1.6146
Non-Manipulator					
INDEPENDENCE	165	100	100	100	0
COMPETENCE	165	0.33	100	0.8233	0.1998
SIZE	165	24.31	32.15	28.08	1.59

Berikut adalah penjelasan hasil statistik deskriptif:

1. Variabel komite audit independen (*INDEPENDENCE*) memiliki nilai terendah 0.33 dan nilai tertinggi

1.00 untuk perusahaan *manipulator* dan nilai 1.00 dan nilai tertinggi 1.00 untuk perusahaan *non manipulator*. Pada perusahaan *manipulator* memiliki nilai rata-rata sebesar 0.9672 (96.72%) dan standar deviasi 0.12480 sedangkan pada perusahaan *non fraud* memiliki rata-rata 1.000 (100%) dan standar deviasi 0.000. Hal ini dapat dianalisis bahwa dari seluruh observasi yang ada, komite audit yang berada dalam perusahaan *non manipulator* beranggota komite audit independen secara penuh karena memiliki rata-rata 100%, lebih besar dari komite audit independen di perusahaan *fraud* sebesar 96.72%.

2. Variabel keahlian keuangan komite audit (*COMPETENCE*) memiliki nilai terendah 0.00 dan nilai tertinggi 1.00 untuk perusahaan *manipulator* dan nilai 0.33 dan nilai tertinggi 1.00 untuk perusahaan *non manipulator*. Pada perusahaan *manipulator* memiliki nilai rata-rata sebesar 0.7233 (72.33%) dan standar deviasi 0.27954 sedangkan pada perusahaan *non fraud* memiliki rata-rata 0.8233 (82.33%) dan

standar deviasi 0.19988. Hal ini dapat dianalisis bahwa dari seluruh observasi yang ada, keahlian keuangan komite audit yang berada dalam perusahaan *non manipulator* didominasi oleh anggota komite audit yang memiliki keahlian keuangan atau akuntansi karena memiliki rata-rata 82.33%, lebih besar dari komite audit independen di perusahaan *fraud* sebesar 72.33%.

Variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai terendah 25.62 dan nilai tertinggi 31.78 untuk perusahaan *manipulator* dimana nilai ukuran perusahaan terkecil dimiliki oleh Lionmesh Prima Tbk dan nilai ukuran perusahaan terbesar dimiliki oleh Gudang Garam Tbk. Sedangkan nilai 24.31818 dan nilai tertinggi 31.150908 untuk perusahaan *non manipulator* dimana nilai ukuran perusahaan terkecil dimiliki oleh Siwani Makmur Tbk dan nilai ukuran perusahaan terbesar dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk.

### 4.3 Pengujian Regresi Logistik

Pada hasil Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*) menggambarkan perbandingan nilai

antara *-2 Log Likelihood* (-2LL) pada awal (*Block Number* = 0) dengan nilai *-2 Log Likelihood* (-2LL) pada akhir (*Block number*= 1). Penurunan *-2 Log Likelihood* (-2LL) sebesar 23,182 penurunan ini dapat diartikan bahwa dengan adanya penambahan variabel independen yaitu komite audit independen, keahlian keuangan komite audit, dan ukuran perusahaan yang dimasukkan ke dalam model dapat memperbaiki model fit penelitian ini serta menunjukkan keseluruhan model regresi logistik yang digunakan adalah model yang baik atau fit dengan data.

Pada hasil Menguji Kelayakan Model Regresi menunjukkan bahwa besarnya nilai *statistics Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit* sebesar 10.157714 dengan probabilitas signifikansi 0.254131 yang nilainya jauh di atas 5% atau 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model mampu memprediksi nilai observasi karena cocok dengan data observasinya (Ho diterima), berarti model dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Pada hasil menguji koefisien determinasi menunjukkan besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ini ditunjukkan oleh nilai

*Nagelkerke R Square*. Nilai *Nagelkerke R Square* adalah sebesar 0,125. Hal ini berarti bahwa variable dependen yaitu yang dapat dijelaskan oleh variable-variabel independen dalam penelitian ini sebesar 12,5% sedangkan sisanya sebesar 87,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Berarti variabel independen yaitu komite audit independen, keahlian keuangan komite audit, dan ukuran perusahaan menjelaskan variabel dependen kemungkinan kecurangan laporan keuangan 12,5% sedangkan sisanya sebesar 87,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Pada hasil matriks klarifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan kecurangan laporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan. Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan perusahaan melakukan terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan adalah sebesar 19,8%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang digunakan, terdapat sebanyak 16 perusahaan yang diprediksi terindikasi

melakukan kecurangan laporan keuangan dari total 81 perusahaan yang terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan. Kekuatan prediksi model perusahaan yang tidak terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan adalah sebesar 95,2%, yang berarti bahwa dengan model regresi yang digunakan ada sebanyak 8 perusahaan yang diprediksi tidak terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan dari total 165 perusahaan yang tidak terindikasi melakukan kecurangan laporan keuangan. Dalam Interpretasi regresi logistic Tabel 4.6 di atas memberikan nilai *overall percentage* sebesar  $(157+16)/246 = 70,33\%$  yang berarti ketepatan model penelitian ini adalah sebesar 70,33%.

Kemudian hasil Uji Multikolinieritas menunjukkan tidak ada nilai koefisien korelasi antar variabel independen yang nilainya diatas 0,90. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh Imam Ghazali yang menyatakan bahwa variabel tidak terjadi korelasi jika nilainya diatas 0,90. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen.

#### 4.4 Pengujian Model Regresi

Dalam pengujian regresi logistik dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (5%). Dengan menguji koefisien regresi maka dapat diketahui sejauh mana variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Apabila signifikansi *p-value* lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak (variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen), sedangkan apabila signifikansi *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima (variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen). Dari hasil pengujian persamaan regresi logistik diperoleh model regresi pada tabel 4.3 berikut

Tabel 4.3 Hasil Pengujian Regresi Logistik

Hasil Analisis Regresi Atas Komite Audit Independen, Keahlian Keuangan Komite Audit dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan			
FRAUD = 64.159 -64.266INDEPEDEENCE -1.813COMPETENCE+ 0.026SIZE + ε			
Variabel	Koefisien	Sig.	Pengaruh
INDEPEDEENCE	-64.266	9.999	Tidak Signifikan
COMPETENCE	-1.813	0.003	Signifikan
SIZE	0.026	0.773	Tidak Signifikan
Constant	64.159		
INDEPEDEENCE (Presentase Komite Audit Independen), COMPETENCE (Presentase Keahlian Keuangan Komite Audit), dan SIZE (Ukuran Perusahaan)			

#### 4.5 Pengaruh Komite Audit Independen terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan

Pada hasil regresi logistic (*logistic regression*) yang telah dilakukan terdapat hasil dimana variabel *INDEPENDENCE* (Komite Audit Independen) menunjukkan koefisien sebesar -64.266 yang artinya variabel komite audit independen memiliki pengaruh negatif pada kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Nilai signifikansi dari hasil regresi sebesar 9.999 lebih besar dari signifikansi 5% atau 0.05 yang dapat disimpulkan bahwa variabel komite aduit independen tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi kecurangan laporan keuangan. Hasil yang negatif yang terjadi menjelaskan bahwa semakin banyaknya jumlah anggota komite audit independen tidak secara efektif mengurangi kecurangan laporan keuangan pada perusahaan yang listed di Bursa Efek Indonesia. Hal ini didukung dengan adanya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 /POJK.04/2015 yang menyatakan perusahaan atau emiten publik wajib memiliki komite audit dan anggotanya sekurang-kurangnya terdiri dari 3 orang dimana satu orang komisaris independen dan dua orang lainnya dari berasal dari

luar emiten atau perusahaan publik. Dengan kata lain, anggota komite audit harus independen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Prasetyo (2014) dan Dwiputri (2013) yang menunjukkan bahwa Komite Audit Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi atau kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Kamarudin dan Wan (2014)

#### **4.6 Pengaruh Keahlian Keuangan Komite Audit terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan**

Pada hasil regresi logistic (*logistic regression*) yang telah dilakukan terdapat hasil dimana variabel *COMPETENCE* (Keahlian Keuangan Komite Audit) menunjukkan koefisien sebesar -1.813 yang artinya variabel keahlian keuangan komite audit memiliki pengaruh negatif pada kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Nilai signifikansi dari hasil regresi sebesar 0.003 lebih kecil dari signifikansi 5% atau 0.05 yang dapat disimpulkan bahwa variabel keahlian keuangan komite audit berpengaruh signifikan terhadap indikasi kecurangan laporan keuangan. Sesuai dengan

variabel keahlian keuangan komite audit Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55 /POJK.04/2015 yang menyatakan bahwa anggota komite wajib memiliki paling sedikit 1 (satu) anggota yang berlatar belakang pendidikan dan keahlian di bidang akuntansi dan keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Prasetyo (2014) dan Annisa dan Andri (2012) yang menunjukkan bahwa keahlian keuangan Komite Audit berpengaruh signifikan terhadap indikasi atau kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mustafa dan Nourhene (2012).

#### **4.7 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan**

Pada hasil regresi logistic (*logistic regression*) yang telah dilakukan terdapat hasil dimana variabel *SIZE* (Ukuran Perusahaan) menunjukkan koefisien sebesar 0.026 yang artinya variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif pada kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Nilai signifikansi dari hasil regresi sebesar 0.773 lebih besar dari signifikansi 5% atau 0.05 yang dapat disimpulkan bahwa variabel

ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi kecurangan laporan keuangan.

## **5. Kesimpulan dan Saran**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan dimana Komite Audit Independen tidak terbukti berpengaruh terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan, dari hasil pengujian yang diperoleh dapat disimpulkan banyak atau sedikitnya persentase komite audit independen dalam suatu perusahaan tidak mempengaruhi indikasi kecurangan laporan keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan karena komite audit bukan terbentuk secara sukarela oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan tata kelola internal perusahaan yang baik, melainkan dikarenakan adanya ketentuan undang-undang yang di keluarkan oleh pemerintah didalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 55/POJK.04/2015 yang mengharuskan adanya komite audit dalam perusahaan. Keahlian Keuangan Komite Audit terbukti berpengaruh terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan, dalam hasil penelitian adanya arah koefisien regresi bertanda negatif. Hal ini berarti semakin

banyak persentase keahlian keuangan komite audit dalam suatu perusahaan, maka perusahaan cenderung tidak terindikasi kecurangan laporan keuangan. Ini disebabkan karena keahlian keuangan komite audit diharapkan dapat mengerti dalam menyajikan laporan keuangan yang baik serta mengetahui tindakan kecurangan yang dapat dilakukan didalam penyusunan laporan keuangan. Sehingga dengan semakin banyak persentase keahlian keuangan komite audit dalam perusahaan, cenderung dapat mendeteksi dan menekan kemungkinan kecurangan laporan keuangan perusahaan. Serta Ukuran Perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap Kemungkinan Kecurangan Laporan Keuangan. Dalam pengujian ini dapat di simpulkan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi indikasi dari kecurangan laporan keuangan perusahaan. Hal ini berarti ukuran perusahaan yang besar ataupun yang kecil sama-sama mempunyai peluang dalam melakukan kecurangan dalam laporan keuangan perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan untuk sekarang tidak dapat memperlihatkan pengaruhnya terhadap kemungkinan kecurangan pada laporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Annisa dan Andri (2012) serta Lestari dan Wiwin (2014) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi atau kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Prasetyo (2014).

## 5.2 Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini hanya dapat menunjukkan bahwa variabel independen hanya dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 12,5%, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain seperti masa jabatan komite audit, jumlah rapat komite audit, *leverage* perusahaan, kepemilikan managerial, dan lain-lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Populasi penelitian hanya menggunakan perusahaan dengan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI hanya pada periode 2013 – 2015. Sehingga tidak dapat mengamati pengaruh terjadinya kecurangan laporan keuangan di industri lain. Periode waktu yang digunakan hanya dari periode 2013-2015 sehingga sampel yang diperoleh hanya terbatas 82 pengamatan. Dari keterbatasan yang ada peneliti selanjutnya untuk memperluas sampel

penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akan lebih dapat merepresentasikan kondisi sesungguhnya mengenai komite audit independen, keahlian keuangan komite aduit terhadap kemungkinan kecurangan pada laporan keuangan perusahaan. Selain itu juga diharapkan dapat melakukan penelitian dengan periode waktu yang lebih panjang. Karena dengan periode yang lebih panjang akan memberikan gambaran lebih baik terhadap hasil penelitian serta menambah variabel-variabel independen lain yang diyakini dapat mempengaruhi secara signifikan kecurangan laporan keuangan, seperti masa jabatan komite audit, dan kualitas sistem pengendalian intern. Untuk perusahaan manufaktur, agar meningkatkan jumlah anggota komite audit yang memiliki keahlian di bidang akuntansi ataupun keuangan agar dapat memahami penyajian laporan keuangan yang lebih baik dan dapat menekan kemungkinan kecurangan dalam laporan keuangan, agar menerapkan pengungkapan informasi yang ada pada laporan tahunan mereka dalam catatan atas laporan keuangan (*notes to financial statement*) sehingga investor dapat menilai kondisi perusahaan sesungguhnya dalam membuat keputusan ekonomi dan agar

menyediakan informasi yang lengkap mulai dari nama anggota yang disertai gelar, pengalaman dalam bekerja sampai

pendidikan terakhir yang ditempuh dari masing-masing anggota komite audit yang mereka miliki.

## DAFTAR PUSTAKA

Albrecht, W. Steve., Albrecht, Conan C., Albrecht, Chad O., & Zimbelman, Mark F.(2011). *Fraud Examination. Edisi 4*. 36-49.Mason Ohio: South-Western Cengage Learning.

Anisa, Widya Nur., & Prastiwi, Andri. (2012). Pengaruh financial expertise of committee audit members, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap terjadinya kecurangan pelaporan keuangan. *Journal Accounting*, 1(1), 191-128.

Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. (2012). *Auditing and assurance service an integrated approach*, 14th Edition. 336-337. England: Pearson Education Limiteda.

Davidparsaoran. (2009). Skandal manipulasi laporan keuangan PT. Kimia Farma.Tbk, Diakses 2 Maret 2017. <http://davidparsaoran.wordpress.com>.

Devi, Ida Ayu Sintia., & Suardana, Ketut Alit. (2014). Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, leverage dan status perusahaan pada kelengkapan pengungkapan laporan keuangan. *Journal Accounting*, 8(3), 447-492.

Dwikusumowati, Meriam Zalzabilani. (2013). Pengaruh karakteristik komite audit dan karakteristik perusahaan terhadap manajemen laba, Semarang. *Diponerogo Journal of Accounting*, 2(4), 14-23.

- Dwiputri, Intan Izzati. (2013). Analisis pengaruh pengungkapan etika dan unsur good corporate governance terhadap kemungkinan kecurangan laporan keuangan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Journal of Accounting*, 1(1), 9-16.
- Gasperz, V. (2013). *All-in-one 150 Key Performance Indicators and Balanced Scorecard, Malcolm Baldrige, Lean Six Sigma Supply Chain Management*. 65-67. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. 333-343. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ikatan Komite Audit Indonesia. Diakses 28-29 December 2016. <http://komiteaudit.org/home/index.php>.
- Imanta, Dea ., & Satwiko, Rutji. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepemilikan managerial. *Journal Business and Accounting*, 13(1), 67-80.
- Jao, Robert., & Pagalung, Gagaring. (2011). Corporate governance , ukuran perusahaan, dan leverage terhadap manajemen laba perusahaan manufaktur Indonesia. *Journal of Accounting and Auditing*, 11(8), 43-54.
- Johnstone, Karla M., Gramling, Audrey A., & Larry E.(2014). *Auditing A Risk-Based Approach To Conductiong A Quality Audit*. 34-35. South-Western Cengage Learning: USA.
- Kamarudin, Khairul Anwar., & Ismail, Wan Adibah Wan. (2014). The effects of audit committee attributes on fraudulent financial reporting. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 10(5), 508-514.

- Kartika, Sekar Niken., & Sudarno. (2014). Analisis pengalaman pra komite audit terhadap pendeteksian kecurangan pelaporan keuangan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(3), 1-10.
- Lestari, Puji., & Yadiati, Winwin. (2014). The effect of firm size and organizational culture on the quality of financial reporting in sharia microfinancing institution (baitul maal wa tamwil). *International Journal of Business, Economics and Law*, 5(1), 75-78.
- Mustafa, Sameer T., & Youssef, Nourhene Ben. (2012). Audit committee financial expertise and misappropriation of assets. *Managerial Auditing Journal*, 25(3), 208-228.
- Nasution, M., & Setiawan, D. (2007). Pengaruh corporate governance terhadap manajemen laba di industri perbankan. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar. 11-26.
- Nurharyanto (2011). Memahami fraud dan melaksanakan investigative audit pada perusahaan / korporasi (Teori dan aplikasinya). *Journal of Accounting and Economics*, 109-117.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Peraturan otoritas jasa keuangan No. 55 /POJK.04/2015 tentang pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja komite audit*. Jakarta: OJK.
- Prasetyo, Adrian Budi. (2014). Pengaruh karakteristik komite audit dan perusahaan terhadap kecurangan pelaporan keuangan (Studi empiris pada perusahaan yang listed di Bursa Efek Indonesia periode 2006-2010). *Journal of Accounting and Auditing*, 11(1), 1-24.
- Scott, William R. (2009). *Financial Accounting Theory*. 234-235. Canada Prentice Hall. 5<sup>th</sup> edition.

Scott, William R. (2012). *Financial Accounting Theory*. 335. Toronto: Prenticehall Inc., 6<sup>th</sup> edition.

Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. (2013). *Research Methods for Business*. 31-32. United Kingdom

Tuanakotta, Theodorus M. (2013). *Audit Berbasis ISA (International Standards on Auditing)*. 28-30. Jakarta: Salemba Empat.

Wiyarsi, Retno Budhi. (2012). Pengaruh corporate governance terhadap manajemen laba (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI) tahun 2008-2010. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Surakarta. 8-9.

# PENGARUH *SELF-EFFICACY*, BUDAYA ORGANISASI DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI

Yulan<sup>1)</sup>, Innocentius Bernarto<sup>2)</sup>

Universitas Pelita Harapan, Tangerang

<sup>1)</sup>e-mail: [yulan.purnomo@gmail.com](mailto:yulan.purnomo@gmail.com)

<sup>2)</sup>e-mail: [bernarto227@gmail.com](mailto:bernarto227@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*The objectives of this study is to know: 1) Is self-efficacy has positive influence on work motivation, 2) Is organizational culture has positive influence on work motivation, 3) Is self-efficacy has positive influence on organizational commitments, 4) Is organizational culture has positive influence on organizational commitments, 5) Is work motivation has positive influence on organizational commitments in TMAP Foundation. The data collection in this study is done using quistionare to all employee of the foundation. The numbers of the respondents are 30 people. The method used in this research was quantitative research by using path analysis method. This study is using PLS-SEM approach with the help of SmartPLS tools to evaluate the outer model and inner model. The finding of this study is that self-efficacy had positive effects on work motivation, organizational culture had positive effects on work motivation, self-efficacy had positive effects on organizational commitments, organizational culture had positive effects on organizational commitments, and working motivation had positive effects on organizational commitments. Contribution of this study can provide input for the foundation to develop and empower their employee so they can become better. In addition, the results of this study can also be input for the non profit organization foundations which location specifically are in the remote area.*

Keywords: *self-efficacy, organizational culture, work motivations, organizational commitments*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) apakah *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja, 2) apakah budaya organisasi memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja, 3) apakah *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap komitmen organisasi, 4) budaya organisasi memiliki pengaruh positif terhadap komitmen organisasi, 5) motivasi kerja memiliki pengaruh positif terhadap komitmen organisasi bagi karyawan Yayasan TMAP. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada seluruh karyawan di Yayasan TMAP. Jumlah responden yang menjadi subjek penelitian adalah sebanyak 30 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis jalur (*path analysis*). Pendekatan PLS-SEM dengan bantuan program SmartPLS digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi kerja, budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja, *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi, budaya organisasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi, dan motivasi kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi. Kontribusi penelitian ini dapat memberikan masukan kepada manajemen yayasan untuk mengembangkan dan memberdayakan karyawan agar menjadi lebih baik sehingga dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi yayasan non profit lainnya terutama yang berada di daerah-daerah pedalaman.

Keywords: *self-efficacy, budaya organisasi, motivasi kerja dan komitmen organisasi.*

## 1. Pendahuluan

Karyawan memegang peranan penting sebagai pondasi dari setiap aktivitas organisasi guna meningkatkan performanya. Salah satu faktor penting yang perlu dimiliki oleh seorang anggota atau karyawan organisasi adalah komitmen. Komitmen tidak saja hanya diucapkan oleh karyawan, melainkan dibuktikan ke dalam tindakan komitmen terhadap organisasi atau perusahaan. Sebuah organisasi tentu mengharapkan setiap anggota organisasi memiliki komitmen yang tinggi. Meskipun seorang anggota organisasi memiliki kemampuan atau keahlian kerja yang baik namun jika tidak diiringi komitmen kerja yang tinggi, maka organisasi tersebut tidak dapat berjalan dengan baik. Keputusan anggota organisasi untuk bertahan lebih lama dalam organisasi, dapat membantu organisasi untuk tumbuh dan berkembang lebih pesat lagi. Dengan tingkat *turn over* yang tinggi, sebuah organisasi perlu waktu lagi untuk memperkenalkan kultur dan sistem yang berlaku di dalam organisasi tersebut kepada anggota baru. Hal ini tentunya akan berpengaruh kepada efektifitas dan kinerja dari sebuah organisasi dalam menjalankan peranan

dan fungsinya sesuai visi yang ingin dicapai.

Kemudian, demi mewujudkan pendidikan yang merata di seluruh Indonesia, saat ini pertumbuhan badan hukum yayasan cukup pesat. Keberadaan yayasan pada dasarnya merupakan pemenuhan bagi masyarakat yang menginginkan adanya wadah atau lembaga yang bersifat dan bertujuan sosial, keagamaan dan kemanusiaan. Salah satunya adalah Yayasan TMAP yang bergerak dalam bidang sosial dan kemanusiaan. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah penyelenggaraan pendidikan (PAUD dan SD) dan kesehatan. Namun, Yayasan TMAP tidak selalu berjalan dengan baik yakni antara rencana dengan apa yang terjadi di lapangan berbeda. Kendala yang ada pada Yayasan TMAP adalah pementoran guru dan karyawan yang berkualitas. Beberapa kali terjadi guru dan karyawan yang telah dikontrak berhenti di tengah jalan dan pindah ke organisasi atau perusahaan lain. Salah satu putra daerah yang berhasil disekolahkan hingga ke jenjang yang lebih tinggi pun enggan untuk kembali dan bekerja di Yayasan TMAP, tetapi bekerja di tempat lain. Hal ini mengakibatkan investasi baik pendidikan dan pementoran yang telah

dilakukan sia-sia. Pada yayasan ini misalnya, jumlah karyawan yang keluar

tiga tahun terakhir adalah sebagai berikut:

Tabel 1. *Turn-Over* Karyawan Yayasan TMAP

Tahun	Total Karyawan	Karyawan Keluar	Presentasi
2012/2013	20	6	30%
2013/2014	30	7	23%
2014/2015	30	6	20%

Sumber : Data Yayasan Perwakilan (2016)

Padahal NMS, selaku ketua yayasan perwakilan daerah mengharapkan tidak ada karyawan yang keluar dari Yayasan TPAM. Dengan tingkat *turnover* yang tinggi, Yayasan TPAM mengalami biaya pergantian pegawai yang cukup tinggi dan perekrutan tenaga pekerja baru yang memakan waktu. Bagi Yayasan TPAM yang berlokasi di daerah pedalaman, SDM sangat terbatas karena selain lokasi sulit dijangkau, kemampuan SDM pun perlu ditingkatkan. Selain itu, Yayasan TPAM perlu waktu untuk memperkenalkan kultur dan sistem yang dimiliki kepada anggota yang baru. Hal ini tentunya berpengaruh kepada efektifitas dan efisiensi kinerja Yayasan TPAM dalam menjalankan peran dan fungsinya untuk mencapai visi yang dimiliki. Sebuah organisasi membutuhkan komitmen dari para karyawannya untuk mencapai visi dan misinya. Meskipun seorang anggota memiliki kemampuan/keahlian kerja

yang baik namun tidak diiringi oleh komitmen kerja yang baik pula, maka organisasi tersebut tidak dapat berkembang dalam waktu yang panjang. Keputusan anggota organisasi untuk bertahan lebih lama dalam organisasi, dapat membantu organisasi untuk tumbuh dan berkembang lebih pesat lagi. Colquitt, LePine dan Wesson (2011, p. 69) mendefinisikan komitmen organisasi "...as the desire on the part of an employee to remain a member of the organization". Karyawan yang tinggal dengan organisasi untuk jangka waktu yang panjang, cenderung jauh lebih berkomitmen kepada organisasi daripada mereka yang bekerja untuk waktu yang lebih singkat. Ivancevich, Konopaske dan Matteson (2008, p. 184) menyatakan, komitmen organisasi adalah "A sense of identification, involvement, and loyalty expressed by an employee toward the company". Komitmen organisasi menggambarkan sejauh mana karyawan mengenali organisasi yang

mempekerjakannya, keinginan karyawan untuk berupaya besar dengan niatnya untuk tinggal dengan organisasi ataupun keterikatan dengan organisasi untuk waktu yang lama disertai partisipasi aktif.

Berdasarkan wawancara dengan NMS diketahui bahwa salah satu alasan karyawan tetap bertahan adalah karena fasilitas yang diberikan oleh Yayasan TPAM, yaitu beberapa staff ada yang dikuliahkan dan pertolongan lain yang telah dilakukan oleh yayasan. Karyawan diberikan kepercayaan untuk bekerja dan dikembangkan sekalipun di awal masuk belum memenuhi kualifikasi. Selain itu Ketua Yayasan TPAM seringkali memberikan supervisi dan dukungan moral karakter secara langsung kepada karyawan. Hal ini merupakan suatu keuntungan yang dirasakan oleh karyawan, sehingga dapat dikatakan sebagai komitmen berkelanjutan. Dukungan-dukungan di atas merupakan salah satu budaya organisasi yang dilakukan oleh Yayasan TPAM. Colquitt *et al.* (2011) menyatakan bahwa budaya organisasi merupakan pengetahuan sosial bersama dalam sebuah organisasi tentang aturan-aturan, norma dan nilai yang membentuk sikap dan perilaku karyawan.

Hasil penelitian dari Cherian dan Jacob (2013) dan Diputra dan Riana (2014) yang mengungkapkan bahwa *self-efficacy* dan budaya organisasi berhubungan positif terhadap motivasi kerja. Selanjutnya, studi Akhtar, Ghayas dan Adil (2013) dan Manetje dan Martins (2009) membuktikan bahwa *self-efficacy* dan budaya organisasi berhubungan positif terhadap komitmen organisasi. Kemudian hasil penelitian Choong dan Wong (2011) membuktikan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi. Berdasarkan hasil studi sebelumnya, maka dapat dibangun model penelitian sebagai berikut: *self-efficacy* dan budaya organisasi berhubungan dengan motivasi kerja. Kemudian *self-efficacy* dan budaya organisasi berhubungan dengan komitmen organisasi dan selanjutnya motivasi kerja berhubungan dengan komitmen organisasi.

Selanjutnya tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) apakah *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan?; (2) apakah budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan?; (3) apakah *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi karyawan?; (4) apakah budaya

organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja?; (5) apakah motivasi kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi?. Kontribusi dan implikasi dari studi ini, dari aspek teoritis untuk memahami faktor-faktor yang menentukan komitmen organisasi. Kemudian dari aspek praktis, studi ini memberikan masukan kepada manajemen agar dapat membuat karyawan dan Yayasan TPAM berkembang. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan ataupun masukan bagi manajemen Yayasan TPAM (NGO) sehingga dapat diduplikasi oleh yayasan lain, terutama yayasan yang berlokasi di daerah terpencil dan memiliki keterbatasan SDM serta akses yang sulit.

## **2. Tinjauan Literatur**

### **2.1 Komitmen Organisasi**

Robbins dan Judge (2007) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai sebuah keadaan di mana anggota dari organisasi berupaya mempertahankan keadaannya di dalam sebuah organisasi dan memihak organisasi tersebut dengan segala keberadaan dan tujuan organisasi tersebut. Dalam hal ini, komitmen tersebut terbangun dikarenakan adanya

kesamaan visi dan misi dari organisasi dengan visi pribadi yang dimiliki oleh anggota. Dengan demikian, setiap upaya baik dari organisasi maupun anggota dapat bersinergi bersama demi tujuan yang sama pula. Komitmen organisasi juga dapat didefinisikan sebagai sikap loyal kepada organisasi/perusahaan dimana seseorang bekerja (Khikmah, 2005). Komitmen ini mendorong anggota di dalam untuk menyatu dan berjuang bersama organisasi dalam mencapai tujuan dan impian organisasi. Sikap loyal tersebut ditunjukkan melalui upaya anggota untuk bekerja dan menetap bagi organisasi tersebut.

Selanjutnya Werner (2007) juga menyatakan dengan jelas bahwa komitmen organisasi sebagai sikap yang berhubungan dengan pekerjaan yang sangat terkait erat dengan kinerja dan pergantian karyawan. Tingginya angka *turnover* mengindikasikan rendahnya komitmen sebuah organisasi. Luthans (2006) menyatakan bahwa komitmen adalah sikap kesetiaan yang ditunjukkan anggota organisasi kepada organisasi di mana dia bekerja. Komitmen ini bersifat tahan lama (*durable*) dan stabil. Anggota organisasi memiliki kepedulian yang tinggi dan ditunjukkan melalui respon

yang aktif terhadap organisasi secara menyeluruh.

Komitmen organisasi adalah derajat keinginan karyawan untuk bertahan di tempat di mana dia bekerja, dan di dalamnya terkandung sikap kesetiaan dan kesediaan untuk bekerja secara maksimal Greenberg dan Baron (2003). Dalam prosesnya, anggota organisasi ini menunjukkan loyalitasnya dalam sisi kuantitas (durasi waktu) dan kualitas (kompetensi). Selain itu, komitmen organisasi juga dapat didefinisikan sebagai sebuah hasrat yang dimiliki oleh seseorang untuk tetap dapat menjadi anggota organisasi di mana dia bekerja (Colquitt *et al.*, 2011). Komitmen organisasi akan menentukan bagi seorang karyawan, apakah ia akan bertahan sebagai anggota organisasi atau meninggalkan organisasi untuk mencari pekerjaan lain.

## **2.2 Pengembangan Hipotesis**

### **2.2.1 Kaitan antara *self-efficacy*, motivasi kerja karyawan dan komitmen organisasi**

Bandura mendefinisikan *self-efficacy* sebagai keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap keberfungsian orang itu sendiri dan

kejadian dalam lingkungan (Feist & Fesit, 2010). Semakin tinggi *self-efficacy* seseorang maka semakin gigih pula usaha yang dilakukan, banyak penelitian membuktikan bahwa *self-efficacy* dan meningkatkan kualitas dan psikososial seseorang (Bandura, 1997). Kemudian Bandura (1997) menjelaskan bahwa *self-efficacy* yang baik memiliki kontribusi besar terhadap motivasi individu, hal ini mencakup antara lain: bagaimana individu merumuskan tujuan atau target untuk dirinya, sejauh mana individu memperjuangkan target itu, dan setangguh apa individu itu dapat menghadapi kegagalan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Self-efficacy* mempengaruhi bagaimana seseorang berpikir, merasa, memotivasi diri sendiri dan bertindak.

Suseno dan Sugiyanto (2010) memaparkan bahwa motivasi kerja adalah dorongan kerja yang timbul pada diri karyawan untuk berperilaku, sehingga karyawan tersebut bersedia dan rela mengerahkan kemampuan, keahlian, keterampilan, tenaga, dan waktu dalam melakukan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya sesuai tujuan yang ditetapkan. Ini artinya, tinggi-rendah atau naik-turunnya motivasi seseorang dipengaruhi oleh *self-efficacy*nya.

Karyawan yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung akan memiliki motivasi yang tinggi, dia tidak akan menyerah dan tetap bertahan dengan segala hambatan dan rintangan yang dihadapinya.

Penelitian Cherian dan Jacob (2013) membuktikan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi kerja. Begitu juga penelitian Parasara (2015) mengungkapkan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* individu, maka semakin tinggi pula motivasi karyawan untuk bekerja. Selanjutnya *self-efficacy* memiliki kaitan dengan komitmen organisasi. Hasil studi membuktikan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi (Akhtar *et al.*, 2013; Subagyo, 2014). Semakin tinggi keyakinan karyawan bahwa karyawan mampu menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan baik, maka semakin tinggi pula bahwa karyawan untuk tidak berniat pindah ke organisasi lain. Karyawan merasa bahwa Ia dapat memberikan kontribusi kepada organisasi. Karyawan tidak merasa ragu bahwa apa yang dilakukan dalam pekerjaan didukung dan diapresiasi oleh rekan sekerja atau atasannya. Hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub> : *Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi kerja.

H<sub>2</sub> : *Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi.

### **2.2.2 Kaitan antara budaya organisasi, motivasi kerja dan komitmen organisasi**

Sweeney dan McFarlin (2002) mengemukakan bahwa budaya secara ideal mengkomunikasikan secara jelas pesan-pesan bagaimana kita melakukan sesuatu atau bertindak, berperilaku di sekitar sini. Berdasarkan pemikiran tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa budaya memberikan arahan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku, bersikap, bertindak dalam suatu komunitas, baik itu berbentuk organisasi, perusahaan atau masyarakat. Menurut Plastrik dan Osborne (2000), budaya organisasi adalah seperangkat perilaku, perasaan dan kerangka psikologis yang terinternalisasi sangat mendalam dan dimiliki bersama oleh anggota organisasi. Schein (2006) memandang bahwa budaya organisasi sebagai pola asumsi dasar yang diciptakan, ditemukan, atau dikembangkan oleh kelompok tertentu sambil belajar menyelesaikan masalah-masalah,

menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal dan berintegrasi dengan lingkungan internal, dan hal tersebut perlu diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, merasa, dan berpikir.

Diptura dan Riana (2014) mengatakan bahwa semakin baik budaya organisasi, maka semakin baik motivasi kerja karyawan. Dengan budaya yang jelas, hal ini dapat memotivasi setiap karyawan dalam mengerjakan tugas dari tanggung jawabnya. Karyawan aman dalam bersikap, karena ada kecocokan budaya yang ada di organisasi membuat karyawan berkomitmen karena sesuai dengan nilai yang dianut. Hasil studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan (Koesmono, 2005; Rahayu, 2013; Surya & Riana, 2014) Selanjutnya ketika budaya organisasi dirasakan baik oleh karyawan, maka akan berdampak kepada komitmen karyawan terhadap organisasi. Seseorang yang bekerja di dalam budaya organisasi yang kuat akan merasa lebih komitmen karena karyawan memiliki kejelasan bagaimana berperilaku dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Begitu juga dalam melakukan interaksi dengan sesama dan pimpinan

organisasi. Hasil studi yang dilakukan oleh Manetje dan Martins (2009) menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi. Hasil penelitian lainnya juga membuktikan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi (Widyastuti, 2009; Sari & Witjaksono, 2013; Tanuwibowo & Sutanto, 2014). Hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>3</sub> : Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja.

H<sub>4</sub> : Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi.

### **2.2.2 Kaitan antara motivasi kerja dengan komitmen organisasi**

Pinder (dikutip dalam Tremblay, 2009) mendefinisikan motivasi kerja sebagai serangkaian dorongan energi yang mengarahkan individu pada perilaku bekerja, yang dapat dilihat dari arah, intensitas, dan durasi. Robbins dan Judge (2007) menyatakan bahwa motivasi adalah suatu proses yang juga berhubungan dengan intensitas individu, arah dan ketangguhan dan ketahanan usaha dalam menggapai sebuah tujuan

yang direncanakan. Intensitas merupakan tentang seberapa tangguh usaha seseorang yang memiliki arah dan berfokus pada hal yang membawa dampak positif bagi organisasi, keteguhan atau ketahanan adalah format yang menilai dalam rentang waktu berapa lama individu dapat mempertahankan usahanya dalam suatu tugas tertentu. Sedarmayanti (2008) mengungkapkan bahwa motivasi kerja merupakan kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi ke arah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan untuk memenuhi kebutuhan individual. Sedangkan, Usman (2009) memaparkan bahwa motivasi kerja dapat diartikan sebagai keinginan atau kebutuhan yang melatarbelakangi seseorang, sehingga ia terdorong untuk bekerja. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah serangkaian dorongan energi dari dalam diri yang mengarahkan individu untuk melakukan suatu kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya.

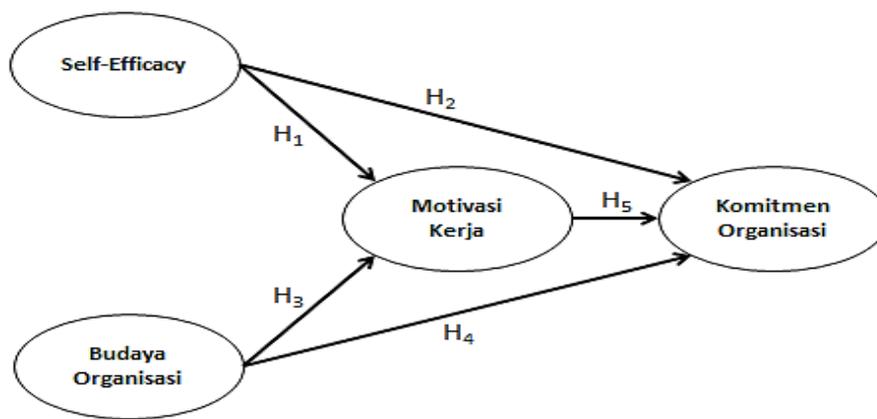
Tjalla mengatakan bahwa karyawan yang mempunyai motivasi

kerja tinggi akan berusaha agar pekerjaannya dapat terselesaikan dengan baik (Suseno & Sugiyanto, 2010). Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan menilai pekerjaannya sebagai hal yang menarik, penuh tantangan untuk mengembangkan potensi dirinya, serta merasa senang dan mendapatkan kepuasan dalam lingkungan kerja atau ketika melakukan pekerjaan itu sendiri. Oleh karena itu, mereka juga akan lebih berusaha mencapai hasil yang optimal dengan semangat yang tinggi baik karena karakteristik pekerjaannya itu sendiri atau lingkungan kerjanya (ada kelekatan emosi), maka ia pun akan memilih untuk tetap bertahan di organisasinya. Hasil penelitian membuktikan bahwa ketika motivasi meningkat, maka komitmen organisasi ikut meningkat (Choong & Wong, 2011; Tania & Sutanto, 2013; Wardhani, Susilo & Iqbal, 2015).

Hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>5</sub> : Motivasi kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi

Model penelitian yang diajukan adalah:



Gambar 1. Model Penelitian

### 3. Metode

Penelitian dilakukan di Yayasan TMAP, Dusun Koko, Kab. Manggarai, Flores, NTT. Metode survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data. Kuesioner diberikan kepada seluruh karyawan yayasan yang berjumlah 30 orang. Metode sensus dilakukan dalam penelitian ini yaitu semua anggota populasi yayasan sebagai sumber data. Selanjutnya analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM). Analisis PLS-SEM dibagi ke dalam dua bagian yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Program SmartPLS digunakan untuk analisis statistik PLS-SEM. Santoso (2008) mengatakan bahwa pengolahan data statistik dengan bantuan komputer akan menghasilkan informasi yang

relevan, lebih cepat dan akurat. Ghazali dan Latan (2015) mengatakan bahwa PLS-SEM memiliki keunggulan yakni tidak mengasumsikan data berdistribusi normal. Kemudian skala pengukuran tidak saja interval dan rasio, tetapi juga nominal dan ordinal. Selanjutnya, PLS-SEM dapat mengkonfirmasi model sekalipun jumlah sampel yang kecil. Pengembangan item dilakukan untuk variabel *self-efficacy*, *budaya organisasi*, *motivasi kerja* dan *komitmen organisasi* dan diukur dengan 5 poin skala Likert yaitu 1=tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=netral, 4=setuju dan 5=sangat setuju.

### 4. Hasil

#### 4.1 Profil

Profil responden terdiri dari 8 orang pria (27%) dan 22 orang wanita (73%). Selanjutnya umur karyawan paling banyak berumur antara 31-40

tahun sebesar 43%. Berikutnya umur 21-30 tahun berjumlah 37%. Sisanya sebesar 20% adalah karyawan yang berumur 41-50 tahun. Kemudian karyawan yang telah bekerja lebih dari 5 tahun sebesar 33% dan 67% dari jumlah karyawan yang bekerja kurang dari 5 tahun.

Tabel 2. Profil Responden

Pernyataan	Jumlah	Presentase (%)
Pria	8	27
Wanita	22	73
21 – 30 tahun	11	36,7
31 – 40 tahun	13	43,3
41 – 50 tahun	6	20
< 5 tahun	20	66,7
> 5 tahun	10	33,3

#### 4.2 Outer Model

Bagian dari tahap model pengukuran meliputi *convergent validity*,

*average variance extracted (AVE)*, *discriminant validity* dan *composite reliability* (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel dengan 48 item. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *software* SmartPLS. Ghozali dan Latan (2015) merekomendasikan kriteria untuk uji validitas dan uji reliabilitas. Kriteria untuk *convergent validity* adalah nilai *loading factor* > 0,7, nilai AVE > 0,5 dan kriteria *discriminant validity* adalah nilai akar AVE > nilai korelasi antar variabel. Kemudian untuk uji reliabilitas, kriterianya adalah nilai *composite reliability* > 0.7.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konverjen.

Variabel	Item	Loading Factor
Self-Efficacy	- Saya siap menerima resiko atas kekeliruan yang saya lakukan.	0,806
	- Apabila saya gagal menyelesaikan pekerjaan saya dengan baik, saya akan mencoba kembali.	0,741
	- Saya terbuka dengan masukan dari rekan sekerja.	0,737
	- Saya terbuka dengan masukan dari pemimpin.	0,740
	- Apabila saya kurang mengerti tugas yang saya kerjakan, saya berani bertanya.	0,739
Budaya Organisasi	- Saya merasakan suasana yang mendukung dalam organisasi.	0,732
	- Setiap kegiatan disusun berdasarkan visi organisasi.	0,886
	- Setiap kegiatan disusun berdasarkan misi organisasi.	0,919
Motivasi Kerja	- Pimpinan turun langsung ke lapangan untuk membantu karyawan.	0,861
	- Situasi lingkungan kerja baik.	0,943
	- Situasi lingkungan kerja menyenangkan.	0,957
Komitmen Organisasi	- Saya cocok bekerja dengan rekan sekerja.	0,855
	- Saya cocok bekerja dengan pimpinan saya.	0,840
	- Bagi saya, organisasi ini adalah keluarga saya.	0,872
	- Organisasi ini mengembangkan kemampuan saya.	0,797
	- Saya bangga bekerja di organisasi ini.	0,876

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Pada tabel 3, semua butir atau item pernyataan memiliki nilai *loading factor*

di atas 0,7. Dengan demikian semua butir atau item tersebut adalah valid.

Tabel 4. Nilai AVE dan akar AVE

Variabel	AVE	Akar AVE
Budaya Organisasi	0,722	0,850
Komitmen Organisasi	0,720	0,849
Motivasi Kerja	0,849	0,921
Self-Efficacy	0,567	0,753

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Tabel 4 menunjukkan nilai AVE untuk setiap variabel di atas 0,5 maka dapat dikatakan *loading factor* dapat diterima. Berdasarkan tabel 3 dan tabel 4 di atas menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi prasyarat uji validitas konvergen. Berikutnya, evaluasi validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Lacker. Menurut Hair *et al.*

(2014), kriteria Fornell-Lacker adalah membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan korelasi antar variabel. Validitas diskriminan terpenuhi jika nilai akar kuadrat AVE setiap variabel lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel dalam model. Pada tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai akar kuadrat AVE dari setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan.

Tabel 5. Evaluasi Validitas Diskriminan

	Budaya Organisasi	Komitmen Organisasi	Motivasi Kerja	Self-Efficacy
Budaya Organisasi	0,850			
Komitmen Organisasi	0,727	0,849		
Motivasi Kerja	0,717	0,821	0,921	
Self-Efficacy	0,364	0,488	0,435	0,753

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Kemudian, uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur *composite reliability*. Suatu variabel mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *composite reliability* > 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). Pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* setiap variabel di atas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel pada model yang diestimasi adalah reliabel. Nilai *composite reliability* yang terendah adalah sebesar 0,885 pada variabel budaya organisasi. Variabel komitmen

organisasi memiliki nilai 0,928, variabel motivasi kerja memiliki nilai 0,944 dan variabel *self-efficacy* memiliki nilai 0,867.

Tabel 6. Nilai *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability
Budaya Organisasi	0,885
Komitmen Organisasi	0,928
Motivasi Kerja	0,944
Self-Efficacy	0,867

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

### 4.3 Inner Model

Dalam tahapan inner model, sebelum pengujian hipotesis dilakukan pengujian kesesuaian model dengan mengukur nilai *R-Square*. Evaluasi *R-square* dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Evaluasi *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Komitmen Organisasi	0,730
Motivasi Kerja	0,548

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2016)

Berdasarkan evaluasi *R-square*, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi kerja dijelaskan oleh *self-efficacy* dan budaya organisasi sebesar 54,8% dan sisanya sebesar 45,2% dijelaskan oleh variabel lain. Sedangkan variabel komitmen organisasi dijelaskan oleh *self-efficacy*, budaya organisasi dan motivasi kerja sebesar 73% dan sisanya 27% dijelaskan oleh variabel lain.

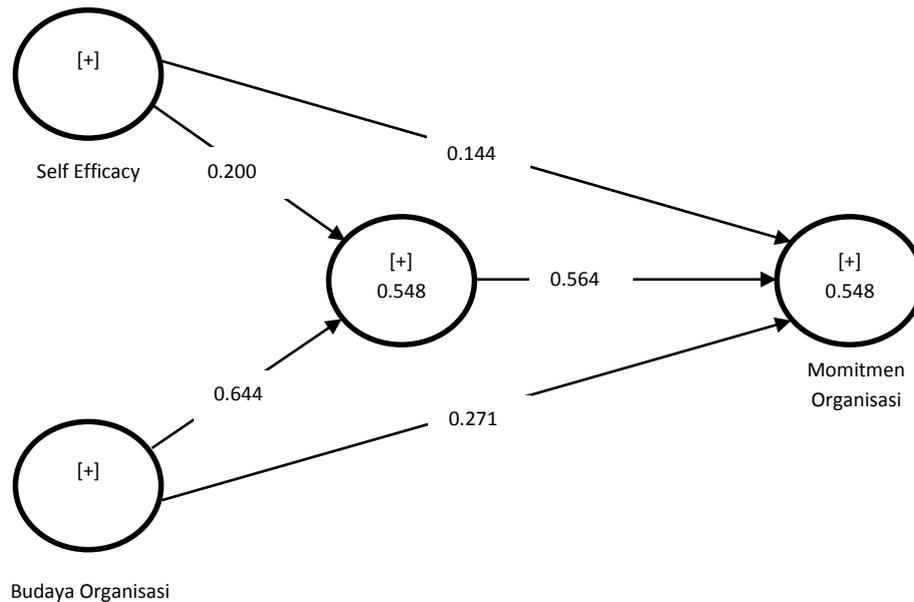
Tabel 8. Uji hipotesis

Hipotesis	Jalur	Koefisien	Hasil
<i>Self-Efficacy</i> berpengaruh positif terhadap motivasi kerja.	<i>Self-Efficacy</i> → <i>Motivasi Kerja</i>	0,200	Didukung
Budaya Organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja.	Budaya Organisasi → <i>Motivasi Kerja</i>	0,644	Didukung
<i>Self-Efficacy</i> berpengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi	<i>Self-Efficacy</i> → Komitmen Organisasi	0,144	Didukung
Budaya Organisasi berpengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi	Budaya Organisasi → Komitmen Organisasi	0,271	Didukung
Motivasi Kerja berpengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi	Motivasi Kerja → Komitmen Organisasi	0,564	Didukung

Sumber: Hasil pengolahan data (2016).

Hasil uji hipotesis (tabel 8) menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung. Uji t-statistik tidak dilakukan karena semua anggota populasi digunakan sebagai data (sensus). Pengujian dilakukan dengan

memperhatikan arah koefisien jalur. Jika arah koefisien jalur bertanda positif (+), maka hal ini sesuai dengan arah hipotesis. Hasil pengujian hipotesis berlaku untuk populasi.



Gambar 1. Model Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan gambar jalur koefisien di atas, maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{Motivasi Kerja} = 0,200 \text{ Self-Efficacy} + 0,644 \text{ Budaya Organisasi} + 0,452$$

$$\text{Komitmen Organisasi} = 0,144 \text{ Self-Efficacy} + 0,271 \text{ Budaya Organisasi} + 0,564 \text{ Motivasi Kerja} + 0,270$$

Berdasarkan persamaan, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi kerja dominan dipengaruhi oleh variabel budaya organisasi dibandingkan dengan variabel *self-efficacy* karyawan. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien jalur variabel budaya organisasi (0,644) lebih

besar dari pada nilai koefisien jalur variabel *self-efficacy* (0,200). Kemudian variabel motivasi kerja paling berpengaruh terhadap komitmen organisasi dibandingkan dengan variabel *self-efficacy* dan variabel budaya organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan memperhatikan nilai koefisien jalur variabel motivasi kerja (0,564), *self-efficacy* (0,144) dan budaya organisasi (0,271). Oleh karena itu sangat penting bagi manajemen yayasan untuk memperhatikan dan menciptakan budaya organisasi yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan sehingga dapat meningkatkan komitmen organisasi mereka terhadap yayasan.

#### 4.4 Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif *self-efficacy* terhadap motivasi kerja. Koefisien jalur *self-efficacy* terhadap motivasi kerja bernilai positif 0,200. Hipotesis pertama yaitu *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi kerja didukung di dalam penelitian ini. Hasil ini konsisten dengan studi sebelumnya (Cherian & Jacob, 2013; Parasara, 2015). Semakin tinggi *self-efficacy* karyawan, maka semakin tinggi pula motivasi kerja karyawan Yayasan TMAP. Karyawan yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung akan memiliki motivasi yang tinggi, dia berani untuk mencoba hal-hal baru, tidak akan menyerah sekalipun melakukan kesalahan dan tetap bertahan dengan segala hambatan dan rintangan yang dihadapinya. Tanggung jawab yang baru dianggap sebagai kesempatan untuk meningkatkan kapasitasnya sehingga dia mau melakukan pekerjaan dengan *extramiles*. Demikian sebaliknya, seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang rendah cenderung akan memiliki motivasi yang rendah dan akan cepat menyerah setiap kali menghadapi tantangan atau kegagalan.

Kemudian hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif

budaya organisasi terhadap motivasi kerja. Koefisien jalur budaya organisasi terhadap motivasi kerja bernilai positif 0,644. Hipotesis budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja didukung di dalam penelitian ini. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya (Koesmono, 2005; Rahayu, 2013; Diputra & Riana, 2014; Surya & Riana, 2014) mengungkapkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan dan secara tidak langsung juga terhadap kinerja organisasi. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sweeney dan McFarlin (2002) bahwa budaya secara ideal mengkomunikasikan secara jelas pesan-pesan bagaimana kita melakukan sesuatu atau bertindak, berperilaku di sekitar sini.

Berdasarkan pemikiran tersebut dapat diinterpretasikan bahwa budaya memberikan arahan mengenai bagaimana seseorang harus berperilaku, bersikap, bertindak dalam suatu komunitas, baik itu berbentuk organisasi, perusahaan atau masyarakat. Semakin baik budaya organisasi yang diterapkan di dalam sebuah organisasi akan meningkatkan level motivasi karyawannya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi yang diterapkan di

Yayasan TMAP mempengaruhi motivasi kerja karyawan. Semakin baik budaya organisasi akan meningkatkan level motivasi karyawannya. Di dalam penelitian ini budaya organisasi merupakan faktor terbesar yang memiliki pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan dibandingkan *self-efficacy*. Oleh karena itu sangat penting manajemen memperhatikan hal ini demi meningkatkan motivasi kerja karyawan.

Indikator budaya organisasi yang paling mempengaruhi motivasi kerja karyawan adalah karyawan merasakan adanya suasana yang saling mendukung dan karyawan melihat kegiatan yang dilakukan sesuai dengan visi dan misi yayasan. Salah satu budaya organisasi yang terus dilakukan yayasan dan memotivasi karyawan adalah dengan melibatkan karyawan dalam kegiatan sosial, seperti bakti sosial ke daerah-daerah yang aksesnya sulit. Mengingat yayasan bergerak dalam bidang sosial dan kemanusiaan maka dengan melibatkan karyawan dalam proyek sosial dapat menciptakan komitmen normatif mereka. Oleh karena itu yayasan perlu terus-menerus memberikan *platform* untuk karyawan melakukan perbuatan baik khususnya terhadap daerah mereka sendiri.

Salah satu faktor lain motivasi kerja yang memiliki presentase tertinggi yaitu karyawan memiliki kemauan untuk meningkatkan kapasitas karena pimpinan turun langsung ke lapangan untuk membantu karyawan. Dengan demikian pihak manajemen yayasan dapat membuat program-program, pelatihan dan pembinaan yang dapat mengembangkan kompetensi karyawan secara berkala untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, seperti pelatihan, *project team work* yang melibatkan karyawan junior dengan senior untuk dapat dimentor secara langsung. Yayasan dapat membuat sistem *supervise* atau *co-coaching* yang regular sehingga proses pementoran dapat berlangsung dengan produktif dan efektif.

Program-program dan pelatihan-pelatihan yang diadakan tidak hanya untuk kompetensi guru namun untuk keterampilan lain seperti *maintenance*, administrasi dan lainnya. Mengingat terbatasnya sumber daya manusia di daerah terutama tenaga ahli teknisi yang tersedia untuk handle peralatan elektronik, solar panel, pompa air maka sangat penting setiap karyawan dibekali dan dikembangkan kemampuannya sehingga tidak perlu jauh-jauh dikirim

dari Jakarta dan mengeluarkan *cost* yang cukup besar.

*Exposure* terhadap kompetensi-kompetensi baru akan membuat motivasi kerja karyawan meningkat. Karena mereka dikembangkan maka dari itu akibatnya mereka merasakan adanya keuntungan yang di dapat dari organisasi sehingga mereka akhirnya berkomitmen. Oleh karena itu sangat penting bagi manajemen untuk terus dapat memotivasi karyawan melalui program yang mengembangkan dan memotivasi karyawan. Motivasi kerja meningkat maka dapat meningkatkan komitmen organisasi mereka.

Hasil penelitian mengungkapkan adanya pengaruh positif *self-efficacy* terhadap komitmen organisasi. Koefisien jalur *self-efficacy* terhadap komitmen organisasi bernilai positif 0,144. *Self-efficacy* meningkat, maka komitmen karyawan terhadap organisasi juga meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akhtar *et al.* (2013), yang mengungkapkan bahwa ada pengaruh positif antara *self-efficacy* dan komitmen organisasi. Hasil studi lainnya juga menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan *self-efficacy* memungkinkan adanya peningkatan

dalam komitmen organisasi (Subagyo, 2014).

Sekalipun nilai koefisien jalur *self-efficacy* terhadap komitmen merupakan yang paling rendah, namun hal ini tidak bisa diabaikan. Secara langsung dan tidak langsung, variabel ini memengaruhi motivasi dan komitmen organisasi karyawan. Salah satu penyebab individu tetap ingin bertahan adalah karena keyakinan dirinya bahwa ia masih mampu untuk mengerjakan tugas-tugas yang dipercayakan kepadanya dan karena ada tanggung jawab yang harus dipenuhi. Dengan keyakinan diri tersebut akibatnya karyawan akan terus melakukan pekerjaannya dan memilih untuk tetap bertahan di organisasi tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* karyawan yayasan memiliki pengaruh positif terhadap komitmen organisasi. Oleh karena itu sangat penting bagi manajemen yayasan untuk memberikan perhatian yang besar di dalam pengembangan *self-efficacy* dari setiap karyawannya.

Hasil penelitian berikutnya menunjukkan adanya pengaruh positif budaya organisasi terhadap komitmen organisasi. Koefisien jalur budaya organisasi terhadap komitmen organisasi

bernilai positif 0,271. Hipotesis budaya organisasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi didukung di dalam penelitian ini. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mannelte dan Martin's (2009); Widyastuti (2009); Sari dan Witjaksono (2013); Tanuwibowo dan Sutanto (2014). Semakin tinggi budaya organisasi yang dimiliki yayasan, maka semakin tinggi juga komitmen organisasi yang dimiliki karyawan. Demikian juga sebaliknya, semakin rendah budaya organisasi yang dimiliki yayasan, semakin rendah juga komitmen organisasi yang dimiliki karyawan.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan adanya pengaruh positif motivasi kerja terhadap komitmen organisasi. Koefisien jalur motivasi kerja terhadap komitmen organisasi bernilai positif 0,564. Hipotesis motivasi kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi didukung di dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chong dan Wong (2011); Tania dan Sutanto (2013); Wardhani, Susilo dan Iqbal (2015) yang mengemukakan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh positif terhadap komitmen organisasi. Semakin baik motivasi kerja yang dimiliki oleh

karyawan, maka akan meningkatkan terbentuknya komitmen organisasi pada karyawan.

Faktor terbesar yang memotivasi karyawan untuk meningkatkan kapasitas karyawan adalah karena pimpinan turun langsung ke lapangan untuk membantu karyawan. Hal ini senada dengan pernyataan Sutrisno (2011) bahwa salah satu faktor *external* yang berpengaruh terhadap motivasi karyawan adalah gaya kepemimpinan atasan dalam arti supervisi pimpinan terhadap bawahan. Dalam penelitian ini motivasi kerja merupakan variabel terbesar yang berpengaruh terhadap komitmen organisasi karyawan yayasan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karyawan yang termotivasi akan membuat karyawan memilih untuk berkomitmen kepada yayasan.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut, pertama, *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan. Berikutnya, budaya organisasi berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan. Kemudian, *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi

karyawan. Selanjutnya, budaya organisasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi karyawan. Terakhir, motivasi kerja berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi karyawan.

### **5.1 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya**

Keterbatasan penelitian ini adalah cakupan ruang lingkup penelitian yang hanya dibatasi oleh dua variabel eksogen (*self-efficacy* dan budaya organisasi), satu variabel endogen (komitmen organisasi) dan satu variabel *intervening* (motivasi kerja), maka untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel penelitian lainnya yang dapat mempengaruhi komitmen organisasi. Salah satu faktor yang dapat diteliti adalah mengenai kompensasi dan kepuasan kerja. Melihat kondisi di lapangan mayoritas karyawan juga berkebutuhan setelah jam kantor dan bahkan ada yang berhenti bekerja untuk menjadi buruh proyek musiman. Dengan demikian, selain bekerja di yayasan,

karyawan juga mencari penghasilan dari pekerjaan lain. Oleh karena itu, variabel kompensasi dan kepuasan kerja penting untuk ditambahkan ke dalam model penelitian, sehingga dapat diketahui apakah kompensasi dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap motivasi dan komitmen. Komitmen organisasi setiap karyawan sangat penting terutama bagi yayasan (NGO) yang berada di daerah terpencil dengan keterbatasan SDM dan fasilitas. Keterbatasan berikutnya adalah keterbatasan kuesioner dari aspek bahasa untuk item pernyataan. Responden dapat kurang mengerti dengan pernyataan pada kuesioner sekalipun pernyataan tersebut sudah diturunkan dan diterjemahkan ke bahasa daerah dari responden. Saran penelitian selanjutnya, pengumpulan data dilakukan dengan peneliti membacakan item pernyataan kepada responden. Hal ini dilakukan agar ketika responden tidak mengerti maksud dari item pernyataan, maka peneliti dapat langsung menjelaskan dengan baik kepada responden.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, S., Ghayas, S., & Adil, A. (2013). Self-efficacy and optimism as predictors of organizational commitment among bank employees. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 2(2), 33-42. Retrieved from <http://www.consortiacademia.org/files/journals/6/articles/131/public/131-665-1-PB.pdf>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnold, J. (2005). *Work Psychology: Understanding Human Behaviour in the Workplace* (4<sup>th</sup> ed.). London: Prentice Hall Financial Times.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. USA: W.H. Freeman & Company.
- Brown, A. (1998). *Organisational Culture* (2<sup>nd</sup> ed.). London: Financial Times Pitman Publishing.
- Cherian, J., & Jacob, J. (2013). Impact of self-efficacy on motivation and performance of employees. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 80-88. Retrieved from [www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/download/26770/16992](http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/download/26770/16992)
- Choong, Wong. (2011). Intrinsic motivation and organizational commitment in the Malaysian private higher education institutions: An empirical study. *Journal of Arts, Science dan Commerce*, 2(4), 40-50. Retrieved from [http://www.researchersworld.com/vol2/issue4/Paper\\_5.pdf](http://www.researchersworld.com/vol2/issue4/Paper_5.pdf)
- Colquitt, J. A., LePine, J.A., & Wesson, M. J. (2011). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill Irwin.

Diputra, I.B.G., & Riana, I.G. (2014). Pengaruh budaya organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja karyawan pada Hard Rock Hotel Bali. *E-Jurnal Ekonomidan Bisnis Universitas Udayana* 3(5), 276-288. Retrieved from [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=156469&val=984&title=PENG ARUH%20BUDAYA%20ORGANISASI%20DAN%20KEPUASAN%20KERJA%20TERHADAP%20MOTIVASI%20KERJA%20KARYAWAN%20PADAA%20HARD%20ROCK%20HOTEL%20BALI](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=156469&val=984&title=PENG%20ARUH%20BUDAYA%20ORGANISASI%20DAN%20KEPUASAN%20KERJA%20TERHADAP%20MOTIVASI%20KERJA%20KARYAWAN%20PADAA%20HARD%20ROCK%20HOTEL%20BALI).

Feist, J., & Feist, G. (2010). *Teori Kepribadian*. Jakarta : Salemba Humanika.

Ghozali, I. (2008). *Generalized Structured Component Analysis*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (ed. 2). Semarang: Badan Penerbit-Undip.

Greenberg, J., & Baron, R. A. (2003). *Behavior in Organizations*, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Ivancevich, K., & Matteson. (2008). *Organizational Behavior and Managemen* (8<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill Companies Inc.

Khikmah, S. N. (2005). Pengaruh Profesionalisme Terhadap Keinginan Berpindah Dengan Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Thesis*. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/13110/1/2005MAK4127.pdf>

- King, L. A. (2012). *Psikologi Umum. Sebuah Pandangan Apresiatif*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Koesmono, H.T. (2005). Pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi dan kepuasan kerja serta kinerja karyawan pada sub sektor industri pengolahan kayu skala menengah di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 171-188. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/gudangpaper/files/1956.pdf>
- Luthans, F. (2006). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Manatje, O., & Martins, N. (2009). The relationship between organisational culture and organisational commitment. *Southern African Business Review*, 13(1), 87-111. Retrieved from [http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/3964/sabr\\_v13\\_n1\\_a5.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/3964/sabr_v13_n1_a5.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mustafa, Z. E.Q., & Wijaya, T. (2012). *Panduan Teknik Statistik SEM dan PLS dengan SPSS AMOS*. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- Ormrod, J. E. (2009). *Psikologi Pendidikan Membantu Siswa Tumbuh dan Berkembang*. Jakarta: Erlangga.
- Parasara, I.B.A.I. (2015). Pengaruh *self-efficacy* terhadap motivasi dan kepuasan kerja karyawan Inna Grand Bali Beach Hotel Sanur. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 5(5), 3219-3247. Retrieved from <http://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/18070/13610>
- Plastrik, P., & Osborne, D. (2000). *Memangkas Birokrasi: Lima Strategi Menuju Pemerintahan Wirausaha*. Jakarta: PPM.

- Rahayu, N. (2013). Pengaruh budaya organisasi terhadap motivasi kerja pegawai di Balai Pelatihan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Kejuruan (BPPTKPK) Dinas Pendidikan Jawa Barat. *Thesis*. Retrieved from <http://repository.upi.edu/3027/>
- Robbins, P. S. (2006). *Organization Behavior*. Jakarta: Gramedia.
- Robbins, S.P., & Judge, T. A. (2007). *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, S.P., & Judge, T. A. (2009). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Santoso, S. (2008). *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*. Jakarta: Gramedia.
- Sari, T.K., & Witjaksono, A. D. (2013). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 827-836. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/article/7105/56/article.pdf>
- Schein, E. (2006). *Organizational Culture and Leadership*. USA: John Wiley dan Sons.
- Sedarmayanti. (2008). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Soetopo, H. (2010). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Subagyo, A. (2014). Pengaruh lingkungan kerja dan self-efficacy terhadap komitmen organisasional dosen Politeknik Negeri Semarang. *ORBITH*, 10(1), 74 – 81. Retrieved from <http://jurnal.polines.ac.id/jurnal/index.php/orbith/article/view/365/320>

- Surya, I.B.G., & Riana, I.G.(2014). Pengaruh budaya organisasi dan kepuasan kerja terhadap motivasi kerja karyawan pada Hard Rock Hotel Bali. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 3.(5), 276-288. Retrieved from <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=156469&val=984&title=PENGARUH%20BUDAYA%20ORGANISASI%20DAN%20KEPUASAN%20KERJA%20TERHADAP%20MOTIVASI%20KERJA%20KARYAWAN%20PADA%20HARD%20ROCK%20HOTEL%20BALI>
- Suseno, M.N., & Sugiyanto. (2010). Pengaruh dukungan sosial dan kepemimpinan transformational terhadap komitmen organisasi dengan mediator motivasi kerja. *Jurnal Psikologi*, 37(1), 94-109. Retrieved from <https://journal.ugm.ac.id/jpsi/article/viewFile/7695/5961>
- Sutrisno, E. (2011). *Manajemen Sumber Daya*. Jakarta: Kencana.
- Sweeney, P.D., & McFarlin, D. B. (2002). *Organizational Behavior: Solutions for Management*. Mc.Graw-Hill, International Edition.
- Tania, A., & Sutanto, E. M. (2013). Pengaruh motivasi kerja dan kepuasan terhadap komitmen organisasional karyawan PT. DAI KNIFE di Surabaya. *AGORA*, 1(3). Retrieved from [http://repository.petra.ac.id/16260/1/PENGARUH\\_MOTIVASI\\_KERJA\\_DAN\\_KEPUASAN\\_KERJA.pdf](http://repository.petra.ac.id/16260/1/PENGARUH_MOTIVASI_KERJA_DAN_KEPUASAN_KERJA.pdf)
- Tanuwibowo, J.C., & E.M. Sutanto. (2014). Hubungan budaya organisasi dan komitmen organisasional pada kinerja karyawan. *Trikonomika*, 13(2), 136–144. Retrieved from <http://repository.petra.ac.id/17049/1/103-408-1-PB.pdf>
- Tremblay, *et al.* 2009. Work extrinsic and intrinsic motivation scale:Its value for organizational psychology research. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 41(4), 213-226. [http://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2009\\_TremblayBlanchardetal\\_CJBS.pdf](http://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2009_TremblayBlanchardetal_CJBS.pdf)

Usman, H. (2009). *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2009.

Wardhani, W.K., Susilo, H., & Iqbal, M. (2015). Pengaruh motivasi kerja karyawan terhadap komitmen organisasional dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 1-10. Retrieved from <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=285558&danval=6468&dantitle=PENGARUH%20MOTIVASI%20KERJA%20KARYAWAN%20TERHADAP%20KOMITMEN%20ORGANISASIONAL%20DENGAN%20KEPUASAN%20KERJA%20SEBAGAI%20VARIABEL%20INTERVENING>

Werner, A. (2007). *Organisational Behaviour: a Contemporary South African Perspective*. Pretoria: Van Schaick.

Widyastuti, H.C. (2009). Hubungan antara budaya organisasi dengan komitmen organisasi pada perawat Rumah Sakit Panti Wilasa Citarum Semarang. [http://eprints.undip.ac.id/11105/1/JURNAL\\_SKRIPSI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/11105/1/JURNAL_SKRIPSI.pdf)

Zulkosky, K. (2009). Self-efficacy: A concept analysis. *Nursing Forum*, 44(2), 93-102.

**RASIO UTANG MEMEDIASI PENGARUH KEMAMPULABAAAN  
DAN UKURAN AKTIVA TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit  
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

**Rudolf Lumbantobing**

Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta

e-mail: [rudolf.tobing@ukrida.ac.id](mailto:rudolf.tobing@ukrida.ac.id)

**ABSTRACT**

*This research explores the influence of the debt policy, profitability and size of asset toward company's dividend policy on oil palm plantation companies which listed in Indonesia Stock Exchange period years 2011-2015. The secondary data used in this research were obtained directly from the company website and the Indonesia Stock Exchange (IDX), which the data collection was conducted by direct observation upon the research object. The data were analyzed using path analysis and logistic regression model. The results showed that the profitability has a significant and negative effect on the debt ratio. Size does not have a significant and positive effect on debt ratio. Profitability has a significant and positive effect on dividend policy. It means that the greater the profitability obtained the greater the probability of paying dividends. Size of asset has significant and positive effect on dividend policy; which proves that the larger the size, the greater the probability of paying dividends. The debt ratio doesn't have a significant and positive effect on dividend policy. Dividend policy is not influenced by the size of leverage of the company. Debt ratio has a significant positively partial mediating effect toward the influence of profitability on dividend policy. Otherwise, debt ratio does not have a significant negatively mediating effect toward the positive effect of Size of asset on dividend policy.*

*Keywords: Debt Ratio, Profitability, Size, Dividend, Path Analysis*

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh kebijakan utang, kemampuan dan ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2015. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh secara langsung dari *website* perusahaan dan Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi tidak langsung terhadap objek penelitian yaitu perusahaan kelapa sawit. Data dianalisis dengan menggunakan *path analysis* dan model regresi logistik. Temuan penelitian ini menunjukkan bukti bahwa kemampuan signifikan berpengaruh negatif terhadap rasio utang. Ukuran aktiva tidak signifikan berpengaruh positif terhadap rasio utang. Kemampuan signifikan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen, yang menunjukkan bukti bahwa semakin besar kemampuan maka semakin besar probabilitas perusahaan membayarkan dividen. Ukuran aktiva signifikan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen yang berarti semakin besar ukuran aktiva maka semakin besar probabilitas perusahaan membayar dividen. Rasio utang tidak signifikan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Kebijakan dividen tidak dipengaruhi oleh *leverage* perusahaan. Rasio utang signifikan memediasi positif secara parsial pengaruh positif kemampuan terhadap kebijakan dividen. Namun, rasio utang tidak signifikan memediasi negatif pengaruh positif ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen.

Kata Kunci : Rasio Utang, Kemampuan, Ukuran Aktiva, Dividen, *Path Analysis*

## 1. Pendahuluan

Studi empiris ini merupakan modifikasi dan pengembangan dari tesis Lie Robert Iskandar pada perusahaan emiten perkebunan kelapa sawit dengan replikasi pembeda pada proksi variabel yang digunakan dan periode tahun pengamatan berbeda, dengan tujuan memberikan penguatan, konfirmasi dan diseminasi atas hasil yang diperoleh sebelumnya. Dalam tesisnya, Iskandar (2016) menjelaskan bahwa komoditas kelapa sawit memiliki banyak fungsi dan kebutuhan, baik untuk skala rumah tangga maupun industri. Kelapa sawit menghasilkan jenis minyak sawit (CPO) dan minyak inti sawit (CPKO). Minyak sawit digunakan dalam berbagai produk makanan seperti minyak goreng, mentega putih dan margarin. Minyak inti sawit merupakan bahan baku dalam produksi produk non-makanan yang meliputi sabun, deterjen, perlengkapan mandi, kosmetik dan lilin. Nurdiansyah (2011) menyebutkan dari sejak tahun 2016 Indonesia telah mengalami peningkatan produktivitas dan efisiensi pengolahan kelapa sawit. Pola pertumbuhan luas areal dan produksi komoditas perkebunan kelapa sawit mengalami pertumbuhan luas areal yang spektakuler dari 4,98% menjadi 7,30%

per tahun sehingga pada tahun 2010 mencapai luas lebih dari 8 juta Ha, yang merupakan areal komoditas perkebunan paling luas. Pertumbuhan produksinya juga luar biasa walaupun mengalami pelambatan, yaitu dari 10,15% menjadi 8,09% sehingga produksinya pada tahun 2010 mencapai lebih dari 23,7 juta ton Minyak Sawit dan Minyak Inti Sawit (Iskandar, 2016).

Bagi investor yang menyertakan modalnya pada perusahaan perkebunan kelapa sawit, selain *capital gain* dari investasi sawit mereka juga mengharapkan pembagian dividen atas laba tahunan yang dibukukan oleh perusahaan perkebunan kelapa sawit. Oleh karena itu, kebijakan pembayaran dividen oleh perusahaan kepada investor merupakan sinyal positif bahwa perusahaan dalam kondisi baik. Namun kebijakan dividen ini akan mengurangi kemampuan perusahaan untuk melakukan reinvestasi dalam rangka pengembangan usaha (Ramasamy *et al.*, 2005).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen perusahaan, diantaranya adalah rasio *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan sebagai sumber pendanaan. Ramasamy *et al.* (2005), dan Ross (2009) menyebutkan

bahwa semakin besar proporsi dana perusahaan yang berasal dari utang, maka semakin besar pula risiko yang ditanggung oleh perusahaan sehingga mengakibatkan rasio *leverage* berbanding terbalik dengan profitabilitas atau kemampuan, seperti yang dipaparkan oleh teori *pecking order* (Myers, 1984; Cassar & Holmes, 2003). Lebih lanjut studi Husain *et al.* (2008), dan Lumbantobing (2014, 2016) mengungkapkan bukti empiris bahwa biaya agensi, ukuran aktiva, *leverage* keuangan, pertumbuhan dan kesempatan investasi, signifikan berpengaruh terhadap kebijakan dividen perusahaan. Sementara, studi Adediran (2013) menemukan bahwa ada hubungan signifikan positif antara kebijakan dividen dengan kemampuan, dengan investasi, dan dengan laba per saham. Dengan demikian penting bagi pihak manajemen perusahaan perkebunan kelapa sawit untuk membuat kebijakan dividen yang baik dalam upaya meningkatkan kemampuan dan minat investasi investor atas perusahaan.

### 1.1 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka pertanyaan penelitian sebagai pokok masalah dalam studi ini adalah: “Apakah

rasio utang memediasi pengaruh kemampuan dan ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen perusahaan sampel penelitian ini, yakni perusahaan perkebunan kelapa sawit yang *listing* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2015?”

### 1.2 Tujuan Studi

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan studi ini adalah terjawabnya faktor-faktor determinan yang mempengaruhi kebijakan dividen perusahaan, yakni: (1) pengaruh kemampuan, ukuran aktiva dan utang terhadap kebijakan dividen, (2) efek mediasi utang pada pengaruh kemampuan dan ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen.

## 2. Tinjauan Literatur

Model teori yang digunakan dalam studi ini adalah rasio utang memberikan efek mediasi negatif pada pengaruh kemampuan terhadap kebijakan dividen perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan maka semakin rendah probabilitas perusahaan melakukan pembayaran dividen yang tinggi ketika rasio utang perusahaan meningkat, *vice-versa*. Dengan kata lain efek positif kemampuan terhadap

kebijakan dividen akan semakin berkurang ketika rasio utang perusahaan semakin meningkat (*pecking order theory*). Sedangkan pada ukuran aktiva, rasio utang memberikan efek positif pada pengaruh ukuran aktiva terhadap kebijakan pembayaran dividen yang tinggi ketika rasio utang perusahaan meningkat, *vice-versa*. Dari model konseptual tersebut akan dieksplorasi dan dibangun suatu model empiris yang menggambarkan hubungan antar variabel-variabel penelitian yang tertuang pada kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis-hipotesis penelitian pada studi ini sebagai berikut:

## **2.1 Hubungan Kemampulabaan dengan Rasio Utang**

Kemampulabaan merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Bagi investor akan sangat berkepentingan dengan analisis kemampulabaan, karena merupakan keuntungan yang benar-benar akan diterima oleh investor dalam bentuk dividen. Lumbantobing (2014) mengutip Cai dan Ghosh (2003) yang menunjukkan validitas *pecking order* bahwa suatu perusahaan hanya akan

melakukan penyesuaian struktur modalnya ke arah rata-rata rasio utang industrinya, ketika rasio utang perusahaan berada di atas rata-rata rasio utang industrinya. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki rasio utang di bawah rata-rata rasio utang industrinya, tidak mempertimbangkan penggunaan utang sebagai prioritas utama sumber pendanaannya. Lumbantobing (2016) menunjukkan bahwa kemampulabaan memiliki hubungan yang negatif dengan tingkat *leverage*, sekaligus membuktikan keberlakuan teori *pecking order*. Dengan demikian berdasarkan studi yang dilakukan Lumbantobing (2014, 2016), maka dapat dipostulasikan hubungan antara kemampulabaan dengan rasio utang adalah sebagai berikut: “Semakin tinggi kemampulabaan perusahaan maka semakin rendah rasio utang perusahaan”. Berdasarkan hubungan ini maka dapat disusun postulasi hipotesis penelitian pada studi ini sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kemampulabaan berpengaruh negatif terhadap rasio utang

## **2.2 Hubungan Ukuran Aktiva dengan Rasio Utang**

Kemudahan untuk mengakses pasar modal memungkinkan perusahaan

memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana. Banyak studi empiris menunjukkan bukti bahwa kebijakan utang perusahaan dipengaruhi positif oleh ukuran aktiva. Lumbantobing (2014) menyebutkan bahwa perusahaan besar yang melakukan diversifikasi cenderung memanfaatkan kapasitas utang yang tinggi. Perusahaan besar cenderung menerbitkan utang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Bukti empiris lain yang mendukung diantaranya ditunjukkan oleh Chen dan Strange (2006) bahwa ukuran aktiva berpengaruh positif terhadap *leverage*. Ozkan (2001) menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan besar yang memiliki kemampuan untuk mengembalikan utang-utangnya akan mendapat kepercayaan dari kreditur untuk menerbitkan utang dalam jumlah besar. Berangkat dari hasil studi diatas, maka dapat dipostulasikan hubungan “*semakin besar ukuran aktiva maka akan semakin besar rasio utang*”. Berdasarkan uraian ini maka dipostulasikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Ukuran aktiva berpengaruh positif terhadap rasio utang

### **2.3 Hubungan Kemampulabaan dengan Kebijakan Dividen**

Studi Meilina (2015) dan Iskandar (2016) mengungkapkan bahwa kemampulabaan yang diproksikan dengan *Return on Asset* menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan serta untuk mengetahui kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki. Semakin besar keuntungan yang dimiliki maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam membayar dividen. Berdasarkan uraian ini “*semakin tinggi kemampulabaan maka semakin besar pengembalian investasi berupa pendapatan dividen*”. Dengan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: Kemampulabaan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen

### **2.4 Hubungan Ukuran aktiva dengan Kebijakan Dividen**

Meilina (2015) menyebutkan perusahaan besar dan mapan memiliki keyakinan untuk membayarkan dividennya karena memiliki aset yang besar dan modal yang dimilikinya.

Dengan demikian ukuran aktiva berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen artinya semakin besar ukuran aktiva maka semakin tinggi pembagian dividen. Sebaliknya, perusahaan kecil akan mengalokasikan laba ke dalam laba ditahan untuk menambah aktiva perusahaan sehingga perusahaan cenderung membagikan dividen yang rendah. Demikian juga studi Putri (2013), dan Iskandar (2016) yang menunjukkan bukti bahwa ukuran aktiva signifikan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Berdasarkan studi mereka maka dapat dipostulasikan hubungan “*Semakin besar ukuran aktiva semakin besar dividen yang dibayarkan*”. Dengan demikian dapat dipostulasikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Ukuran aktiva berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen

## **2.5 Hubungan Rasio Utang dengan Kebijakan Dividen**

Rasio utang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek apabila perusahaan dilikuidasi. Jensen dan Meckling (1976) menyebutkan bahwa

perusahaan dengan leverage yang tinggi menanggung biaya pengawasan tinggi, sehingga perusahaan dengan leverage yang tinggi akan menyediakan informasi lebih komprehensif. Perusahaan yang mempunyai proporsi utang lebih besar dalam struktur modalnya akan mempunyai biaya keagenan yang besar. Oleh karena itu perusahaan yang mempunyai komposisi utang yang tinggi wajib memenuhi kebutuhan informasi yang cukup memadai bagi kreditur.

Efek leverage dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan tergantung pada besarnya biaya utang. Ketika biaya utang lebih rendah dari tingkat pengembalian perusahaan, maka pendapatan pemegang saham akan diperbesar. Namun, ketika tingkat pengembalian atas aset perusahaan lebih rendah dari biaya utang, maka leverage akan menguntungkan (Sarkaria dan Shergill, 2000).

Kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang (Ross, 2009). Bagi para pemegang saham, dividen

merupakan tingkat pengembalian investasi. Bagi pihak manajemen, dividen tunai merupakan arus kas keluar, sehingga kesempatan untuk melakukan investasi berkurang. Bagi kreditor, dividen tunai dapat menjadi indikasi mengenai kecukupan kas perusahaan untuk membayar bunga atau bahkan melunasi pinjaman (Bruner *et al.*, 2014). Dengan demikian kebijakan dividen merupakan suatu kebijakan yang akan diambil oleh perusahaan, apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau dalam bentuk laba ditahan yang akan digunakan kembali untuk investasi.

Jensen *et al.* (1992), Chen dan Strange (2006), dan Lumbantobing (2016) memberikan bukti dukungan empiris pada teori biaya agensi bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap rasio utang. Dilain pihak, Tong dan Green (2005), menunjukkan bahwa walaupun tidak konsisten dengan teori keagenan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap rasio utang. *Retained earning* yang tinggi dipakai untuk pembiayaan investasi sementara pembayaran dividen perusahaan dibiayai dari utang. Dengan demikian, berdasarkan studi Lumbantobing (2016),

Jensen *et al.* (1992), Chen dan Strange (2006), Tong dan Green (2005) maka dapat dipostulasikan hubungan antara rasio utang dengan kebijakan dividen adalah sebagai berikut: “*Semakin besar utang perusahaan maka akan semakin rendah dividen yang dibayarkan*” dengan postulasi hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: Rasio utang berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen

## **2.6 Rasio Utang Memediasi Pengaruh Kemampulabaan Pada Kebijakan Dividen**

Pengujian secara empiris teori *pecking order* seperti pada studi Cai dan Ghosh (2003) dan Lumbantobing (2014, 2016) menunjukkan bukti bahwa kemampulabaan memiliki hubungan negatif dengan rasio utang, dan pengujian teori keagenan yang diungkapkan oleh Jensen *et al.* (1992), Chen dan Strange (2006) dan Lumbantobing (2014, 2016) yang menunjukkan bukti dukungan empiris bahwa kebijakan dividen memiliki hubungan negatif dengan rasio utang, maka dapat dibangun sebuah hubungan yang bersifat transitivitas bahwa kemampulabaan yang tinggi sebagai

sumber pendanaan internal dapat mengurangi rasio utang perusahaan yang selanjutnya berimplikasi pada pembayaran dividen yang rendah, *vice-versa*. Berdasarkan gagasan ini maka dapat disusun postulasi hubungan sebagai berikut: “Efek positif kemampuan terhadap kebijakan dividen akan semakin positif ketika rasio utang rendah, *vice-versa*”. Dengan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>6</sub>: Rasio utang memediasi positif pengaruh kemampuan terhadap kebijakan dividen.

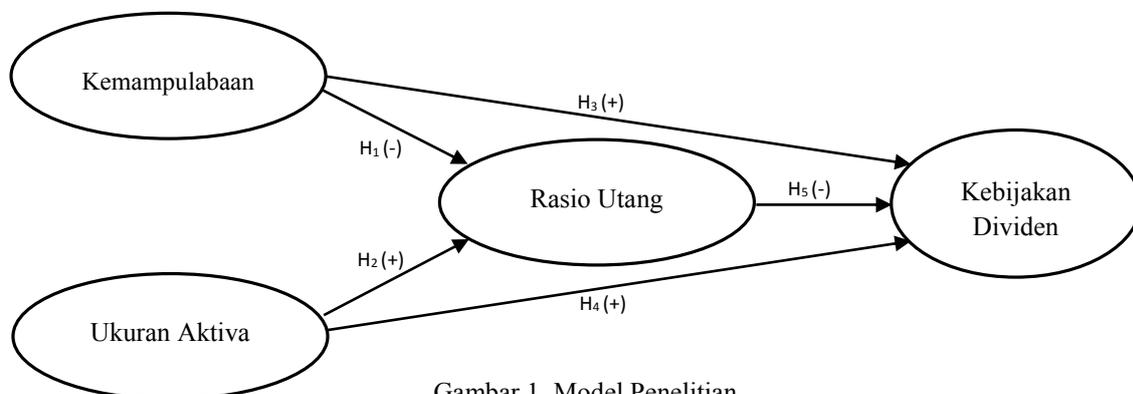
## 2.7 Rasio Utang Memediasi Pengaruh Ukuran Aktiva Pada Kebijakan Dividen

Berdasar hasil studi Chen dan Strange (2006), dan Lumbantobing (2016) yang menunjukkan bukti empiris bahwa ukuran aktiva berpengaruh positif terhadap rasio utang, dan bukti empiris

pada teori keagenan bahwa kebijakan dividen memiliki hubungan negatif dengan rasio utang seperti yang diungkapkan Jensen *et al.* (1992), maka transitivitas hubungan dapat disusun sebagai berikut: Ukuran aktiva yang besar merupakan jaminan aktiva bagi perusahaan untuk memperoleh utang yang tinggi sehingga meningkatkan rasio utang perusahaan yang selanjutnya berimplikasi pada pembayaran dividen yang rendah, *vice-versa*. Berdasarkan gagasan ini dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H<sub>7</sub>: Rasio utang memediasi negatif pengaruh ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen.

Berdasar kerangka pemikiran di atas maka model penelitian hubungan antar variabel pada studi ini dapat digambarkan seperti pada piktograf berikut:



Gambar 1. Model Penelitian  
Sumber: Model penelitian yang dikembangkan pada studi ini

### 3. Metode Penelitian

Sampel target pada studi ini adalah 8 perusahaan perkebunan kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan konsisten membayarkan dividen selama periode penelitian 2011-2015.

#### 3.1 Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang diukur dalam model penelitian ini mencakup:

(1) variabel bebas, yakni

kemampulabaan yang diproksi oleh *return on asset* (ROA), dan ukuran aktiva yang diproksi oleh ukuran perusahaan (SIZE). (2) Variabel perantara (*intervening*), yakni rasio utang atau *leverage* yang diproksi oleh *debt to asset ratio* (DAR), dan (3) variabel terikat, yakni kebijakan dividen (KDIV) yang diukur dengan skala kategori atau *dummy*. Pengukuran untuk setiap variabel yang diteliti tersaji pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Pengukuran Variabel

No	Variabel	Proksi pengukuran	Skala
1	Rasio Utang	Debt to Asset Ratio (DAR) = Total Utang / Total Aktiva	Rasio
2	Kemampulabaan	Return on Asset (ROA) = Laba bersih / Total Aktiva	Rasio
3	Ukuran Aktiva	SIZE = Logaritma natural (Total Aktiva)	Rasio
4	Kebijakan Dividen	Dummy 1= melakukan pembayaran dividen, Dummy 0 = tidak melakukan pembayaran dividen. Logit = $\ln(p/1-p)$	Nominal

#### 3.2 Teknik Analisis Data

Studi ini menggunakan data sekunder yang diperoleh secara langsung dari *website* perusahaan dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi tidak langsung terhadap objek penelitian yaitu perusahaan perkebunan kelapa sawit. Pengamatan yang dilakukan peneliti adalah pengamatan atas laporan keuangan perusahaan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan analisis jalur (*path analysis*) dengan teknik

penyelesaian koefisien jalur untuk masing-masing persamaan struktur model regresi berikut:

Persamaan struktur 1:

$$\text{DAR} = \alpha_1 \cdot \text{ROA} + \alpha_2 \cdot \text{SIZE} + \xi_1$$

Persamaan struktur 2:

$$\text{Ln}(P/1-P) = \beta_1 \cdot \text{ROA} + \beta_2 \cdot \text{SIZE} + \beta_3 \cdot \text{DAR} + \xi_2$$

Koefisien jalur untuk persamaan struktur 2 diselesaikan dengan teknik

regresi logistik, dimana P adalah probabilitas perusahaan membayar dividen dengan distribusi logit  $P = 1 / (1 + e^{-y})$  dan y menunjukkan frekuensi pembayaran dividen selama periode pengamatan. Semakin besar nilai P maka semakin besar probabilitas perusahaan membayar dividen. Pengujian hipotesis penelitian (H<sub>1</sub>-H<sub>5</sub>) dilakukan dengan Uji F dan uji t, sedangkan pengujian hipotesis efek mediasi DAR pada pengaruh ROA dan SIZE terhadap kebijakan dividen (H<sub>6</sub>-H<sub>7</sub>) dilakukan dengan *path analysis*.

### 4.3 Analisis Regresi Berjenjang

#### 4.3.1 Pengujian Koefisien Regresi Persamaan Struktur 1 Rasio Utang

Tabel 2. Uji Anova F untuk Model Persamaan Struktur 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,760	0,577	0,554	0,12502

Model Persamaan Struktur 1:  $DAR = \alpha + ROA + SIZE + \xi_1$

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,789	2	0,395	25,241	0,000
	Residual	0,578	37	0,016		
	Total	1,367	39			

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel ROA signifikan berpengaruh negatif terhadap DAR (hipotesis penelitian H<sub>1</sub> diterima), namun variabel SIZE tidak

### 4. Hasil dan Pembahasan

Dua model persamaan struktur digunakan dan diuji untuk mengeksplorasi efek mediasi variabel rasio utang (DAR) pada pengaruh variabel kemampuan (ROA) dan variabel ukuran aktiva (SIZE) terhadap variabel probabilitas perusahaan membayar dividen (KDIV) atau probabilitas logit =  $\ln(p/1-p)$ , seperti tertuang pada hasil pengujian berikut ini:

signifikan berpengaruh positif terhadap DAR berpengaruh positif terhadap DAR (hipotesis penelitian H<sub>2</sub> ditolak).

#### 4.1.2 Pengujian Koefisien Regresi Persamaan Logit Struktur 2 Kebijakan Dividen

Tabel 4 Uji Anova F untuk Model Logistik Persamaan Struktur 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0,630	0,397	0,346	1,18422

Model Persamaan Logit Struktur 2 :  $\text{Ln}(p/1-p) = \alpha + \text{ROA} + \text{SIZE} + \text{DAR} + \xi_2$

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
2	Regression	33,175	3	11,058	7,886	0,000
	Residual	50,485	36	1,402		
	Total	83,661	39			

Tabel 4 menyajikan signifikansi kepastasan model regresi logistik persamaan struktur 2 dengan proporsi variasi kebijakan dividen (KDIV) yang

dapat dijelaskan oleh variasi dari ROA, SIZE dan DAR dalam model sebesar 39,7%.

Tabel 5. Pengaruh ROA, SIZE, dan DAR terhadap Kebijakan Dividen

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	-15,062	4,373		-3,444	0,001
	ROA	8,911	3,429	0,517	2,599	0,013
	SIZE	0,904	0,271	0,436	3,337	0,002
	DAR	-0,086	1,557	-0,011	-0,055	0,956

Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel ROA dan SIZE signifikan berpengaruh positif terhadap variabel kebijakan dividen. Sedangkan variabel DAR tidak signifikan berpengaruh negatif terhadap variabel kebijakan dividen.

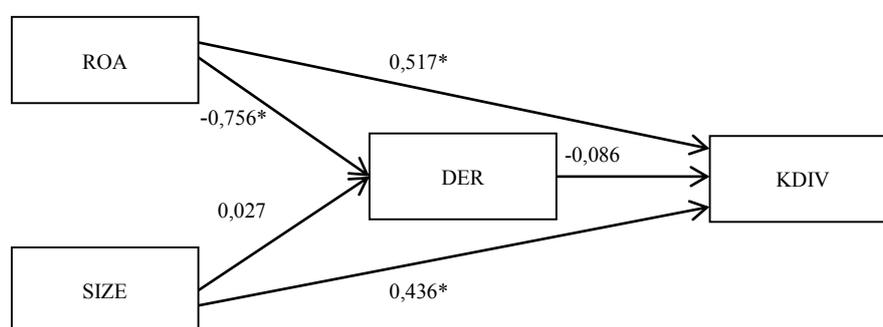
Dengan demikian hasil uji model persamaan regresi logistik struktur 2 memberikan kesimpulan statistik pada penerimaan hipotesis penelitian H<sub>3</sub> dan H<sub>4</sub> yang menyebutkan bahwa probabilitas perusahaan membayar dividen dipengaruhi positif oleh kemampuan dan ukuran aktiva, *vice-versa*. Sementara

hipotesis penelitian H<sub>5</sub> yang menyebutkan bahwa rasio utang berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen, ditolak.

#### 4.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Baron dan Kenny (1986) dalam Supriyono (2005) menyebutkan bahwa suatu variabel berfungsi sebagai variabel pemediasi (*intervening* atau *mediating*) jika: (1) variabel bebas secara signifikan berhubungan dengan variabel pemediasi, (2) variabel pemediasi secara signifikan berhubungan dengan variabel terikat, dan (3) hubungan antara variabel bebas

dengan variabel terikat menurun setelah dikontrol variabel pemediasi. Peran variabel pemediasi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: (1) pemediasi parsial, dan (2) pemediasi penuh. Pemediasi parsial terjadi bila setelah variabel pemediasi diperhitungkan maka koefisien regresi total hubungan antar variabel menurun, namun secara statistika masih signifikan. Pemediasi penuh terjadi jika setelah variabel pemediasi diperhitungkan maka koefisien regresi efek total menurun dan secara statistika menjadi tidak signifikan.



Gambar 2. Diagram Jalur ROA dan SIZE terhadap KDIV melalui DER

#### Efek Mediasi DER Pengaruh ROA dan Size terhadap Kebijakan Dividen

Tabel 6. Efek Mediasi DER

Efek	ROA	SIZE
Langsung	0,517 *	0,436*
Tidak Langsung	0,065	-0,002
Total	0,582	0,434

Dari Gambar 2 dan Tabel 6 di atas terlihat bahwa efek signifikan positif variabel ROA terhadap variabel KDIV

(0,517) semakin positif atau efek total meningkat (0,582) ketika variabel DAR meningkat. Demikian juga terlihat bahwa

efek signifikan positif variabel SIZE terhadap variabel KDIV (0,436) menjadi melemah atau efek total menurun (0,434) ketika variabel DAR meningkat, namun tidak signifikan. Hasil pengujian ini memberi bukti pada penerimaan hipotesis penelitian H<sub>6</sub> yang menyatakan rasio utang memediasi positif pengaruh kemampuan terhadap kebijakan dividen, sedangkan hipotesis penelitian H<sub>7</sub> yang menyatakan rasio utang memediasi negatif pengaruh ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen, pada studi ini ditolak.

#### 4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi dan koefisien jalur maka studi ini mengungkap temuan-temuan sebagai berikut:

Kemampulabaan yang diproksi oleh ROA signifikan berpengaruh negatif terhadap rasio utang yang diproksi oleh DAR. Hasil ini mendukung teori *pecking order* yang dikemukakan oleh Myers dan Majluf (1984). Dengan demikian, semakin tinggi kemampulabaan maka semakin rendah rasio utang perusahaan. Temuan ini mengkonfirmasi hasil studi Cai dan Ghosh (2003), dan Lumbantobing (2016) yang mengungkapkan bahwa kemampulabaan

signifikan berpengaruh negatif terhadap rasio utang. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan kelapa sawit yang *profitable* sumber pendanaan lebih banyak berasal dari laba ditahan.

Ukuran aktiva yang diproksi dengan SIZE tidak signifikan berpengaruh positif terhadap rasio utang. Hasil ini belum mengkonfirmasi hasil studi Low dan Chen (2004), dan Lumbantobing (2014; 2016) yang mengungkapkan teori statis atau teori *balancing* bahwa ukuran aktiva berpengaruh positif terhadap rasio utang. Hasil pengujian hipotesis ini menjelaskan bahwa besarnya pinjaman perusahaan perkebunan kelapa sawit tidak didasarkan pada kalkulasi besarnya aktiva yang dapat dijadikan jaminan (*collateral assets*), sehingga berpotensi meningkatkan konflik keagenan antara kreditur dengan manajer.

Kemampulabaan signifikan berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Dengan demikian temuan ini berhasil mengungkap bahwa semakin *profitable* perusahaan perkebunan kelapa sawit semakin tinggi probabilitas perusahaan membayar dividen. Temuan studi ini mendukung hasil temuan Meilina (2015) dan Iskandar (2016) bahwa kemampulabaan signifikan

berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen.

Temuan studi ini berhasil mengungkap pengaruh signifikan positif ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen seperti yang ditunjukkan oleh studi Hussain dan Usman (2013), Meilina (2015), dan Iskandar (2016). Temuan ini memberi bukti bahwa semakin besar aktiva perusahaan maka semakin besar probabilitas perusahaan kelapa sawit membayar dividen.

Rasio utang tidak signifikan berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen. Kebijakan dividen tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya rasio utang perusahaan. Dengan demikian probabilitas pembayaran dividen perusahaan kelapa sawit tidak ditentukan oleh tinggi atau rendahnya rasio utang perusahaan. Hasil studi ini belum memberi bukti seperti yang diungkapkan Jensen *et al.* (1992), Chen dan Strange (2006), dan Lumbantobing (2014, 2016).

Hasil studi ini memberi bukti bahwa rasio utang signifikan memediasi parsial secara positif pengaruh kemampuan terhadap kebijakan dividen. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan kelapa sawit yang *profitable* cenderung menggunakan laba yang diperoleh untuk membayar kewajiban

jangka panjangnya; sesuai dengan teori *pecking order* yang ditunjukkan oleh Cai dan Ghosh (2003), dan Lumbantobing (2016), sehingga rasio utang perusahaan menjadi rendah. Rasio utang yang rendah ini merupakan signal bagi investor mengenai *solvency* perusahaan, sehingga minat investor pada saham perusahaan bertambah, dan akhirnya berimplikasi pada probabilitas perusahaan untuk membayar dividen meningkat. Dengan demikian efek positif kemampuan terhadap kebijakan dividen perusahaan kelapa sawit akan semakin positif ketika rasio utang perusahaan rendah. Namun, rasio utang tidak signifikan memediasi negatif pengaruh positif ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen perusahaan kelapa sawit sampel penelitian ini.

## 5. Penutup

### 5.3 Simpulan

Hasil pengujian pada kedelapan perusahaan kelapa sawit sampel penelitian ini menunjukkan bukti dukungan empiris terhadap teori *pecking order* dan teori keagenan, seperti ditunjukkan adanya bukti yang signifikan dari pengaruh negatif variabel kemampuan terhadap variabel rasio utang. Demikian juga pengaruh positif yang signifikan dari variabel

kemampulabaan dan variabel ukuran aktiva terhadap variabel kebijakan dividen. Melalui *path analysis* hubungan pengaruh variabel-variabel tersebut dapat didekomposisi menjadi efek langsung dan efek tidak langsung melalui variabel mediasi rasio utang, yang hasil pengujiannya menunjukkan bukti bahwa variabel rasio utang signifikan memediasi positif secara parsial pengaruh variabel kemampulabaan terhadap variabel kebijakan dividen. Namun, variabel rasio utang tidak signifikan memediasi pengaruh variabel ukuran aktiva terhadap variabel kebijakan dividen.

Dengan demikian disimpulkan bahwa perusahaan perkebunan kelapa sawit yang *profitable* dengan rasio utang yang rendah diperkirakan memiliki probabilitas yang tinggi untuk membayar dividen kepada para pemegang sahamnya. Dengan kata lain, efek positif kemampulabaan terhadap kebijakan dividen akan semakin positif ketika rasio utang perusahaan menurun, *vice-versa*.

#### **5.4 Rekomendasi**

Temuan studi ini mengungkap indikasi bahwa kemampulabaan perusahaan sampel penelitian signifikan berpengaruh negatif terhadap rasio utang

dan kebijakan dividen. Demikian juga terungkap bahwa rasio utang memediasi positif pengaruh kemampulabaan terhadap kebijakan dividen. Dengan demikian studi ini memberikan rekomendasi pentingnya pihak manajemen perusahaan sampel penelitian ini untuk meningkatkan kemampulabaan dalam mengelola aktiva perusahaan lebih efisien, efektif, dan lebih selektif dalam penggunaan biaya operasional, sehingga kemampulabaan yang meningkat dapat mengurangi risiko operasional dan *default risk* perusahaan; dan pada akhirnya meningkatkan probabilitas perusahaan membayar dividen.

Studi ini belum berhasil menunjukkan bukti bahwa rasio utang signifikan memediasi negatif pengaruh ukuran aktiva terhadap kebijakan dividen, sehingga solusi atas temuan dari studi ini kepada pihak manajemen agar selektif dalam menggunakan utang untuk kebijakan investasinya tanpa harus mengandalkan besarnya aktiva yang dapat dijadikan jaminan. Besarnya aktiva yang diperoleh dari aktivitas penjualan bersih dan kapasitas produksi dapat diarahkan pemanfaatannya untuk kesempatan tumbuh perusahaan, sehingga diharapkan perusahaan akan memiliki dana yang cukup untuk

membagikan dividen tanpa harus menggunakan instrumen utang untuk pembayarannya. Terkait dengan hal itu, pihak manajemen disarankan untuk menggunakan utang yang berimbang dengan aktiva yang dimiliki karena efektifitas penggunaannya tidak berdampak signifikan pada probabilitas pembayaran dividen perusahaan.

Studi ini masih mengabaikan efek waktu dan hasilnya juga belum mampu mengungkap variabel rasio utang yang diprosikan oleh DAR signifikan memediasi efek positif ukuran aktiva (SIZE) pada kebijakan dividen (KDIV) perusahaan sampel penelitian ini. Oleh

karena itu, agar studi dapat memberikan kualitas hasil yang sesuai dengan teori keagenan, maka untuk agenda penelitian mendatang perlu disarankan untuk penggunaan data panel dan pemilihan proksi-proksi lainnya untuk variabel rasio utang, ukuran aktiva dan dividen, dengan sampel penelitian yang lebih besar dan periode waktu yang lebih panjang. Disarankan untuk menggunakan analisis regresi dengan data panel untuk melihat perbedaan efek waktu dan efek individu, termasuk penggunaan *Sobel test* untuk menganalisis peranan variabel pemediasi, dalam studi ini rasio utang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adediran , S.A., & Alade, S.O. (2013). Dividend policy and corporate performance in Nigeria. *American Journal of Social and Management Sciences*, 4(2), 71-77.
- Bruner, Robert F., Kenneth M. E., & Michael J. Schill (2010). *Case Studies in Finance. Managing for Corporate Value Creation*. McGraw-Hill, International Edition.
- Cai, Francis., & Ghosh, Arvin (2003), Test of capital structure theory: A binomial approach. *Journal of Business and Economics Studies*, 9(2), 20-32.
- Cassar, G., & Holmes, S. (2003). Capital structure and financing of smes: Australian Evidence. *Journal of Accounting and Finance*, 43(2), 123- 147.

- Chen, Jian., & Strange, Roger. (2005). The determinants of capital structure: Evidence from Chinese listed companies. *Economic Change and Restructing*. 38, 11-35.
- Hussain, Muzzammil., & Usman, Muhammad. (2013). Investment opportunities and dividend yield-(Evidence from KSE). *International Journal of Multidisciplinary Sciences and Engineering*, 4(11), 12-16.
- Jensen, Michael C., & Meckling, W.H. (1976), Theory of firm: Theory of firm managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Jensen, G.R., Solberg, D.P., & Zorn, T.S. (1992). Simultaneous determination of insider ownership, debt and dividend policies. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. 21, 131-144.
- Iskandar, Lie Robert. (2016). Efek hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan pada kebijakan dividen perusahaan perkebunan kelapa sawit yang listed di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2010-2014. *Tesis Magister Manajemen*. Universitas Kristen Krida Wacana (Tidak Dipublikasikan).
- Low, Pek Yee., & Chen, Kung H. (2004). Diversification and capital structure: Some international evidence. *Review of Quantitative Finance and Accounting*. 23, 55-71.
- Lumbantobing, Rudolf (2014). Model persamaan berjenjang struktur modal: pandangan teori trade-off, teori pecking order, teori keagenan, dan teori kontingensi dalam upaya mengoptimalkan struktur modal perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2006-2012. *Proceding Call For Paper*. Universitas Kristen Maranatha, Bandung, Mei 2014, 5.

- Lumbantobing, Rudolf (2016). Kekuatan financial leverage perusahaan terbuka sebagai replika dasar untuk membangun kreativitas, sinergi dan daya saing industri kreatif di Indonesia. *Proceeding Call For Paper*. Konferensi Nasional Riset Manajemen X, Lombok, 20-22 September, 2016.
- Meilina (2015). Analisis faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen dengan size (ukuran perusahaan) sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta (Tidak Dipublikasi).
- Myers, Stewart C. (2001). Capital Structure. *Journal of Economic Perspectives*, 15(2), 81-102.
- Myers, Stewart C., & Majluf, Nicholas S. (1984). Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have. *Journal of Financial Economics*, 13, 187-221.
- Nurdiansyah, Mufid. (2011). Peluang dan Prospek Bisnis Kelapa Sawit di Indonesia. *Lingkungan Bisnis*.
- Putri, Dithi Amanda. (2013). Pengaruh investment opportunity set, kebijakan utang dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Universitas Negeri Padang*, 1-13.
- Ramasamy, Bala., Ong, Darryl., & Yeung, Matthew C.H. (2005). Firm size, ownership and performance in the Malaysian Palm Oil Industry. *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance*. 1, 81-104.
- Sarkaria, M., & Shergill, G.S. (2000). Market structure and financial performance – An Indian evidence with enhanced controls. *Indian Economic Journal*, 48(2), 98–105.

Supriyono, R.A. (2005). Pengaruh variabel perantara kecukupan anggaran dan partisipasi penganggaran terhadap hubungan antara komitmen organisasi dan kinerja manajer di Indonesia. *Jurnal Ekonom Perusahaan*. 12(1), 13-29.

Ross, Stephen A., Westerfield, Randolph W., Jaffe, Jeffrey., & Jordan, Bradford D. (2009). *Modern Financial Management*, International Edition. Singapore: McGraw-Hill Education.

Tong, Guanqun., & Green, Christoper J. (2005). Pecking order or trade-off hypothesis? Evidence on the capital structure of Chinese companies. *Applied Economics*, 37, 2179-2189.

**UCAPAN TERIMA KASIH KEPADA PARA REVIEWER  
(MITRA BEBESTARI) PADA TERBITAN INI**

1. Dr. Hetty Tunjungsari, S.E., M.Si. (Universitas Tarumanagara, Indonesia)
2. Dr. Innocentius Bernarto, S.T., M.M.,M.Si. (Universitas Pelita Harapan, Indonesia)
3. Dr. Keni, S.E., M.M. (Universitas Tarumanagara, Indonesia)
4. Dr. Kim Sung Suk (Universitas Pelita Harapan, Indonesia)
5. Dr. Laura Lahindah, S.E., M.M. (STIE Harapan Bangsa, Indonesia)
6. Dr. Prima Naomi (Universitas Paramadina, Jakarta)
7. Dr. Putu Anom Mahadwartha, S.E., M.M. (Universitas Surabaya, Indonesia)
8. Dr. Sabrina O. Sihombing, S.E., M.Bus. (Universitas Pelita Harapan, Indonesia)
9. Dr. Titik Indrawati, S.E., M.M. (Universitas Bina Nusantara, Indonesia)
10. Willy Gunadi, Ph.D. (Universitas Bina Nusantara, Indonesia)

## **DEREMA (DEVELOPMENT AND RESEARCH MANAGEMENT) - JURNAL MANAJEMEN UPH**

### **Sekilas tentang DeReMa Jurnal Manajemen UPH**

DeReMa Jurnal Manajemen UPH diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan yang bertujuan untuk menyebarkan hasil penelitian dan buah pikiran akademisi dan praktisi di bidang ilmu manajemen. Topik-topik dalam DeReMa antara lain mencakup manajemen keuangan, pemasaran, manajemen ritel, manajemen sumber daya manusia, manajemen operasional, manajemen strategi, bisnis internasional, usaha skala kecil dan menengah, kewirausahaan, dan manajemen pariwisata. DeReMa Jurnal Manajemen diterbitkan sejak tahun 2006 dengan periode penerbitan sebanyak 2 (dua) kali dalam setahun, yaitu bulan Mei, dan September.

### **Hak Cipta atas Karya Ilmiah**

Naskah yang dikirimkan kepada Dewan Redaksi DeReMa Jurnal Manajemen UPH harus merupakan karya asli yang belum pernah dipublikasikan sebelumnya atau dalam proses evaluasi di publikasi ilmiah lainnya. Pengecualian diberikan bagi karya ilmiah yang telah dipublikasikan dalam *proceedings*. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Dewan Redaksi DeReMa berhak untuk menerbitkan karyanya apabila lolos dalam proses evaluasi redaksi DeReMa.

### **Proses Telaah Karya Ilmiah**

Naskah yang dikirimkan akan melalui proses evaluasi dengan sistem *double-blind peer review* oleh penelaah yang dipilih oleh Dewan Redaksi dan minimal satu di antaranya adalah anggota Dewan Redaksi. Penelaah ditunjuk berdasarkan pertimbangan kepakaran dan kesesuaian bidang ilmu. Hasil evaluasi akan diberitahukan dalam waktu 2-3 bulan. Atas dasar komentar dan rekomendasi penelaah, Dewan Redaksi akan memutuskan apakah naskah diterima tanpa revisi, diterima dengan perbaikan, atau ditolak. Naskah yang telah diperbaiki harus dikembalikan kepada Dewan Redaksi dalam waktu yang telah ditentukan.

### **Pengiriman Naskah**

Naskah dikirimkan melalui elektronik kepada Dewan Redaksi DeReMa Jurnal Manajemen UPH dengan alamat [jurnal.derema@uph.edu](mailto:jurnal.derema@uph.edu). Naskah yang dikirimkan harus mengikuti petunjuk yang telah ditentukan oleh dewan redaksi DeReMa berikut ini:

1. Naskah diketik dengan ukuran A4 dengan margin batas atas, bawah, dan samping masing-masing 2,5 cm. Naskah diketik rata kanan dan kiri (*justified*) dengan spasi 1<sup>1</sup>/<sub>2</sub>.
2. Halaman depan hanya memuat judul artikel, nama penulis, nama institusi/perusahaan tempat penulis berafiliasi, alamat korespondensi, dan abstrak. Naskah tidak lebih dari 20 halaman, termasuk gambar, tabel, dan daftar referensi. Nomor halaman ditempatkan pada bagian pojok kiri bawah.
3. Abstrak ditulis dalam Bahasa Inggris maksimal 200 kata dan memuat tidak lebih dari 5 (lima) kata kunci. Penulisan bagian Abstrak berspasi tunggal dan dicetak miring. Abstrak harus menyatakan tujuan penelitian, metode yang digunakan, hasil, dan kontribusinya.
4. Gambar dan tabel diletakkan dalam badan tulisan. Gambar dan tabel diberikan nomor dengan menggunakan format penomoran Arab, contohnya Gambar 1, Tabel 1, dst.

Judul gambar diletakkan pada bagian bawah gambar, sementara judul tabel ditempatkan pada bagian atas tabel.

5. Naskah diketik dengan menggunakan huruf Times New Roman dengan ketentuan sebagai berikut:

	Ukuran	<b>Bold</b>	<i>Italics</i>	Keterangan
Judul artikel	14	Ya	Tidak	Centered
Nama penulis	12	Ya	Tidak	Centered
Nama institusi/afiliasi	12	Tidak	Tidak	Centered
Abstract	10	Tidak	Ya	Justified
Keywords	10	Tidak	Ya	Justified
Heading	12	Ya	Tidak	Justified
Isi naskah	12	Tidak	Tidak	Justified
Referensi	12	Tidak	Tidak	Justified; Marjin kiri 1 cm
Judul gambar dan tabel	10	Tidak	Tidak	Centered
Tulisan dalam gambar dan tabel	≥ 8	Tidak	Tidak	-

6. Kutipan ditulis dengan menggunakan format APA (American Psychological Association). Catatan kaki tidak diperbolehkan untuk digunakan dalam penulisan naskah. Berikut adalah contoh penulisan kutipan dengan menggunakan format APA:

- a. Sumber kutipan dengan satu penulis: (Goulding, 2005)
- b. Sumber kutipan dengan dua penulis: (Schiffman & Kanuk, 2010)
- c. Sumber kutipan dengan lebih dari dua penulis: (Ghazali *et al.*, 2008)
- d. Dua sumber kutipan dengan penulis berbeda: (Ghazali *et al.*, 2008; Danielsson, 2009)
- e. Dua sumber kutipan dengan penulis sama: (Lawson 2003, 2007). Jika tahun publikasinya sama: (Fam, 2008a, 2008b)
- f. Sumber kutipan dari institusi ditulis dengan menyebutkan akronim institusi yang bersangkutan, misalnya (BI, 2011)
- g. Sumber kutipan dari hasil wawancara: (Aldiano, wawancara pribadi, Oktober 12, 2010)

7. Daftar referensi disusun secara berurutan secara abjad dan menggunakan sistem APA (American Psychological Association) yang dapat dilihat lengkapnya di <http://www.calstatela.edu/library/guides/3apa.pdf>. Berikut adalah contoh penulisan referensi:

- a. Buku:  
Goulding, C. (2005). *Grounded theory: A practical guide for management, business, and market researchers*. London: Sage Publication.
- b. Artikel atau bagian dalam sebuah buku:  
Gerke, S. (2000). Global lifestyles under local conditions: The new Indonesian middle class. dalam B.H. Chua (Eds.), *Consumption in Asia: Lifestyle and Identities* (pp. 135-158). New York, NY: Routledge.
- c. Artikel jurnal versi cetak:  
Ghazali, M., Othman, M.S., Yahya, A.Z., & Ibrahim, M.S. (2008). Products and country of origin effects: The Malaysian consumers perception. *International Review of Business Research Paper*, 4 (2), 91-102

- d. Artikel jurnal versi elektronik:  
Danielsson, S. (2009). The impact of celebrities on adolescents clothing choices. *Undergraduate Research Journal for the Human Sciences*, 8. Retrieved April 2011, from <http://www.kon.org/urc/v8/danielsson.html>.
- e. Artikel koran atau majalah:  
Widyastuti, R.S. (2011, Januari 14). Masih sebatas macan kertas. *Kompas*, 34.
- f. Laporan organisasi atau perusahaan:  
Bank Indonesia. (2011). *Perekonomian Indonesia tahun 2010*. Jakarta: Bank Indonesia.

Jurusan Manajemen - Business School  
Universitas Pelita Harapan  
Kampus UPH Gedung F Lt. 1  
Lippo Karawaci, Tangerang 15811  
Telp. (021) 546 0901  
Fax. (021) 546 0910  
e-mail : [jurnal.derema@uph.edu](mailto:jurnal.derema@uph.edu)  
[www.uph.edu](http://www.uph.edu)

