

JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Volume 9 Nomor 1, Juni 2013/1435 H

Penanggung Jawab :

H. SRI WALYOTO, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

Ketua Penyunting :

MEIKA RIBA'ATI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

Sekretaris :

INDAH PILIYANTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

Penyunting Ahli :

MISNEN ARDIANSYAH, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

H. DWI CONDRO TRIONO, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

SITI MURTIYANI, STEI Hamfara Yogyakarta

JAKA SRIYANA, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Pelaksana Tata Usaha :

UMMI KHOLIFATURROSYIDAH, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

Alamat Redaksi :

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam - Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Jl. Pandawa - Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

Telp. 0271-5871717, 0271-781516 Hp. 0271-5871717, Fax: 0271-782774

Email: syirkah_redaksi@yahoo.com

Syirkah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam diterbitkan 2 kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Redaksi menerima artikel ilmiah mengenai hasil penelitian, survei, dan telaah pustaka yang erat hubungannya dengan bidang Ekonomi Islam, Bisnis Syariah, Manajemen Syariah, Keuangan dan Perbankan Syariah

DAFTAR ISI

Tingkat Suku Bunga Deposito, Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Financing To Deposit Ratio, Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia dan Malaysia <i>Indah Piliyanti dan Tri Wahyuni</i>	1 - 18
Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Bank Syariah (Survey Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan) <i>Suryani</i>	19 - 32
Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Financial Distress</i> <i>Susi Listiana dan Sukhemi</i>	33 - 49
Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Motivasi Wajib Pajak Terhadap Kesadaran Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Kasus di Kabupaten Bantul) <i>Suyanto dan Nurvita Resty Syaroh</i>	51 - 64
Keterkaitan Antara <i>Global Market</i> , <i>Country Of Origin</i> , Dan <i>Economic Nationalism</i> : Implikasinya Bagi Indonesia <i>Arif Muanas</i>	65 - 76
Studi Tentang Kelayakan Finansial Usaha Budi Daya Tanam Cabe Kriting Pada Kelompok Tani Basuki Desa Dompokan Jogonalan Klaten (Studi Kasus di Lahan Milik Bapak Karsono) <i>Azis Slamet Wiyono</i>	77 - 96

**TINGKAT SUKU BUNGA DEPOSITO,
TINGKAT BAGI HASIL DEPOSITO
MUDHARABAH, FINANCING TO DEPOSIT
RATIO, TINGKAT INFLASI, UKURAN
PERUSAHAAN SERTA PENGARUHNYA
TERHADAP PERTUMBUHAN DEPOSITO
MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA DAN MALAYSIA**

Indah Piliyanti dan Tri Wahyuni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

ABSTRACT

The paper aimed to determine the effect of interest rates on term deposits of 12 months, the profit sharing of 12 months of mudaraba deposits, Financing to Deposit Ratio (FRD), inflation and the size of the company on the growth of Islamic banking deposits mudharabah Indonesia and Malaysia. The sample which used in this study are Islamic Commercial Bank and Islamic Business Unit in Indonesia and Islamic Bank in Malaysia, August 2010 - July 2013. Multiple linear regression analysis is used to analysis data.

These results indicate that the deposit rate 12 months, the profit sharing for the deposits mudaraba 12 months, FDR and the inflation has no effect on the growth of Islamic banking mudaraba deposits in Indonesia and Malaysia. While the size of the company as seen from the growth of Islamic banking assets has a positive effect on the growth of mudaraba deposits of Islamic banking in Indonesia and Malaysia.

Keywords: Growth mudharabah deposits, Indonesia, Malaysia.

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia yaitu sebesar 12,7% penduduk dunia. Pada tahun 2010 penduduk muslim di Indonesia mencapai 88,1% dari total penduduk Indonesia yaitu sebesar 205 juta jiwa. Hal ini merupakan peluang dalam mengembangkan Perbankan Syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia semakin pesat dimulai setelah dikeluarkannya Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, revisi dari Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 yang memungkinkan perbankan menjalani dual banking sistem atau bank konvensional dapat mendirikan divisi syariah (Ulfah Khasanah, 2012).

Perkembangan perbankan syariah menurut para ahli lebih cepat dan lebih kokoh eksistensinya setelah disahkan undang-undang Perbankan Syariah pada tanggal 17 Juni 2008 yakni

undang-undang no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Salah satu pasal penting dalam undang-undang ini adalah pemberian kesempatan bagi unit usaha syariah yang telah memenuhi syarat tertentu untuk mengubah dirinya menjadi bank umum syariah (Khatibul Umam, 2009:1).

Dalam beberapa tahun ini, rata-rata pertumbuhan total aset perbankan syariah mencapai 33% per tahun. Sampai dengan akhir Oktober 2010, total aset perbankan syariah telah mencapai Rp. 86 Milyar. Secara kelembagaan, jumlah bank syariah telah mencapai 11 Bank Umum Syariah, 23 Unit Usaha Syariah, dan 146 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan jaringan kantor sebanyak 1.625 kantor pada akhir September 2010 (Nur Anisah, Akhmad, lailatul, 2013).

Sampai dengan bulan Desember 2012, secara kelembagaan, perbankan syariah Indonesia terdiri dari 11 Bank Umum Syariah (BUS), 24 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 158 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dengan total aset perbankan syariah mencapai Rp. 195.018 Milyar. Sedangkan jumlah deposito *mudharabah* mencapai Rp. 84.732 milyar atau 57,44% dari total Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dimiliki perbankan syariah (www.bi.go.id).

Negara yang cocok dibandingkan dengan Indonesia dilihat dari perkembangan aset dan perkembangan dana pihak ketiga dalam industri perbankan syariah adalah Malaysia. Malaysia merupakan Negara pertama yang memperkenalkan sistem perbankan Islam di Asia Tenggara.

Sampai dengan bulan Desember 2012 aset Perbankan Syariah di Malaysia mencapai RM 388.539,8 juta atau setara dengan Rp. 1.235.556,564 milyar dengan total deposito sebesar RM 273.616,4 juta atau setara dengan Rp. 870.100,152 milyar. Fitriyana (2013:8) menyebutkan pertumbuhan Asset perbankan Islam Malaysia rata-rata 20,5% sedangkan dana pihak ketiga sebesar rata-rata sebesar 21,9%.

Melihat perkembangan jumlah aset dan DPK perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia pada tahun 2011, jumlah aset dan DPK bank syariah di Indonesia masih jauh dibawah Malaysia akan tetapi pertumbuhan aset dan DPK bank syariah di Indonesia jauh lebih tinggi. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan suatu saat nanti perbankan syariah di Indonesia akan lebih berkembang dibandingkan di Malaysia.

Fungsi DPK sangat vital dalam perbankan karena DPK merupakan salah satu sumber *profit* bank yang digunakan untuk menutup biaya operasional bank syariah. Kenaikan jumlah DPK akan mendorong perkembangan bank syariah tersebut, sehingga manajemen perbankan terus berusaha untuk meningkatkan DPK. Hal ini dikarenakan perkembangan bank syariah akan berpengaruh pada performa dari bank tersebut.

Jumlah DPK yang dihimpun oleh perbankan Syariah di Indonesia sebagian besar didominasi oleh produk deposito. Dalam penelitian Dimaz (2011) dari Anonim (2006) menyatakan bahwa dilihat dari jenis simpanan, simpanan berjangka (deposito) masih

Tingkat Suku Bunga Deposito.....

3

tetap memiliki *share* tertinggi sebesar Rp. 57,15 triliun (49,66%), diikuti tabungan sebesar Rp. 35,56 triliun (30,90%) dan giro sebesar Rp. 22,37 triliun (19,44%). Sementara itu apabila dilihat dari peningkatannya, jenis simpanan deposito mengalami peningkatan terbesar yaitu sebesar 50,80% diikuti oleh simpanan giro yang meningkat sebesar 4,90% sedangkan tabungan mengalami penurunan sebesar 4,79%.

Dari praktik yang ada pada perbankan syariah, banyak variabel yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan deposito. Ketika nasabah memilih menyertakan dananya di bank dalam bentuk deposito motif dari nasabah adalah untuk mendapatkan *profit* yang tinggi dari investasi yang telah dilakukan maka besarnya bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah akan sangat mempengaruhi pertumbuhan dari deposito *Mudharabah*. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Anisah, Akhmad, lailatul, (2013). Achmad Noor Fauzi (2013) dan Azhary Husni (2009) yang menyatakan bahwa besarnya tingkat bagi hasil mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisah, Akhmad, lailatul, (2013), Achmad Noor Fauzi (2013) selain memasukkan variabel tingkat bagi hasil juga memasukan variabel ukuran perusahaan yang dilihat dari aset perbankan syariah. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari aset perbankan syariah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah*.

Dalam kondisi krisis ekonomi, bank yang bertugas sebagai lembaga intermediasi beberapa telah tersingkir. Dengan kondisi tersebut perbankan sangat takut untuk menyalurkan kredit, sehingga proporsi *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yang dalam bank syariah disebut sebagai *Financing to Deposit Ratio* (FDR) menurun cukup drastis. Penelitian yang dilakukan Nur Anisah, Akhmad, lailatul, (2013) dan Achmad Noor Fauzi (2013) menggunakan variabel likuiditas perbankan syariah yang dilihat dari FDR sebagai faktor yang mempengaruhi pertumbuhan deposito *mudharabah*.

Kinerja perbankan syariah selain dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dari bank itu sendiri, juga dipengaruhi oleh faktor-faktor moneter dan finansial lainnya. Seperti tren meningkatnya suku bunga bank konvensional, menyebabkan adanya pengalihan dana dari bank syariah ke bank konvensional, karena masyarakat yang menyimpan dana dalam bentuk deposito tentu akan memilih investasi yang bisa memberikan keuntungan/profit yang lebih tinggi. Hal ini menyebabkan pertumbuhan DPK mengalami penurunan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan Nur Anisah, Akhmad, lailatul, (2013) menyatakan bahwa tingkat suku bunga konvensional tidak berpengaruh terhadap jumlah dana deposito perbankan syariah.

Selain itu tentu kondisi perekonomian Negara memiliki sumbangan pengaruh terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah*. Krisis yang terjadi pada tahun 1998 telah mengganggu stabilitas sistem keuangan yang berdampak negatif

terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini menunjukkan bahwa perbankan syariah sendiri masih rentan kinerja dan performanya terhadap perbankan konvensional dan variabel-variabel makro ekonomi seperti inflasi, pendapatan masyarakat, jumlah uang yang beredar, sertifikat bank Indonesia serta investasi lain seperti saham. Hal ini didukung oleh penelitian Haron dan Azmi (2005) dalam Nur Anisah, Akhmad, Lailatul, (2013) yang menggunakan variabel makro seperti *base lending rate*, inflasi, indeks komposit, Gross Domestic Product (GDP), dan jumlah uang yang beredar dalam pengaruhnya terhadap DPK.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisah, Akhmad, dan Lailatul (2013) menunjukkan bahwa ternyata masyarakat Indonesia masih realistis. Hal ini ditunjukkan dari hasil yang menyatakan bahwa tingkat suku bunga berpengaruh negatif terhadap perkembangan deposito mudharabah. Artinya masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim lebih memilih investasi yang menawarkan keuntungan yang lebih besar. Masyarakat tidak memperhatikan apakah suku bunga itu riba atau tidak akan tetapi masyarakat lebih melihat kepada keuntungan/profit yang akan diperoleh dari investasinya. Apakah hal tersebut juga terjadi pada negara tetangga kita Malaysia, yang mayoritas penduduknya juga muslim?

Dengan gambaran diatas padat diketahui bahwa dana bank sangat penting posisinya dalam perbankan sehingga harus dikelola secara optimal. Perubahan sedikit saja dengan deposito sangat mempengaruhi performa dari bank dan tingkat resikonya. Terkait dengan penghimpunan dana deposito mudharabah banyak faktor yang mendukung maupun menghambat perkembangannya baik itu dari internal perbankan itu sendiri maupun faktor eksternal yang merupakan kondisi makro perekonomian suatu negara.

Berdasarkan uraian tersebut, tulisan ini akan menggali pengaruh variabel suku bunga deposito berjangka 12 bulan, bagi hasil deposito *mudharabah* 12 bulan, FDR, inflasi dan ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* perbankan syariah di Indonesia dan di Malaysia.

B. Sekilas Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia.

Perbankan Islam atau yang lebih dikenal di Indonesia sebagai bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam atau bank yang tata cara operasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan Quran dan hadis (Syafi'i Antonio, 2000). Sedangkan dalam undang-undang disebutkan Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah (UU No 21 Tahun 2008, pasal 1, ayat 7).

Di Indonesia bank syariah yang pertama kali didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Hingga September 1999 Bank Muamalat Indonesia telah memiliki lebih dari

45 outlet yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan dan Makasar.

Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan Negara-negara muslim lainnya, perkembangan bank syariah di Indonesia terus berkembang pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank syariah, pada tahun 2005 jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara jumlah BPRS hingga akhir 2004 bertambah menjadi 88 buah (Karim, 2010: 25).

Saat ini, dari statistic perbankan syariah2014, mencatat perkembangan bank syariah dari sisi asset mencapai.....dari sisi market share terhadap bank nasional.....serta dari sisi jaringan,(www.bi.go.id).

Jika dibandingkan Malaysia, maka Malaysia lebih dahulu mengembangkan industry keuangan syariah –bank syariah. Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) merupakan Bank syariah pertama di Asia Tenggara. Bank ini didirikan pada tahun 1983 dengan 30 persen modal milik pemerintah federal. Hingga akhir 1999, BIMB telah memiliki lebih dari tujuh puluh cabang yang tersebar hampir disetiap negara bagian dan kota-kota Malaysia. Sejak beberapa tahun yang lalu, BIMB telah telah tercatat sebagai *listed-Public company* dan mayoritas sahamnya dikuasai oleh lembaga urusan dan tabungan haji. Setelah 10 tahun pada maret 1993 BMN memperkenalkan Skim Perbankan Islam (*interest free banking scheme*) yang memungkinkan bank konvensional menawarkan produk perbankan syariah.

Pada tahun 1999, di samping BIMB telah hadir satu bank syariah baru dengan nama Bank Bumi Putera yang baru saja melakukan merger dengan Bank of Commerce. Di Negara jiran Malaysia disamping *full pledge Islamic banking*, pemerintah Malaysia memperkenalkan juga system *Islamic window* yang memberikan layanan syariah pada bank konvensional (Antonio, 2001: 24).

C. Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Deposito Mudharabah

1. Dana Pihak Ketiga (DPK)

Bank yang mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan yaitu menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Dengan menghimpun dana pihak ketiga dari nasabah atau depositan lalu menyalurkannya kepada debitur (pengusaha dan pihak yang membutuhkan dana segar) (Nur Anisah, Akhmad, Lailatul, 2013).

Sesuai fungsi dana pihak ketiga yang vital dengan digunakannya untuk sumber profit dan menutup laba operasional, maka bank syariah harus terus memperbaiki manajemennya untuk terus meningkatkan dana pihak ketiga yang berasal dari deposito mudharabah. Penghimpunan dana pihak ketiga selain dari deposito mudharabah juga berasal dari tabungan, sertifikat deposito, dan simpanan giro.

2. Deposito Mudharabah

Deposito *mudharabah* bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola modal sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik modal. Dalam pelaksanaannya bank sebagai *mudharib* bank dapat melakukan berbagai macam usaha untuk mengembangkan dana tersebut akan tetapi usaha tersebut harus dalam prinsip syariah, termasuk dengan *mudharabah* dengan pihak lain. Sedangkan modal yang diserahkan harus jelas jumlahnya dan harus tunai tidak berbentuk piutang. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk *nisbah* bagi hasil yang telah disepakati dalam akad awal *nisbah* ini harus dalam bentuk prosentase bagi hasil. Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan *nisbah* keuntungan yang menjadi haknya. Akan tetapi Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi *nisbah* keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Untuk jenis deposito *mudharabah* yang ada di bank syariah adalah: deposito perorangan, deposito lembaga usaha, deposito lembaga pendidikan, deposito lembaga dakwah, deposito BPR/Bank/LKBB. Deposito *mudharabah* bagi bank berfungsi sebagai sumber dana yang cukup besar yang dapat dipakai untuk membiayai kegiatan bank, bagi pihak nasabah untuk mencari keuntungan atau *nisbah* dari bagi hasil deposito *mudharabah* cukup tinggi dan bagi pemerintah dapat membantu menekan laju inflasi dengan mengurangi jumlah uang yang beredar di masyarakat dan sebagai pembiayaan bagi pembangunan nasional (Nur Anisa, Akhad, Lailatul, 2013).

3. Suku bunga Deposito Berjangka 12 bulan Bank Konvensional

Naik turunnya tingkat suku bunga dipengaruhi oleh penawaran dan permintaan uang, tingkat suku bunga cenderung naik/meningkat apabila permintaan debitur/peminjam lebih besar dari pada jumlah uang atau dana yang ditawarkan kreditur. Begitu juga sebaliknya tingkat suku bunga cenderung menurun apabila jumlah dana yang ditawarkan kreditur lebih besar dari pada permintaan dana dari debitur (Achmad, 2013:35).

Kenaikan tingkat suku bunga akan berpengaruh pada deposito *mudharabah* bank syariah. Semakin tinggi tingkat suku bunga yang diberikan bank konvensional kepada nasabah akan mengakibatkan turunnya deposito *mudharabah* bank syariah. Masyarakat akan lebih tertarik untuk menempatkan dana yang dimilikinya pada bank konvensional karena akan mendapatkan bunga yang lebih tinggi. Begitu juga apabila terjadi penurunan tingkat suku bunga masyarakat akan lebih suka menempatkan dananya pada bank syariah sehingga mengakibatkan kenaikan pada deposito *mudharabah*. Hal tersebut terjadi karena motif masyarakat dalam menempatkan dana pada bank adalah untuk mendapatkan keuntungan/profit yang tinggi.

Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisah, Akhmad, lailatul, (2013) menyatakan bahwa

tingkat suku bunga konvensional akan mempunyai pengaruh negatif terhadap jumlah dana deposito perbankan syariah.

4. Bagi Hasil Deposito Mudharabah 12 Bulan Bank Syariah

Taufik hidayat, 2011 menyatakan nisbah bagi hasil adalah istilah yang digunakan dalam bank syariah yaitu proporsi bagi hasil antar bank dan nasabah. Karim (2010: 279) menyatakan bahwa idealnya, selain dituntut untuk memenuhi aturan-aturan syaria'ah, bank syariah juga harus mampu memberikan bagi hasil kepada dana pihak ketiga minimal sama dengan atau bahkan lebih besar dari pada suku bunga yang diberlakukan bank konvensional serta menerapkan margin keuntungan pembiayaan yang lebih rendah daripada suku bunga kredit bank konvensional.

Masyarakat ketika akan menempatkan dananya di suatu bank maka, dia akan melihat seberapa besar keuntungan yang akan diperolehnya. Apalagi masyarakat yang tujuan penempatan dana tersebut adalah untuk tujuan investasi maka besarnya bagi hasil yang ditawarkan akan sangat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menempatkan dananya. Semakin tinggi bagi hasil yang ditawarkan bank syariah kepada nasabah maka lebih tertarik untuk menempatkan dananya sehingga mengakibatkan kenaikan deposito mudharabah bank syariah. Begitu juga apabila terjadi penurunan bagi hasil maka deposito mudharabah juga akan mengalami penurunan.

Adriyanti dan Wasilah (2010) dalam Nur Anisah, Akhmad dan Lailatul (2013) juga menyatakan bahwa penghimpunan dana deposito mudharabah 1 bulan pada bank muamalat Indonesia sebagai variabel terikat dipengaruhi variabel bebas tingkat bagi hasil. Dari penelitian tersebut diketahui pengaruh yang positif. Hal tersebut dikarenakan para nasabah dalam menempatkan dana di bank syariah masih dipengaruhi oleh motif untuk mencari profit sehingga jika bagi hasil bank semakin besar maka akan semakin besar pula dana pihak ketiga yang disimpan di bank syariah. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Achmad Noor Fauzi (2013) yang menemukan bahwa return dan persentase bagi hasil yang tinggi menjadi daya tarik untuk menyimpan dananya di Bank Syariah Mandiri (BSM).

Dalam penelitian yang dilakukan Azhary Husni (2009) menyatakan bahwa bagi hasil mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pertumbuhan DPK pada Perbankan syariah di Indonesia periode Januari 2006-Desember 2007.

5. *Financing to Deposit Ratio (FDR)*

FDR yaitu rasio pembiayaan terhadap dana pihak ketiga. FDR menunjukkan seberapa besar kemampuan bank dalam membayar kembali penarikan dana yang dilakukan deposan dengan mengandalkan kredit yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin rendah pula kemampuan likuiditas bank tersebut jika ada deposan

menarik dananya sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah akan semakin besar. Hal ini akan turut mempengaruhi depositan dalam memilih dimana akan menghimpun dananya.

Semakin tinggi FDR akan mengakibatkan rendahnya pertumbuhan deposito *mudharabah* pada perbankan syariah. Hal ini karena tingginya FDR menunjukkan rendahnya kemampuan bank dalam mengembalikan dana yang telah didepositokan. Sehingga kepercayaan masyarakat akan semakin rendah karena dana yang dimiliki lebih banyak digunakan untuk pembiayaan yang dilakukan oleh bank. Dengan kata lain FDR mempunyai pengaruh negatif terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* perbankan syariah.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur Anisah, Akhmad, dan Lailatul (2013) telah membuktikan bahwa FDR tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* 1 bulan bank syariah. Ismail dalam penelitian Achmad (2013) menyatakan FDR adalah rasio antara jumlah pembiayaan yang diberikan bank dengan dana pihak ketiga yang diterima oleh bank. Dana pihak ketiga biasanya lebih dikenal dengan dana masyarakat, merupakan dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat dalam arti luas, meliputi masyarakat individu maupun badan usaha. Bank menawarkan produk simpanan kepada masyarakat dalam menghimpun dananya

6. Inflasi

Kestabilan inflasi merupakan prasyarat bagi pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pentingnya pengendalian inflasi didasarkan pada pertimbangan bahwa inflasi yang tinggi dan tidak stabil memberikan dampak negatif kepada kondisi sosial ekonomi masyarakat serta dalam perbankan. Inflasi yang tinggi bahkan mengakibatkan tingginya jumlah NPL (*Non Performing Loan*) atau kredit macet yang dapat mengakibatkan terganggunya operasional perbankan.

Inflasi yang tinggi juga mengakibatkan masyarakat yang mempunyai penghasilan tetap akan mengurangi alokasi dana investasinya untuk memenuhi konsumsi, sebaliknya bila inflasi rendah maka masyarakat dapat memiliki dana yang lebih besar untuk di investasikan. Karena itu apabila inflasi mengalami kenaikan maka akan mengakibatkan rendahnya kemampuan masyarakat untuk menempatkan dananya di bank sehingga berpengaruh pada penurunan deposito *mudharabah* pada bank syariah. Begitu juga sebaliknya apabila terjadi penurunan inflasi masyarakat akan lebih banyak mempunyai dana untuk diinvestasikan pada bank sehingga deposito *mudharabah* akan mengalami peningkatan.

7. Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian yang dilakukan Nur anisah, Akhmad, dan Lailatul (2013) menunjukkan bahwa ukuran bank syariah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* 1 bulan. Ukuran bank merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh bank. Peningkatan total asset menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam beroperasi semakin bagus dan kemampuan untuk bisa melakukan pengembangan semakin luas. Asset yang besar juga memiliki kecenderungan kuat dalam menghasilkan *profit* yang tinggi.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari asset, modal, atau pun dari nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dalam struktur keuangan dalam hampir setiap studi dan untuk sejumlah alasan berbeda. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan dalam memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil pada umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir baik untuk obligasi maupun saham. Kalaupun memiliki akses, biaya peluncuran (*flotation cost*) dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan sedemikian rupa agar investor memperoleh hasil yang memberikan return yang tinggi secara signifikan (Agnes Sawir, 2004:101 dalam Achmad, 2013:68).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan data *time series* untuk rentang waktu bulanan yaitu bulan Agustus 2010 – Juli 2013. Sumber data diperoleh dari situs resmi Bank Indonesia (BI) pada statistik perbankan syariah yang memberikan data-data yang relevan, Badan Pusat Statistik (BPS) dan situs-situs resmi Bank Negara Malaysia pada buletin perangkaan bulanan (*monthly statistical bulletin*). Dalam penelitian ini menggunakan metode sensus dimana keseluruhan populasi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah di Indonesia dan Bank Syariah yang ada di Malaysia yang terdapat dalam periode penelitian dijadikan sebagai objek penelitian. Penelitian ini menggunakan 36 waktu pengamatan (N = 36) (Agustus 2010 – Juli 2013).

Secara sistematis semua variabel dalam penelitian ini, dapat disajikan dalam matriks variabel penelitian seperti pada tabel 1 berikut:

Tabel 1
Variabel penelitian

	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan deposito mudharabah bank syariah di Indonesia dan Malaysia	Suku Bunga	Tingkat suku bunga deposito berjangka 12 bulan pada bank konvensional	Tingkat suku bunga deposito bank konvensional	Rasio
	Bagi hasil	Tingkat bagi hasil (<i>Ekuvalen rate</i>) dari deposito mudharabah 12 bulan	Tingkat bagi hasil deposito mudharabah banksyariah	Rasio
	FDR (<i>Financing to Deposit Ratio</i>)	Mengambarkan likuiditas syariah	Rasio total bank pembiayaan dengan deposito	Rasio
	Ukuran perusahaan	Mengambarkan ukuran bank syariah dilihat dari sisi aset	Pertumbuhan jumlah aset dengan periode sebelumnya	Rasio
Pertumbuhan deposito mudharabah	Deposito Mudharabah	Mengambarkan pertumbuhan jumlah deposito mudharabah 12 bulan	Pertumbuhan jumlah deposito mudharabah 12 bulan dengan periode sebelumnya	Rasio

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier berganda. Dimana dengan menggunakan analisis regresi ini peneliti dapat mengetahui seberapa kuat pengaruh kelima variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Dalam model regresi, bukan hanya variabel independen saja yang mempengaruhi variabel dependen, melainkan masih ada faktor lain yang menyebabkan kesalahan dalam observasi, yang disebut dengan variabel pengganggu (ϵ).

Persamaan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan pada penelitian ini adalah:

$$DM = \beta_0 + \beta_1 TSB + \beta_2 TBH + \beta_3 FDR + \beta_4 INFLASI + \beta_5 SIZE + \epsilon$$

Keterangan:

DM : pertumbuhan jumlah deposito *mudharabah* berjangka

β_0 : *intercept*/konstant

Tingkat Suku Bunga Deposito.....

11

SB : suku bunga deposito berjangka pada bank konvensional
BH : bagi hasil (ekuivalen rate) dari deposito *Mudharabah* berjangka pada periode bulan sebelumnya
FDR : *Financing to Deposit Ratio* (FDR) yang menggambarkan likuiditas bank syariah
Inflsi : inflasi perekonomian Indonesia
SIZE : ukuran bank syariah (pertumbuhan aset bank syariah)
 ϵ : Error

Pengujian digunakan model statistik parametrik sehingga sebelum analisis data, diperlukan uji asumsi klasik terlebih dahulu bertujuan untuk mendapatkan estimasi (Sri Handayani, 2011). Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih tepat dalam penelitian. Dalam uji asumsi klasik meliputi uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual memiliki distribusi normal atau tidak. Kemudian uji multikolinieritas yang bertujuan untuk menguji regresi apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model yang baik harusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas (independen). (Ghozali,2009). Juga uji autokolerasi dari durbin watson untuk mendeteksi apakah ada kolerasi atau tidak dalam data time series yang digunakan. Selain itu juga uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain, dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*.

Untuk menguji hipotesisi dalam penelitian ini, digunakan metode regresi linier berganda, uji signifikansi parameter individual (Uji t) dan koefisien determinan. Dalam pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas.

Semakin tinggi nilai R^2 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan *adjusted R²* berkisar antara nol sampai dengan satu. Semakin nilai *adjusted R²* mendekati satu berarti semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

Analisis

Pengujian asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji multikolinieritas, uji autokolerasi, heteroskedartisitas dan uji normalitas. Untuk uji multikolinieritas dapat di nilai dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari hasil penelitian yang dilakukan di Indonesia dan Malaysia diketahui bahwa

bahwa semua variabel independen yang masuk kedalam model memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10,0 sehingga tidak ditemukan multikolinearitas diantara variabel-variabel independen tersebut. Untuk pengujian autokolerasi, pengambilan keputusan dengan menggunakan tabel *durbin watson* dibawah ini.

Tabel10
DW Test

Harga DW	Kesimpulan
Kurang dari 1,10	Ada Autokolerasi
1,10 sampai dengan 1,54	Tanpa kesimpulan
1,55 sampai dengan 2,54	Tidak ada autokolerasi
2,55 sampai dengan 2,90	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,91	Ada autokolerasi

Sumber: Algifari (2000)

Perhitungan regresi pada penelitian di Indonesia menghasilkan nilai *Durbin Waston* (DW) test sebesar 2,199 sehingga apabila *dikonversikan* kedalam tabel 10 menghasilkan kesimpulan persamaan regresi tidak terdapat Autokolerasi, karena nilai 2,199 terletak pada rentang 1,55 sampai dengan 2,54. Sedangkan pada penelitian di Malaysia DW test sebesar 1,986 atau terletak pada rentang 1,55 sampai dengan 2,54 yang berarti tidak terdapat Autokolerasi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* pada penelitian di Indonesia dan Malaysia dimana hasilnya menunjukkan bahwa residual cenderung menyebar secara random dan tidak berpola, sehingga bisa disimpulkan bahwa asumsi *heteroskedastisity* telah terpenuhi (tidak terjadi heteroskedastisitas). Untuk uji normalitas berdasarkan grafik *Normal P-P Plot of Regression standardized residual*, pada penelitian yang dilakukan di Indonesia dan Malaysia terlihat bahwa residual relatif menyebar disekitar garis diagonal sehingga residual berdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan tingkat signifikansi dari *F value* lebih kecil dari 0,05.

Tabel 2
Coefficients^a Indonesia

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1. (Constant)	-.290	.216		-1.344	.189
suku bunga	.009	.018	.149	.536	.596
bagi hasil	.015	.011	.259	1.385	.176
Inflasi	.002	.004	.063	.429	.671
FDR	.001	.002	.181	.838	.409
Ukuran Perusahaan	.721	.141	.638	5.107	.000

a. Dependent Variable: pertumbuhan_deposito

Tabel 2 diatas memperlihatkan persamaan regresi linier berganda pada penelitian di Indonesia adalah:

$$Y = -0,290 + 0,009X_1 + 0,015X_2 + 0,002X_3 + 0,001X_4 + 0,721X_5 + 0,216.$$

Dimana:

Y = pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan

X₁ = suku bunga deposito berjangka 12 bulan bank konvensional

X₂ = bagi hasil deposito mudharabah 12 bulan bank syariah

X₃ = inflasi perekonomian di indonesia

X₄ = FDR yang menggambarkan likuiditas bank syariah

X₅ = ukuran perusahaan (bank syariah) dilihat dari pertumbuhan aset bank syariah.

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X₁ terhadap Y (0,596) > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh suku bunga terhadap pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan bank syariah. Sedangkan nilai signifikansi X₂ terhadap Y adalah (0,176) > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh bagi hasil terhadap pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan bank syariah. Untuk nilai signifikansi X₃ terhadap Y sebesar (0,671) > 0,05 maka inflasi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan bank syariah. Sedangkan nilai signifikansi X₄ terhadap Y adalah (0,409) > 0,05 yang artinya variabel FDR tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan deposito mudharabah.

Nilai signifikansi variabel X₅ terhadap Y adalah (0,000) < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dilihat dari pertumbuhan aset bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan bank syariah.

Pada penelitian yang dilakukan di Indonesia dari output SPSS terlihat bahwa besarnya koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,480 atau 48 persen. Hal ini berarti sebesar 48 persen variasi yang terjadi pada variabel dipengaruhi oleh variabel suku bunga, bagi hasil, FDR, inflasi dan ukuran perusahaan secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan koefisien determinasi tersebut, maka diketahui pula besarnya koefisien non-determinasi, yaitu sebesar 100 persen - 48 persen = 52 persen. Hal ini berarti sebesar 52 persen variabel pertumbuhan deposito *mudharabah* dipengaruhi oleh variabel bebas lain diluar variabel suku bunga, bagi hasil, FDR, inflasi dan ukuran perusahaan. Mengacu pada besarnya koefisien determinasi tersebut, maka dapat dipastikan bahwa kelima variabel bebas penelitian ini masih kalah dominan pengaruhnya jika dibandingkan dengan koefisien non-determinasi dalam rangka mempengaruhi pertumbuhan deposito *mudharabah* perbankan di Indonesia.

Tabel 3
Coefficients^a Malaysia

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1. (Constant)	.079	.074		1.074	.291
suku bunga	.009	.028	.062	.309	.759
bagi hasil	.002	.018	.020	.131	.897
Inflasi	.000	.003	-.016	-.118	.907
FDR	-.001	.001	-.191	-1.322	.196
pertumbuhan_ Aset	.862	.135	.756	6.399	.000

a. Dependent Variable: pertumbuhan_deposito

Tabel diatas memperlihatkan persamaan regresi linier berganda pada penelitian di Malaysia dimana :

$$Y = 0,079 + 0,009X_1 + 0,002X_2 + 0,000X_3 - 0,001X_4 + 0,862X_5 + 0,074$$

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X_1 terhadap Y ($0,759$) $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh suku bunga terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* 12 bulan bank syariah. Sedangkan nilai signifikansi X_2 terhadap Y adalah ($0,897$) $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak ada pengaruh bagi hasil terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* 12 bulan bank syariah. Untuk nilai signifikansi X_3 terhadap Y sebesar ($0,907$) $> 0,05$ maka inflasi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* 12 bulan bank syariah. Sedangkan nilai signifikansi X_4 terhadap Y adalah ($0,196$) $> 0,05$ yang artinya variabel FDR tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah*.

Nilai signifikansi variabel X_5 terhadap Y adalah ($0,000$) $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dilihat dari pertumbuhan aset bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pertumbuhan deposito *mudharabah* 12 bulan bank syariah.

Besarnya koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* yang diperoleh dari pengolahan data dengan program SPSS adalah sebesar 0,591 atau 59,1 persen. Hal ini berarti sebesar 59,1 persen variasi yang terjadi pada variabel terikat dipengaruhi

oleh variabel suku bunga, bagi hasil, FDR, inflasi dan ukuran perusahaan secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan koefisien determinasi tersebut, maka diketahui pula besarnya koefisien non-determinasi, yaitu sebesar 100 persen - 59,1 persen = 40,9 persen. Hal ini berarti sebesar 40,9 persen variabel pertumbuhan deposito *mudharabah* dipengaruhi oleh variabel bebas lain diluar variabel suku bunga, bagi hasil, FDR, inflasi dan ukuran perusahaan. Mengacu pada besarnya koefisien determinasi tersebut, maka dapat dipastikan bahwa kelima variabel bebas penelitian ini masih mendominasi pengaruhnya jika dibandingkan dengan koefisien non-determinasi dalam rangka mempengaruhi pertumbuhan deposito *mudharabah* perbankan di Malaysia.

Kesimpulan

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian pengaruh suku bunga deposito, bagi hasil deposito *mudharabah*, financing to deposit ratio, inflasi, dan ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* pada bank syariah di Indonesia dan Malaysia untuk periode Agustus 2010 - Juli 2013 adalah suku bunga deposito, bagi hasil deposito *mudharabah*, financing to deposit ratio dan inflasi tidak berpengaruh pada pertumbuhan deposito *mudharabah*. Sedangkan ukuran perusahaan yang dilihat dari sisi aset mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan deposito *mudharabah* pada perbankan syariah di Indonesia dan Malaysia.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa masyarakat di Indonesia dan Malaysia tidak lagi memperhatikan besarnya suku bunga yang ditawarkan oleh perbankan ketika mereka akan menyimpan dananya pada perbankan. Masyarakat lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh bank serta kepercayaan pada bank tersebut. Selain pelayanan dan kepercayaan masyarakat juga memperhatikan karakteristik dari bank yang meliputi perhatian masyarakat terhadap prinsip syariah, produk-produk Islami serta bagi hasil. Sebagaimana yang ditemukan oleh Ghozali Mazki (2010).

Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa masyarakat ketika akan menempatkan dananya tidak terlalu memperhatikan faktor bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah. Masyarakat lebih memperhatikan prinsip syariah dan produk-produk Islami, hal ini seperti yang ditemukan oleh Ghozali Mazki (2010) pada penelitiannya yang dilakukan pada 80 responden 35 responden memperhatikan prinsip syariah sedangkan 45 responden tidak memperhatikan prinsip syariah dan 45 responden memperhatikan produk-produk Islami sedangkan 35 responden tidak memperhatikan produk-produk Islami. Muh. Ghafur Wibowo (2004) juga menyampaikan bahwa ketika masyarakat menyimpan uangnya bermotifkan primordial keagamaan, artinya faktor yang paling mempengaruhi nasabah untuk menabung adalah keyakinan terhadap kesesuaian antara mekanisme perbankan Syariah dengan aturan (syariah) hidup

Islam yang lebih dijamin kebenarannya dibanding mekanisme perbankan konvensional.

Likuiditas perbankan syariah tidak menunjukkan pengaruh pada pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan. Nasabah telah memberikan kepercayaan terhadap bank syariah sehingga dalam menempatkan dananya deposan tidak melihat angka pembiayaan yang dibandingkan dengan dana pihak ketiga yang tinggi. Inflasi juga tidak memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan, tampaknya masyarakat telah terbiasa dengan inflasi yang terjadi sehingga sudah dapat merencanakan dana yang digunakan untuk konsumsi dan dana investasi. Akibatnya fluktuasi tingkat inflasi tidak mempengaruhi pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan bank syariah.

Ukuran perusahaan (bank syariah) yang dilihat dari pertumbuhan aset yang dimiliki perbankan syariah menunjukkan pengaruh positif terhadap pertumbuhan deposito mudharabah 12 bulan. Pada umumnya deposan akan lebih merasa nyaman menyimpan dananya di bank syariah yang mempunyai ukuran besar dan berfikir akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

**Indah
dan
Tri**

16

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2000, Analisis Statistik untuk Bisnis dengan Regresi, Kolerasi dan Nonparametrik, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Al-Khomariah, Yasiroh, 2013, *Analisis Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Produk Domestik Bruto (PDB) Riil, dan Bagi Hasil terhadap Jumlah Tabungan Masyarakat pada Perbankan Syariah di Indonesia (Periode : 2007 Triwulan I – 2011 Triwulan IV)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Anisah Nur, et. al, 2013, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Bank Syariah*, Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, Vol.1, No.2.
- Antonio, Muhamad Syafi'I, 2011. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Diulio, Eugene A., 1993, *Teori Dan Soal-Soal Uang dan Bank*, Jakarta: Erlangga.
- Fauzi, Achmad Noor, 2013, *Analisis pengaruh tingkat suku bunga, tingkat bagi hasil, FDR, Ukuran bank terhadap dana pihak ketiga (studi kasus PT Bank mandiri. Tbk periode 2008-2011)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Fitriyani, 2013, *Analisis Pengaruh Non Performing Financing(NPF) Terhadap Perkembangan Perbankan Syari'ah Indonesia dan Malaysia (Studi pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syari'ah Periode Tahun 2007-2010)*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi System Multivariante Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Sri, 2011, *Pengaruh Rasio Keuangan Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Pemeringkatan Obligasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Dan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2007-2009)*, Skripsi: Universitas Semarang.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2006, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hidayat, Taufik, 2011, *Buku Pintar Investasi Syari'ah*, Jakarta: Media Kita. <http://www.eramuslim.com/peradaban/ekonomi-syariah/peluang-tantangan-dan-outlook-perbankan-syariah-2013.htm>, Diakses 7 Oktober 2013.
- Husni, Azhary, 2009, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Periode : Januari 2006 – Desember 2007*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.6, No.1.
- Karim, Adiwarmanto A, 2010, *Bank Islam Analisis Fiqih dan keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, Urfah, 2012, *Analisis Pengaruh Pendapatan Bank, DPK, Dan ROA Terhadap Profit Sharing Deposito Mudharabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Tahun 2008-2011*, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Komaludin, Ade, et. al, *Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Tabungan Di Indonesia Periode Tahun 1985-2000*, Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.
- Maski, Ghozali, 2010, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Di Malang*, Journal of Indonesian Applied Economics, Vol.4, No.1.

- Muhammad, 2005, *Manajemen Bank syariah*, Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN.
- Nandadipa, Seandy, 2010 *Analisis Pengaruh CAR, NPL, Inflasi, Pertumbuhan DPK, Dan Exchange Rate Terhadap LDR (Studi Kasus Pada Bank Umum Di Indonesia Periode 2004 – 2008)*, Skripsi: Universitas Diponegoro.
- Perwataatmadja, Karnaen A. dan Hendri Tanjung, 2007, *Bank Syariah Teori, Praktik, dan Peranannya*, Jakarta: Celestial Publishing.
- Priyonggo, Suseno dan Heri Sudarsono, 2004, *Undang-Undang Peraturan Bank Indonesia (PBI) Dan Surat Keputusan Direksi BI (SK-DRI) Tantang Perbankan Syariah*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (Anggota IKAPI).
- Putra, Dimaz Pradana, 2011, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghimpunan Tabungan Masyarakat Pada PT. Bank Syariah Mandiri*, Skripsi: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Ragandhi, Arsad, *Pengaruh Pendapatan Nasional, Inflasi, Dan Suku Bunga Deposito Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Indonesia*, *Jurnal Studi Ekonomi Indonesia*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Spica, Almilia Luciana dan Anton Wahyu Utomo, 2006, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Suku Bunga Deposito Berjangka Pada Bank Umum Di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis ANTISIPASI*, Vol. 10. No.1.
- Sugiyono, 2007, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, Warkum, 2004, *Asas-Asas perbankan islam dan lembaga-lembaga terkait (BAMUI, Takaful, dan pasar Modal syariah di Indonesia)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institute Bankir Indonesia, 2003, *Konsep, Produk Dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djambatan
- Umam, Khatibul, 2009, *Tren Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca Undang-Undang Nomer 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Wibowo, Muh. Ghafur, 2004, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Simpanan Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia)*, *Jurnal Aplikasi Il-mu-Ilmu Agama* Vol.V, No.2.
- www.bi.go.id
www.bmn.gov.com
www.bps.go.id
www.statistics.gov.my/

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS
PELAYANAN BANK SYARIAH
(SURVEY PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
CABANG MEDAN)**

Suryani

Dosen Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam STAIN Malikussaleh
Lhokseumawe - Aceh. email: suryapijar@yahoo.com.

ABSTRACT

The way that the company selling services to be more superior to the competitors is by providing the best quality services to their consumers interest. The level of quality services should be viewed from the customers assessment point of view. Therefore, informulating strategy and service programs, the company must put the orientation to the interests of customers with respect to the components of service quality.

This study is aimed to identify factors that can improve the quality of services at PT. Bank Muamalat Indonesia, Branch Medan. The samples of the study are taken from customers who visit Bank Muamalat of Branch Medan from period the 21th November to 25th November 2011. The sampling technique used in this study is accidental sampling or convenience sampling where the customers who met by chance with the researcher will be placed in the survey for 5 days and they will be obtained 50 respondents. The instrument used in this research is a questionnaire and it is analyzed using a descriptive technique.

The first factor that may explain the quality of service is the excellence of communication. This factor consists of (1) There is no essential error in transaction, (2) There is an attention to the problems of queue, (3) The ability of the employee to give a description of the products offered, and (4) The ability of employees to make correction quickly they get some mistake.

The second factor is the innovation of products consists of: (1) employees would like to welcome the customers (2) Employees are willing to listen well to any complaints by clients, (3) Products and services provided by the bank is very interesting and innovative, and (4) The products and services of the banks are various.

The third factor is the physical aspect which consists of: (1) cleanliness of the room, and (2) physical appearance of employees.

Keywords: the quality of services, Islamic banking.

PENDAHULUAN

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan

merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).

Semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut ditandai dengan semakin maraknya ekspansi dari bank-bank asing yang mencoba masuk ke pasar perbankan di Indonesia. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah tersebut dalam melakukan transaksi keuangan. Persaingan yang ketat baik antar bank syariah maupun dengan bank konvensional meningkatkan standar nasabah terhadap jasa perbankan. Sehingga pendekatan menggunakan sentimen syariah menjadi tidak lagi efektif. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan sistem konvensional dan memiliki *image* bahwa pelayanan bank konvensional lebih baik dari bank syariah menjadi tantangan bagi bank syariah untuk menemukan strategi yang lebih tepat dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar.

Semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut ditandai dengan semakin maraknya ekspansi dari bank-bank asing yang mencoba masuk ke pasar perbankan di Indonesia. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah tersebut dalam melakukan transaksi keuangan (Infobank, April 2008).

Munculnya konsep bank syariah di Indonesia dimungkinkan melalui Undang-Undang Perbankan Nasional No. 7 tahun 1992 yang menyatakan dimungkinkan bank dengan sistem bagi hasil yang pada akhirnya mengilhami lahirnya Bank Muamalat Indonesia. Sejalan dengan munculnya krisis moneter yang akhirnya menjadi krisis ekonomi di Indonesia yang antara lain ditandai dengan banyaknya bank yang dilikuidasi. Pada sisi lain Bank Muamalat Indonesia tetap tegap menjalankan operasinya. Terjadinya perubahan Undang-Undang No.7 tahun 1992 menjadi Undang-Undang (UU) No. 10 tahun 1998 semakin memberikan stimulus munculnya perbankan syariah di Indonesia. Karena dalam UU baru tersebut dinyatakan dimungkinkan bank beroperasi dalam dua sistem yaitu bank konvensional dan bank syariah (*dual banking system*).

Konseptualisasi dan pengukuran persepsi kualitas pelayanan adalah salah satu topik kontemporer yang paling diperdebatkan dan kontroversial dalam literatur pemasaran jasa (Brady dan Cronin, 2001; Zeithaml, 2000; Zins, 2001; Rust dan Oliver, 2000;. Lapierre et al, 1996). Karena jasa tidak berwujud, konsumen menilai kualitas secara subjektif. Seperti yang dirasakan layanan/ produk yang berkualitas telah disebut sebagai "sulit dipahami" (Parasuraman et. al, 1985; Smith, 1999), dan berbagai penelitian menganggap bahwa konstruk ini masih dianggap "tidak terselesaikan" (Carhuana et al, 2000).

Pengukuran kualitas pelayanan oleh Parasuraman etal. (1985) pada riset eksplanatorinya, dijelaskan pelayanan dan faktor-faktor yang

menentukannya. Dalam penelitian ini didefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai derajat ketidakcocokan antara harapan normatif nasabah pada jasa dan persepsi nasabah pada kinerja pelayanan yang diterima. Dari penelitian ini digunakan instrumen SERVQUAL, yaitu suatu skala yang terdiri dari 22 item untuk mengukur kualitas pelayanan yang tercakup dalam lima dimensi, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dimensi *reliability* yang paling penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kemudian diikuti dimensi *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Firdaus Abdullah (2011) mencatat sejumlah besar studi empiris pada kualitas pelayanan bank berdasarkan literatur, sebagian besar penelitian ini mengukur kualitas pelayanan dengan mereplikasi atau mengadaptasi model SERVQUAL (Kumaretal, 2010; Petridouetal, 2007; Jabnoundan Al Tamimi, 2003; Blanchard dan Galloway, 1994; MacDougall dan Levesque, 1994; Newman dan Cowling, 1996; Athanassopoulos, 1997; Lloyd-Walker dan Cheung, 1998; Marshall dan Smith, 2000). Firdaus Abdullah, dkk (2011) sendiri mengembangkan sebuah analisis faktorial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki tiga dimensi yaitu "*Systemization of service delivery*", "*Komunikasi Handal*" dan "*Responsivitas*", dan selanjutnya beberapa analisis regresi menunjukkan bahwa "*sistematisasi*" adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling penting dalam sektor perbankan yang kemudian disebut sebagai Indeks BSQ (*Bank Service Quality*). (Firdaus Abdullah, et.al. 2011: 542-555).

Penelitian Saad A. Metawa, Mohammed Almosawi, (1998), berhasil mengidentifikasi profil dan perbankan kebiasaan nasabah bank syariah serta kesadaran mereka, penggunaan, dirasakan pentingnya dan tingkat kepuasan dengan produk saat ini dan layanan disediakan oleh dua bank syariah terkemuka yang beroperasi di Bahrain. Metawa dan Almosawi (1998) mengembangkan atribut-atribut yang mempengaruhi perilaku nasabah meliputi: ketersediaan kredit, saran kerabat dan rekomendasi, teman, saran dan rekomendasi, lokasi yang nyaman, berbagai Bank layanan, kualitas layanan, ketersediaan ATM, jam bank yang memadai, investasi, keramahan personil, memahami kebutuhan keuangan, layanan khusus perempuan, dan nama bank. (Saad A. Metawa, 1998:299-313).

Mengingat konsep kualitas pelayanan Bank itu sendiri masih memiliki berbagai perbedaan, maka penelitian ini mencoba untuk menganalisis faktor pembentuk kualitas pelayanan menggunakan 13 atribut pelayanan dan diharapkan dapat membentuk faktor konstruk kualitas pelayanan.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Definisi awal kualitas layanan didasarkan pada paradigma yang disebut "*diskonfirmasi*". Menurut Parasuraman et.al. (1985), persepsi kualitas pelayanan adalah hasil dari perbandingan antara apa yang konsumen mempertimbangkan layanan harus dan mereka

persepsi tentang kinerja yang sebenarnya ditawarkan oleh penyedia layanan. (A.Parasuraman, et.al. 1985: 41-50).

Parasuraman et.al. (1985) mendalilkan lima dimensi dari pengalaman pelayanan diterkenal Model SERVQUAL mereka: keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan berwujud.

Parasuraman et. al (1990) telah mengembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*Service Quality*), SERVQUAL ini merupakan skala multi item yang terdiri dari 22 pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi nasabah atas kualitas layanan. Menurut Parasuraman et al (1990) kualitas layanan meliputi lima dimensi yaitu:

1. *Tangibles*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personilnya dan sarana komunikasi. Hal ini berkaitan dengan fasilitas fisik, penampilan karyawan, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi layanan, fasilitas fisik seperti gedung, ruang tempat layanan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, AC, tempat parkir merupakan salah satu segi dalam kualitas jasa karena akan memberikan sumbangan bagi konsumen yang memerlukan layanan perusahaan. Penampilan karyawan yang baik akan memberikan rasa dihargai bagi nasabah yang dilayani sedang dalam peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan layanan akan memberikan kontribusi pada kecepatan dan ketepatan layanan.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Hal ini berarti bahwa pelayanan harus tepat waktu dan dalam spesifikasi yang sama, tanpa kesalahan, kapanpun pelayanan tersebut diberikan.
3. *Responsiveness* (keikutsertaan), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap. Hal ini tercermin pada kecepatan, ketepatan layanan yang diberikan kepada nasabah, keinginan karyawan untuk membantu para nasabah (misal: *customer service* memberikan informasi seperti yang diperlukan nasabah), serta adanya karyawan pada jam-jam sibuk (seperti tersedianya *teller* pada jam-jam sibuk).
4. *Assurance*, yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Berkaitan dengan kemampuan para karyawan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah, adanya perasaan aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi, dan pengetahuan dan sopan santun karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen, pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan akan menimbulkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perusahaan.
5. *Empathy*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Hal ini berhubungan dengan perhatian atau kepedulian karyawan kepada pelanggan (misal: untuk menemui karyawan senior), kemudahan mendapatkan layanan (berkaitan dengan banyaknya outlet, kemudahan mendapatkan informasi

melalui telepon). Kepedulian karyawan terhadap masalah yang dihadapinya. Perusahaan memiliki objektivitas yaitu memperlakukan secara sama semua nasabah. Semua nasabah berhak untuk memperoleh kemudahan layanan yang sama tanpa didasari apakah mempunyai hubungan khusus dengan karyawan atau tidak.

Kualitas menurut Kotler adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Sementara pelayanan mengandung pengertian setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu. (Philip, Kotler, 2002: 67).

Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil keseluruhan system pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya, bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta adanya tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. (Fandy Tjiptono, 2004: 59).

Bank Syariah

Bank Islam atau yang disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Syariah merupakan lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain Bank Umum Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha atau beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan tidak mengandalkan pada bunga dalam memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran. (Muhammad, 2005: 5-7).

Menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/148/KEP/DIR tanggal 12 November 1998 pasal 12 ayat (3) menyatakan bahwa Bank berdasarkan Prinsip Syariah adalah:

“Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam. Bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana/ pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Dalam buku “Apa dan Bagaimana Bank Islam”, Perwataatmadja dan Antonio mendefinisikan bank Islam sebagai berikut:

“Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang tata cara operasinya mengacu kepada al-Qur'an dan Hadits. Bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islami. Sesuai dengan suruhan dan larangan Islam itu, maka yang dijauhi adalah praktek-praktek yang mengandung unsur-unsur riba, sedangkan yang diikuti adalah praktek-praktek usaha yang dilakukan di Zaman Rasulullah SAW atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tetapi tidak dilarang oleh beliau. (Perwataatmadja & Antonio, 1992:1-2).

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan syariat Islam, yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil, bukan prinsip pranata bunga. Bank syariah merupakan *profit oriented business* dan tidak hanya diperuntukkan bagi umat Islam, tetapi untuk seluruh masyarakat.

Sejak satu dekade terakhir di Indonesia telah diperkenalkan suatu sistem perbankan dengan metode pendekatan syariah Islam yang dapat menjadi perbankan alternatif bagi masyarakat, khususnya bagi umat Islam. Gambaran suatu perbankan yang aman, terpercaya dan amanah serta terbebas dari riba sangat dirindukan oleh masyarakat.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

Perbankan syariah di Indonesia sendiri muncul pada tanggal 1 Mei 1992 yaitu sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI), hingga saat ini perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga cukup menggembirakan. Perbankan syariah memasuki sepuluh tahun terakhir, pasca perubahan UU Perbankan yang ditandai dengan terbitnya UU No. 10/1998 tentang Perbankan, mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang amat pesat. Perkembangan yang pesat itu terutama tercatat sejak dikeluarkannya ketentuan Bank Indonesia yang memberi izin untuk pembukaan bank syariah yang baru maupun pendirian Unit Usaha Syariah (UUS).

Bank Syariah menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menjauhi praktik riba, untuk diisi dengan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dari pembiayaan perdagangan. Industri perbankan syariah merupakan bagian dari sistem perbankan nasional yang mempunyai peranan penting dalam

perekonomian. Peranan perbankan syariah secara khusus antara lain sebagai perekat nasionalisme baru, artinya menjadi fasilitator jaringan usaha ekonomi kerakyatan, memberdayakan ekonomi umat, mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan, mendorong pemerataan pendapatan, dan peningkatan efisiensi mobilitas dana. (Muhammad, 2005: 16).

METODOLOGI

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Penelitian survey dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. (Sugiyono, 2007: 7).

Dalam penelitian ini akan dilakukan survey pada sejumlah nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. Berdasarkan tingkat ekplanasinya, penelitian ini dikategorikan penelitian deskriptif dimana penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor mana yang terbukti sebagai pembentuk kualitas pelayanan membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu masalah dengan masalah yang lain.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2007:90). Objek analisis dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah yang berkunjung ke PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan periode 21 November sampai dengan 25 November 2011.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* atau *convenience sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dijumpai ditempat survey, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel akan berhenti setelah tepenuhinya range waktu yaitu selama 5 hari dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 50 responden.

Jenis dan Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pengisian kuisisioner yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden. Teknik pengisian kuisisioner ini memberikan tanggung jawab kepada setiap responden untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam daftar pertanyaan. Dalam rangka menggali informasi lebih jelas dan lebih lengkap, pengumpulan data melalui kuisisioner tersebut akan disertai dengan wawancara yang mendalam kepada sebagian responden, dengan tetap berpedoman pada kuisisioner.

Data sekunder dalam penelitian ini antara lain berupa data tentang perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang diperoleh melalui jurnal, majalah maupun akses data lewat internet maupun informasi-informasi lain yang dapat digunakan sebagai acuan untuk mendukung penelitian mengenai kualitas pelayanan nasabah pada Bank.

Operasionalisasi Variabel

Kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dalam hal ini adalah nasabah pada Bank berbasis Syariah. Atribut kualitas pelayanan Bank Syariah diadaptasi dari 5 dimensi kualitas pelayanan dari Parasuraman et. al (1990) dengan SERVQUAL (*Service Quality*) dan dimensi produk dengan total item pertanyaan sebanyak 13. Atribut kualitas pelayanan meliputi:

1. Kebersihan ruangan.
2. Penampilan fisik dan kerapian karyawan.
3. Tidak adanya kesalahan dalam transaksi.
4. Ada berbagai pilihan produk dan jasa yang ditawarkan sehingga nasabah bisa memilih.
5. Setiap keluhan atau masalah yang dihadapi oleh pelanggan segera diselesaikan.
6. Perhatian terhadap masalah antrian.
7. Kemampuan karyawan memberi penjelasan mengenai produk yang ditawarkan.
8. Kemampuan karyawan melakukan koreksi dengan cepat pada waktu terjadi kekeliruan.
9. Karyawan memberi ucapan selamat datang atau sambutan lain ketika pelanggan datang-pulang.
10. Karyawan mendengarkan dengan baik setiap keluhan yang disampaikan oleh nasabah.
11. Produk dan jasa yang diberikan bank syariah sangat menarik dan inovatif.
12. Jenis produk dan jasa bank syariah sangat beragam sehingga memberikan banyak pilihan sesuai kebutuhan saya.
13. Istilah-istilah dan nama produk/jasa syariah sudah akrab ditelinga saya.

Teknik Analisis

Teknik statistik yang digunakan adalah analisis faktor. Tujuannya adalah untuk mengelompokkan data menjadi beberapa kelompok sesuai dengan saling korelasi antar variabel. Pada aplikasi penelitian, analisis faktor dapat digunakan untuk mengetahui pengelompokkan individu sesuai dengan karakteristiknya, maupun untuk menguji validitas konstruk. Proses analisis faktor sendiri mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling dependen dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah awal. Analisis data menggunakan bantuan Program SPSS versi 17.0

HASIL PENELITIAN

Reliabilitas dan Validitas Instrumen

Nilai cronbach alpha diperoleh sebesar 0.894 yang mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Sementara, besaran nilai corrected item-total correlation seluruh item pertanyaan juga memperlihatkan angka di atas 0.30 yang berarti seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

Hasil Analisis Faktor

Setelah seluruh item dinyatakan valid, maka selanjutnya dilakukan analisis faktor. Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menguji apakah indikator-indikator pembentuk variabel dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk variabel. Dalam analisis ini akan dilihat seberapa besar korelasi antar faktor satu dengan faktor lain yang menjadi pembentuk variabel. Jika ditemukan korelasi yang cukup kuat di antara faktor-faktor maka dinyatakan faktor tersebut dinyatakan memang sebagai pembentuk variabel. Besaran matrik korelasi yang disepakati untuk analisis faktor adalah 0,5. Hasil dengan menggunakan SPSS versi 17.0 (*Statistical Product and Service Solutions*) adalah sebagai berikut:

Hasil uji analisis faktor pada 13 atribut kualitas pelayanan diperoleh nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* pada kotak KMO and Bartlett's Test adalah sebesar 0,727. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrumen ini valid karena nilai KMO telah melebihi dari 0,5. Disamping itu, dilihat dari nilai Bartlett's Test menunjukkan nilai 378.211 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh atribut/item instrumen ini telah memenuhi syarat valid.

Tabel 1. Nilai KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.727
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	378.211
	df	78
	Sig	.000

Selanjutnya, hasil korelasi dari masing-masing faktor tersebut juga tergolong tinggi (> 0,5). Hasil pengujian analisis diketahui bahwa nilai korelasi anti-image masing-masing item dirangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. Korelasi Anti-Image Atribut Kualitas Pelayanan

Atribut Pelayanan	Nilai Korelasi Anti-Image
Ruangan	0.660
Penampilan _Fisik	0.543
Kesalahan	0.783
Pilihan_Produk	0.764
Keluhan	0.662
Perhatian	0.653
Penjelasan	0.862
Koreksi	0.780
Ucapan	0.800
Mendengarkan	0.855
Inovasi	0.650
Beragam	0.647
Istilah_Produk	0.748

Berdasarkan korelasi anti-image di atas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh atribut diikuti sertakan dalam model, dimana seluruhnya memiliki nilai korelasi anti-image yang lebih besar dari 0.50.

Dari 13 atribut yang diteliti, ternyata hasil ekstraksi komputer menghasilkan 3 faktor (nilai eigen value > 1 yang menjadi faktor). Faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 45.299%, faktor 2 menjelaskan 12.819%, dan faktor 3 mampu menjelaskan sebesar 8.904%. Dari tiga faktor ini mampu menjelaskan lebih dari 50% yaitu sebesar 67% varian variabel kualitas pelayanan.

Tabel 3. Hasil Total variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.889	45.299	45.299
2	1.667	12.819	58.118
3	1.157	8.904	67.022
4	.991	7.626	74.647
5	.758	5.830	80.478
6	.641	4.933	85.411
7	.499	3.837	89.248
8	.431	3.313	92.561
9	.358	2.750	95.311
10	.222	1.706	97.016
11	.161	1.239	98.256
12	.144	1.108	99.363
13	.083	.637	100.000

Extraction Method : Principal Component Analysis

Analisis Faktor.....

29

Dengan melihat komponen matrik (Tabel 4) diketahui bahwa butir yang mempunyai korelasi cukup kuat dengan faktor 1 adalah item pertanyaan ke 3, 5, 6, 7, 8. Faktor kedua yang memiliki nilai korelasi cukup tinggi adalah item ke 9, 10, 11 dan 12. Sedangkan faktor ketiga dibentuk oleh item 1, dan 2.

Tabel 4. Hasil Component Matix

	Component		
	1	2	3
Ruangan	0.155	0.097	0.913
Penampilan Fisik	0.064	-0.018	0.895
Kesalahan	0.719	0.279	0.162
Pilihan_Produk	0.415	0.360	0.357
Keluhan	0.853	-0.042	0.049
Perhatian	0.678	0.227	0.272
Penjelasan	0.563	0.457	0.273
Koreksi	0.622	0.312	0.196
Ucapan	0.360	0.515	0.494
Mendengarkan	0.402	0.490	0.530
Inovasi	0.109	0.912	0.113
Beragam	0.267	0.860	0.035
Istilah_Produk	0.563	0.482	-0.103

Setelah diperoleh kesimpulan bahwa hasil rotasi menunjukkan bahwa item ke 4 (pilihan produk) tidak termasuk dalam tiga komponen faktor, karena korelasinya tidak mencapai angka 0.5, sehingga hasil akhir memperlihatkan bahwa hanya 12 atribut pelayanan yang selanjutnya dikelompokkan menjadi tiga faktor.

Dengan melihat komponen matrix di atas, maka selanjutnya adalah pemberian nama faktor. Pemberian nama faktor ini menurut Ghozali bersifat subjektif, dan kadang-kadang faktor loading tertinggi digunakan untuk memberi nama faktor. (Imam Ghozali, 2011: 399). Dengan demikian faktor 1 dinamakan "keandalan komunikasi", faktor kedua dinamakan "inovasi produk", dan faktor ketiga adalah "fisik".

Faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan adalah faktor keadilan komunikasi. Faktor ini terdiri dari:

1. Tidak adanya kesalahan dalam transaksi.
2. Perhatian terhadap masalah antrian.
3. Kemampuan karyawan memberi penjelasan mengenai produk yang ditawarkan.
4. Kemampuan karyawan melakukan koreksi dengan cepat pada waktu terjadi kekeliruan.

Faktor kedua adalah inovasi produk terdiri dari:

1. Karyawan memberi ucapan selamat datang atau sambutan lain ketika pelanggan datang-pulang.
2. Karyawan mendengarkan dengan baik setiap keluhan yang disampaikan oleh nasabah.
3. Produk dan jasa yang diberikan bank syariah sangat menarik dan inovatif.
4. Jenis produk dan jasa bank syariah sangat beragam sehingga memberikan banyak pilihan sesuai kebutuhan saya.

Faktor ketiga adalah aspek fisik terdiri dari:

1. Kebersihan ruangan.
2. Penampilan fisik dan kerapian karyawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dijelaskan sebelumnya maka beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- a. Hasil uji reliabilitas dan validitas memperlihatkan bahwa 13 butir pertanyaan terbukti memenuhi syarat reliabilitas dan validitas item.
- b. Berdasarkan analisis faktor diperoleh besaran nilai-nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)* adalah sebesar 0,727. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrumen ini valid karena nilai KMO telah melebihi dari 0,5.
- c. Berdasarkan korelasi anti-image di atas, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh atribut diikuti sertakan dalam model, dimana seluruhnya memiliki nilai korelasi anti-image yang lebih besar dari 0.50.
- d. Hasil ekstraksi komputer hanya menghasilkan 3 faktor (nilai eigen value > 1 yang menjadi faktor). Faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 45.299%, faktor 2 menjelaskan 12.819%, dan faktor 3 mampu menjelaskan sebesar 8.904%. Dari tiga faktor ini mampu menjelaskan lebih dari 50% yaitu sebesar 67% varian variabel kualitas pelayanan.
- e. Faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan adalah faktor keadilan komunikasi. Faktor ini terdiri dari (1) Tidak adanya kesalahan dalam transaksi; (3) Perhatian terhadap masalah antrian; (3) Kemampuan karyawan memberi penjelasan mengenai produk yang ditawarkan; dan (4) Kemampuan karyawan melakukan koreksi dengan cepat pada waktu terjadi kekeliruan.

Faktor kedua adalah inovasi produk terdiri dari: (1) Karyawan memberi ucapan selamat datang atau sambutan lain ketika pelanggan datang-pulang; (2) Karyawan mendengarkan dengan baik setiap keluhan yang disampaikan oleh nasabah; (3) Produk dan jasa yang diberikan bank syariah sangat menarik dan inovatif; dan (4) Jenis produk dan jasa bank syariah sangat beragam.

Faktor ketiga adalah aspek fisik terdiri dari: (1) Kebersihan ruangan; dan (2) Penampilan fisik dan kerapian karyawan.

Saran

Memperhatikan temuan penelitian maka beberapa saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi 3 faktor pembentuk kualitas pelayanan Bank Syariah meliputi "keandalan komunikasi", faktor kedua dinamakan "inovasi produk", dan faktor ketiga adalah "fisik".

Analisis Faktor.....

31

- b. Kualitas Layanan Bank Syariah yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan menjadi pelengkap penting untuk ukuran kualitas pelayanan Perbankan Syariah, memberikan informasi yang bermanfaat ke lembaga perbankan, pemegang saham, investor, regulator pemerintah, dan nasabah.
- c. Penelitian lanjutan disarankan mengembangkan atribut pelayanan yang lebih banyak dengan menambahkan aspek-aspek seperti ketersediaan kredit, saran kerabat dan rekomendasi, lokasi yang nyaman, ketersediaan ATM, jam bank yang memadai, memahami kebutuhan keuangan, layanan khusus perempuan, dan nama bank.

- A.Parasuraman, Zeithaml, V.A. and Berry, L.L, (1985), *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- Abdullah, Firdaus, Rosita Suhaimi, Gluma Saban, Jamil Hamali, (2011), "*Bank Service Quality (BSQ) Index: An Indicator of Service Performance*", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 28 Iss: 5.
- Caceres, Ruben Chumpitaz and Nicholas G. Paparoidamis, (2005), "*Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment and Business-to-Business Loyalty*", European Journal of Marketing, 2007, Vol. 41 No. 7/8.
- Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, (2004), *Service, Quality & Satisfaction*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Firdaus Abdullah, Rosita Suhaimi, Gluma Saban, Jamil Hamali, (2011), *Bank Service Quality (BSQ) Index: An Indicator of Service Performance*, International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 28 Iss: 5 pp. 542-555.
- Ghozali, Imam, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM-SPSS19*, BP_UNDIP, Semarang.
- Kotler, Philip, (2002), Edisi Milenium. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Metawa, Saad A. Mohammed Almosawi, (1998), "*Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications*", International Journal of Bank Marketing, Vol. 16 Iss: 7.
- Muhammad. (2004). *Bank Syariah : Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia.
- , (2005), *Bank Syariah Problem, dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- , (2005), *Manajemen Bank Syariah*, UUP AMPYKPN, Yogyakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L, (1985), "*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*" Journal of Marketing, Vol. 49 No. 4.
- Perwataatmadja, Karnaen A. dan M. Syafi'i Antonio, (1992), *Apa dan Bagaimana Bank Syariah*, Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta.
- Ruben Chumpitaz Caceres, dkk, (2005), *Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment and Business-to-Business Loyalty*. European Journal of Marketing, Vol. 41 No. 7/8, 2007 pp. 836-867.
- Saad A. Metawa, Mohammed Almosawi, (1998), *Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 16 Iss: 7 pp. 299-313.
- Sugiyono, (2007), *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.

**PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE,
PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE
TERHADAP FINANCIAL DISTRESS**

Susi Listiana

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta

Sukhemi

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta

ABSTRACT

The research's aim is to prove empirically the effect of corporate governance consisting of managerial ownership, institutional ownership, audit committee, independent commissioner and several of financial ratios, such as; profitability and leverage toward financial distress.

This research's population is the entire companies listed in Indonesian Stock Exchange. The samples were taken by purposive sampling. The financial distress company's criterion is a company with interest coverage ratio less than 1. Total samples are 63 companies consisting of 33 financial distress companies and 30 non financial distress companies in the same field. Logistic regression is used as the analysis tool in this research.

The result of the research that corporate governance structure has no significant influence on financial distress. Profitability has negative and significant influence on financial distress. Leverage has positive and significant influence on financial distress.

Key Words: Corporate governance, profitability, leverage, and financial distress.

Latar Belakang

Perusahaan *go public* pada era globalisasi saat ini dituntut mempunyai *corporate governance (CG)* yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah untuk melindungi kepentingan *stakeholders*. *Corporate governance* merupakan suatu sistem pengendalian internal melalui proses dan struktur yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, berdasarkan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika (Effendi, 2009). Penerapan *corporate governance* di Indonesia baru dimulai pasca krisis ekonomi 1997-1998, akan tetapi belum semua perusahaan menerapkan *corporate governance* (Wardhani, 2007). Keberhasilan perusahaan yang dilihat dari CG merupakan tolak ukur dari kinerja manajemen.

Selain itu, keberhasilan perusahaan juga dapat dilihat dari kinerja keuangan. Kinerja keuangan dilihat dari berbagai rasio yang ada dalam laporan keuangan. Laporan keuangan dibuat oleh perusahaan dengan tujuan memberikan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan investasi dan pendanaan (Almilia dan Kristijadi, 2003). Laporan keuangan menurut PSAK No. 1 adalah bagian dari proses pelaporan keuangan perusahaan yang memiliki tujuan memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja, dan arus kas perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam rangka membuat keputusan-keputusan ekonomi serta menunjukkan pertanggungjawaban (*stewardship*) manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan kepada mereka. Laporan keuangan dapat dijadikan sebagai salah satu alat untuk memprediksi kesulitan keuangan serta dijadikan dasar untuk mengukur kesehatan suatu perusahaan melalui rasio-rasio keuangan yaitu perhitungan rentabilitas solvabilitas dan likuiditas. Dari berbagai perhitungan rasio yang ada maka untuk menilai keadaan keuangan suatu perusahaan dapat digunakan beberapa rasio antara lain rasio profitabilitas dan rasio *laverage*.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan berdasarkan penggunaan aset (Riyanto, 2001). Berdasarkan hasil penelitian Andre (2013) menunjukkan bahwa ROA dapat digunakan untuk mengukur pencapaian profitabilitas suatu perusahaan. Rasio selanjutnya yang dapat digunakan untuk mengukur kondisi keuangan perusahaan adalah rasio *leverage*. Rasio *leverage* ialah kondisi dimana suatu perusahaan dapat melakukan pelunasan hutang jangka pendek maupun jangka panjang (Riyanto, 2001). Penelitian Almilia dan Kristijadi (2003) menunjukkan bahwa rasio *financial leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki permasalahan keuangan dapat dilihat dari rasio hutang yang dimiliki. Ketika perusahaan mengalami permasalahan dengan hutang atau keadaan dimana hutang perusahaan lebih besar dibandingkan dengan aktiva perusahaan ini akan mengakibatkan perusahaan mengalami permasalahan keuangan. Ketika suatu perusahaan tidak dapat memperbaiki kondisi keuangan dengan cepat dan tepat maka perusahaan akan mengalami kondisi *financial distress*.

Financial distress merupakan tahap dimana kondisi keuangan perusahaan mengalami penurunan, karena perusahaan tidak mampu menjaga dan mengelola kestabilan kinerja keuangan. Menurut Andre (2013) *financial distress* berawal ketika perusahaan mengalami kerugian operasional yang terus menerus sehingga menyebabkan defisiensi modal. *Financial distress* ini dapat dilihat dengan berbagai cara, seperti kinerja keuangan yang semakin menurun, ketidakmampuan perusahaan membayar kewajiban, adanya penghentian pembayaran deviden, masalah arus kas yang dihadapi perusahaan, kesulitan likuiditas, adanya pemberhentian tenaga kerja, dan kondisi-kondisi lainnya yang mengindikasikan kesulitan keuangan yang dihadapi oleh perusahaan. Dengan demikian *financial distress* bisa dilihat sebagai

kontinum yang panjang, mulai dari yang ringan sampai yang paling berat (Emrinaldi, 2007) dalam (Triwahyuningtias, 2012).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman mengenai pengaruh *Corporate governance*, Profitabilitas, *Leverage* terhadap *Financial Distres*.

Kajian Teori

1. Corporate Governance

Corporate Governance (CG) merupakan suatu proses dan struktur yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika (Effendi, 2009).

Implementasi dari prinsip CG berkaitan dengan pengembangan dua aspek yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu: Perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*) (Effendi, 2009). *Software* yang lebih bersifat psikososial mencakup perubahan paradigma, visi, misi, nilai (*values*), sikap (*attitude*) dan etika berperilaku (*behavioral ethics*). Sedangkan, *hardware* yang lebih bersikap teknis mencakup pembentukan atau perubahan struktur dan sistem organisasi. Berbagai penelitian terdahulu yang telah meneliti perangkat keras (*hardware*) ialah penelitian Wardhani (2006) dan Hanifah dan Purwanto (2013).

Kepemilikan manajerial didefinisikan sebagai kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen, dalam hal ini kepemilikan oleh dewan direksi dan dewan komisaris (Wardhani, 2006). Kepemilikan manajerial diasumsikan mampu meningkatkan tingkat masalah keagenan yang timbul dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan oleh manajerial yaitu dewan direksi dan dewan komisaris akan menguntungkan individu karena pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perusahaan akan merugikan perusahaan.

Penelitian oleh Classens et al. (1996) dalam Wardhani (2006) Struktur kepemilikan menyatakan bahwa nilai suatu perusahaan akan lebih tinggi apabila perusahaan tersebut dimiliki oleh lembaga keuangan yang disponsori oleh bank. Hal ini menjelaskan bahwa bank, sebagai pemilik perusahaan, akan menjalankan fungsi *monitoring-nya* dengan lebih baik dan investor percaya bahwa bank tidak akan melakukan kecurangan atas aset perusahaan selain itu, apabila perusahaan tersebut dimiliki oleh perbankan maka apabila perusahaan tersebut menghadapi

masalah keuangan maka perusahaan akan lebih mudah mendapatkan suntikan dana dari bank.

c. Komite audit

Komite audit pada prinsipnya memiliki tugas pokok dalam membantu dewan komisaris melakukan fungsi pengawasan atas kinerja perusahaan. Sesuai dengan Bursa Efek Indonesia melalui Kep.Direksi BEJ No.Kep315/BEJ/06/2000 menyatakan bahwa: Komite audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris perusahaan, yang anggotanya diangkat dan diberhentikan oleh dewan komisaris serta anggota terdiri sekurang-kurangnya atas tiga orang anggota, yang bertugas untuk membantu melakukan pemeriksaan atau penelitian yang dianggap perlu terhadap pelaksanaan fungsi direksi dalam pengelolaan perusahaan (Effendi, 2009).

d. Dewan Komisaris

Dewan komisaris pada suatu perusahaan lebih ditekankan pada fungsi monitoring, serta diharapkan mampu meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dengan pemegang saham (Wardhani, 2006). Komposisi dewan komisaris harus sedemikian rupa sehingga dapat memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak secara independen. Jumlah dewan komisaris yang terlalu banyak menimbulkan permasalahan agensi yang muncul dari pemisahan antara manajemen dan kontrol perusahaan.

2. Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul manakala ada ketidak lengkapan informasi pada saat melakukan kontrak (perikatan) (Gudono, 2012). Kontrak yang dimaksudkan di sini adalah kontrak antara prinsipal (pemberi kerja, misalnya pemegang saham atau pimpinan perusahaan) dengan agen (penerima perintah, misalnya manajemen atau bawahan). Menurut Triwahyuningtias dan Muharam (2012) *agency theory* menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak yang memberi wewenang (*principal*) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (agen) yaitu manajer, dalam bentuk kontrak kerja sama. Menurut Gudono (2012) teori keagenan meramalkan jika agen memiliki keunggulan informasi dibandingkan prinsipal dan kepentingan agen serta *principal* berbeda, maka akan terjadi *principal-agent problem* di mana agen akan melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya namun merugikan *principal*.

Beban yang muncul karena tindakan manajemen tersebut menjadi *agency costs* (Gudono, 2012). *Agency costs* tersebut dapat merugikan perusahaan secara materil maupun non materil serta menimbulkan berbagai permasalahan. Permasalahan yang muncul akibat adanya perbedaan kepentingan antara agen dan *principal* disebut *agency problem*. *Agency problem* dalam suatu perusahaan harus diselesaikan dengan menyelaraskan kepentingan antara agen dan

principal. Corporate Governance diperlukan untuk mengurangi agency problem antara agen dan principal.

3. Profitabilitas

Analisis profitabilitas digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Alat yang sering digunakan untuk menilai laba adalah perputaran aset (Sugiri, 2009). Perputaran aset adalah rasio antara penjualan dan rerata aset. Rerata aset adalah rata-rata dari aset awal dan akhir periode. *Return On Aseet* (ROA) adalah rasio antara laba operasi bersih setelah pajak dan rerata aset. Rerata aset dihitung sebagai rata-rata dari aset awal dan akhir periode (Sugiri, 2009).

4. Leverage

Rasio *Leverage* suatu perusahaan ialah kondisi dimana suatu perusahaan dapat melakukan pelunasan hutang jangka pendek maupun jangka panjang, rasio ini sangat penting untuk melihat keadaan keuangan perusahaan (Riyanto, 2001). Menurut Kasmir (2008) dalam Andre (2013) rasio leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai oleh hutang.

5. Financial Distress

Financial distress merupakan kondisi penurunan keuangan yang dialami oleh suatu perusahaan selama beberapa tahun berturut-turut sehingga dapat mengakibatkan kebangkrutan (Platt dan Platt, 2002) dalam (Hanifah dan Purwanto, 2013).

Financial distress is a situation a firm's operating cash flows are not sufficient to satisfy current obligation (such as trade credits or interest expenses) and the firm is forced to take corrective action. Financial distress may lead a firm to default on a contract, and it may involve financial restructuring between the firm, its creditors, and its equality investors. usually the firm is forced to take actions that it would not have taken if it had sufficient cash flow (Ross, 2001).

Pengertian *financial distress* menurut Ross (2001) Keadaan dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang ditandai dengan arus kas yang dihasilkan perusahaan tidak cukup untuk memenuhi kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek dan perusahaan diharuskan untuk melakukan koreksi terhadap aktivitas perusahaan. *Financial distress* juga dapat menyebabkan perusahaan mengalami kebangkrutan dan terpaksa mengambil tindakan untuk memperbaiki arus kas.

Perumusan Hipotesis

Financial distress merupakan suatu keadaan perusahaan dalam tekanan atau permasalahan keuangan, ketika kondisi ini dibiarkan berlarut-larut akan mengakibatkan kebangkrutan perusahaan. Kondisi ini dapat diperbaiki dengan melihat kinerja perusahaan yaitu kinerja manajemen (*corporate governance*) dan kinerja keuangan (Laporan keuangan berupa rasio keuangan).

Corporate governance yang dapat dilihat dari struktur perusahaan berupa kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan komisaris. Ketika kepemilikan perusahaan dimiliki oleh pihak manajerial justru akan cenderung melakukan tindakan-tindakan yang menguntungkan secara pribadi oleh karena itu dengan kepemilikan perusahaan dimiliki oleh manajerial semakin meningkat maka keputusan yang diambil manajerial perusahaan akan lebih cenderung untuk menguntungkan dirinya dan secara keseluruhan akan merugikan perusahaan (Wardhani, 2006). Dari penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan oleh lembaga keuangan atau bank. Ketika bank, sebagai pemilik perusahaan, bank akan menjalankan fungsi monitoringnya dengan lebih baik dan investor percaya bahwa bank tidak akan melakukan kecurangan atas aset perusahaan (Wardhani, 2006). Apabila perusahaan dalam permasalahan keuangan akan lebih mudah mendapatkan suntikan dana dari bank, jadi kepemilikan oleh bank akan menurunkan kemungkinan perusahaan mengalami kebangkrutan. Dari penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Komite audit memiliki fungsi membantu melakukan pemeriksaan atau penelitian yang dianggap perlu terhadap pelaksanaan fungsi direksi dalam pengelolaan perusahaan (Effendi, 2009). Keberadaan komite audit diharapkan dapat mengurangi permasalahan keagenan yang timbul pada suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat terhindar dari tekanan keuangan / *financial distress* yang berdampak pada kebangkrutan perusahaan (Hanifah dan Purwanto, 2013). Dari penjelasan tersebut dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Komite audit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Komisaris independen dapat mengurangi *agency problem* yang terjadi pada perusahaan karena dengan adanya komisaris independen yang memiliki fungsi mengawasi kinerja dari dewan direksi yang dipimpin oleh CEO. Permasalahan dalam CG adalah kekuatan CEO yang lebih besar dari dewan komisaris (Wardhani, 2006). Dengan adanya komisaris yang independen hal tersebut dapat diatasi. Dari penjelasan tersebut dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Ukuran dewan komisaris menentukan keadaan suatu perusahaan dalam keadaan baik atau tidak. Dewan komisaris berperan untuk memonitoring implementasi kebijakan direksi. Komposisi dewan komisaris harus sedemikian rupa sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, tepat dan cepat serta dapat bertindak secara independen dalam arti tidak mempunyai kepentingan

yang dapat mengganggu kemampuannya untuk melaksanakan tugasnya secara mandiri dan kritis dalam hubungan satu sama lain serta terhadap direksi (Triwahyuningtias dan Muharam, 2012). Kecilnya jumlah komisaris berarti fungsi monitoring yang dijalankan perusahaan tersebut relatif lebih lemah. Dari penjelasan tersebut dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan dapat menggunakan profitabilitas. profitabilitas ini sering digunakan untuk melihat keadaan perusahaan dalam keadaan baik atau perusahaan sedang bermasalah (*financial distress*). Perusahaan dalam keadaan baik apabila laba yang diperoleh perusahaan mengalami pertumbuhan dan positif, akan tetapi ketika perusahaan mengalami tekanan keuangan (*financial distress*) profitabilitas akan turun dari tahun sebelumnya dan mencapai angka negatif. Hal tersebut dibuktikan dengan menurunnya tingkat keuntungan akan berpengaruh terhadap keadaan keuangan perusahaan yang semakin menurun dan dapat mengakibatkan *financial distress* (Andre, 2013). Dari penjelasan tersebut dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Dengan rasio *leverage* antara total utang terhadap total aktiva dapat digunakan untuk melihat perusahaan dalam keadaan yang sehat atau tidak. Keadaan perusahaan sehat ditandai dengan rasio utang yang kecil, sedangkan ketika perusahaan dalam keadaan tidak sehat atau dalam tekanan keuangan *leverage* akan tinggi (Andre, 2013). Dari penjelasan tersebut dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.

Metode Penelitian

Variabel Penelitian

Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (*Financial Distress*)

Financial distress dalam penelitian ini adalah kondisi suatu perusahaan yang mengalami permasalahan keuangan. Pengukuran *financial distress* menurut Classens et al. (1999) dalam Wardhani (2006) menggunakan *interest coverage ratio/ICR*, yaitu rasio antara biaya bunga terhadap laba operasional kurang dari satu. Penelitian ini menggunakan variabel dummy dengan skala nominal. Variabel dummy adalah variabel yang digunakan untuk mengukur skala ukuran non-metrik atau kategori. penilaian *financial distress* dengan variabel dummy yaitu jika perusahaan mengalami permasalahan keuangan diberi angka satu (1) dan sebaliknya untuk perusahaan yang tidak mengalami *financial*

distress diberi angka nol (0). skala nominal adalah skala pengukuran yang menyatakan kategori, atau kelompok dari suatu subyek (Ghozali, 2011).

2. Variabel Independen

a. Corporate Governance

Struktur *corporate governance* yang terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran komite audit, komisaris independen, ukuran dewan komisaris yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen. Pengukuran kepemilikan manajerial dilihat dari prosentase (%) kepemilikan saham yang dimiliki oleh dewan komisaris dan dewan direksi (Wardhani, 2006).

2) Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh lembaga keuangan antara lain bank atau lembaga investasi lainnya. Pengukuran kepemilikan institusional dilihat dari prosentase (%) keberadaan pihak institusional pada periode t pada suatu perusahaan (Triwahyuningtias&Muharam, 2012).

3) Ukuran Komite audit

Komite audit adalah suatu badan yang bertugas untuk mengawasi kinerja dewan komisaris dan dewan direksi. Pengukuran komite audit dalam penelitian ini diukur dengan jumlah anggota di dalam komite audit (Hanifah dan Purwanto, 2013).

4) Komisaris Independen

Komisaris independen adalah dewan yang dibentuk sebagai kontrol perusahaan, berfungsi mengawasi kinerja dari dewan direksi yang dipimpin oleh CEO. Pengukuran dengan perhitungan sebagai berikut (Wardhani, 2007):

$$\text{komisaris Independen} = \frac{\text{Proporsi komisaris independen}}{\text{total komisaris di periode } t}$$

5) Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah dewan yang dibentuk untuk monitoring kinerja perusahaan serta meminimalisir permasalahan agensi yang timbul antara dewan direksi dan pemegang saham. Pengukuran dengan cara menghitung jumlah dewan komisaris pada periode t, termasuk komisaris independen (Wardhani, 2007).

b. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam satu periode. Indikator pengukuran profitabilitas menggunakan Return On Asset (ROA) (Andre, 2013):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total asset}}$$

a. Leverage

Rasio *Leverage* adalah kondisi dimana suatu perusahaan dapat melakukan pelunasan hutang jangka pendek maupun jangka panjang. Perhitungan rasio leverage ialah sebagai berikut (Almilia, 2003):

$$\text{Dept Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{total aktiva}}$$

Metode Penentuan

Populasi penelitian ini adalah keseluruhan Perusahaan pada sektor manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti ini menggunakan data dari tahun 2010-2012 atau selama 3 tahun periode pelaporan.

Sampel adalah sebagian perusahaan yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dengan cara *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu (Sugiyono, 2013). Kriteria yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang secara terus menerus melaporkan laporan annual report selama tahun 2010-2012.
2. Perusahaan yang menyampaikan data secara lengkap selama periode pengamatan tahun 2010-2012 berkaitan dengan variabel *corporate governance*, profitabilitas, dan *leverage*.
3. Perusahaan yang tidak melakukan merger, akuisisi dan perubahan bentuk usaha lainnya.
4. Pengambilan sampel dari perusahaan publik yang memiliki rasio *interest coverage* kurang dari satu dan perusahaan pasangan yang rasio *interest coverage* tidak kurang dari satu.

Teknik Analisis

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan paparan dan gambaran dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Analisis deskriptif berisi tentang analisis nilai rata-rata (mean), maksimum, dan minimum (Ghozali, 2011). Analisis ini untuk menggambarkan variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, komisaris independen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage*.

2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi logistik (*logistic regression*), dimana variabel bebas merupakan campuran antara variabel kontinyu (metrik) dan kategorial (non-metrik). *Logistic regression* adalah regresi untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel

bebasnya. Teknik analisis ini tidak memerlukan uji asumsi klasik lainnya pada variabel bebas (Ghozali, 2011). Model regresi logistik adalah sebagai berikut:

$$\ln(p/1-p) = \text{DISTRESSED}_t = \beta_0 + \beta_1 \text{MAN_OWN}_t + \beta_2 \text{INS_OWN}_t + \beta_3 \text{AUD_COM}_t + \beta_4 \text{IND_COM}_t + \beta_5 \text{COM_SIZE}_t + \beta_6 \text{PROF}_t + \beta_7 \text{LEV}_t + \epsilon_i$$

Keterangan:

DISTRESSED = Perusahaan *financial distress* bernilai (1) dan perusahaan *non financial distress* bernilai (0).

β_0 = Konstanta

$\beta_{1,2,3,4,5,6,7}$ = Koefisien regresi

MAN_OWNT = Kepemilikan Manajerial

INS_OWNT = Kepemilikan Institusional

AUD_COMt = Ukuran Komite Audit

IND_COMt = Komisaris Independen

COM_SIZEt = Ukuran Dewan Komisaris

PROFt = Profitabilitas

LEVt = Leverage

ϵ_i = Disturbance error

a. Menilai Kelayakan Model

Menurut Ghozali (2011) beberapa *test statistics* diberikan untuk menilai overall fit model terhadap data. Hipotesis untuk menilai model fit adalah

H0: Model yang dihipotesiskan fit dengan data

HA: Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Dalam menilai *overall fit model*, dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

- 1) Hosmer dan Lemeshow
- 2) Chi Square (χ^2)
- 3) Cox dan Snell's R Square dan Nagelkerke's R Square
- 4) Tabel klasifikasi

b. Pengujian Signifikansi dari Koefisien Regresi

Pada regresi logistik digunakan uji *wald* untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen yang masuk ke dalam model. Oleh karena itu, apabila uji *wald* terlihat angka signifikan lebih kecil dari 0,05, maka koefisien regresi adalah signifikan pada tingkat kepercayaan 5%. Dengan uji *wald*, kita dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap kemungkinan perusahaan berada pada kondisi *financial distress*. Hubungan odds dengan variabel bebas adalah linear. Log dari odds adalah fungsi linear dari variabel bebas dan dapat diinterpretasikan seperti koefisien pada analisis regresi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

A. Deskripsi Data

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dari data diolah dapat diketahui bahwa karakteristik dari seluruh sampel perusahaan yang

mengalami *financial distress* maupun *non financial distress* tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Statistik deskriptif

	All Sample			Financially Distressed Subsample			Financially Distressed Subsample		
	Minimum	Maximum	Mean	Minimum	Maximum	Mean	Minimum	Maximum	Mean
MAN_OWNT	.00	.70	.0375	.00	.70	.0497	.00	.26	.0240
INS_OWNT	.00	.13	.0043	.00	.13	.0065	.00	.06	.0019
AUD_COMt	2.00	4.00	3.0476	2.00	4.00	3.0606	3.00	4.00	3.0333
IND_COMt	.00	.67	.3776	.25	.67	.3982	.00	.67	.3550
COM_SIZEt	2.00	9.00	3.8254	2.00	7.00	3.9394	2.00	9.00	3.7000
PROFt	-.76	.37	-.0191	-.76	.16	-.0951	.00	.37	.0646
LEVt	.00	2.99	.6188	.00	2.99	.8125	.00	.81	.4057
Valid N (listwise)	63			33			30		

Sumber : Data Sekunder, diolah tahun 2014

Hasil dari olah data statistik deskriptif dengan keseluruhan sampel 63 perusahaan yang terdiri dari 33 perusahaan *financial distress* dan 30 perusahaan *non-financial distress*. Berdasarkan olah data keseluruhan perusahaan tersebut adalah sebagai berikut: kepemilikan manajerial memiliki mean 0,375, nilai minimum 0,000, dan nilai maksimum 0,70. Kepemilikan institusional untuk keseluruhan sampel memiliki mean 0,0043, nilai minimum 0,00 dan nilai maksimumnya 0,13. Ukuran komite audit memiliki mean 3,0476, nilai minimum 2,00 dan nilai maksimum 4,00. Komisaris independen memiliki rata-rata 0,3776, nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum 0,67. Ukuran dewan komisaris memiliki nilai mean 3,8254, nilai minimum 2,00 dan nilai maksimum 9,00. Profitabilitas memiliki nilai mean -0,191, nilai minimum -0,76 dan nilai maksimum 0,37. *Leverage* memiliki nilai mean 0,6188, nilai minimum 0,00 dan maksimum 2,99.

B. Pengujian hipotesis

1. Menilai Kelayakan Model

Berdasarkan uji kelayakan keseluruhan model dalam menilai *overall fit model* adalah sebagai berikut:

a) Hosmer dan Lemeshow

Berdasarkan Pengujian *hosmer and lemeshow test* diperoleh *Chi Square* sebesar 3.046 dengan nilai sig sebesar 0,931. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai sig lebih besar dari pada nilai alpha (0,05), yang berarti tidak adanya perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati. Hal itu berarti model regresi logistik bisa digunakan untuk analisis selanjutnya. Estimasi *chi-square* ditujukan untuk mengetahui pengaruh dari *Corporate Governance*, profitabilitas, dan *leverage* dalam memprediksi *financial distress*.

b) *Chi Square* (x^2)

Berdasarkan uji Goodness of fit (G) test yang bertujuan untuk melihat pengujian koefisien regresi secara keseluruhan. Model pertama hanya dengan konstanta tanpa adanya variabel bebas diperoleh nilai $-2 \log$ Likelihood mencapai 87,194. Nilai ini sangat besar dibandingkan dengan tabel X^2 df n-k (dengan $\alpha = 5\%$). Paling tidak ada satu slope yang signifikan secara statistik.

c) *Cox dan Snell's R Square dan Nagelkerke's R Square*

Berdasarkan nilai *Nagelkarke R Square* sebesar 0,880, yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 88%, sisanya sebesar 12% dijelaskan variabilitas variabel-variabel lain diluar model penelitian. Secara bersama-sama variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, komisaris independen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* dapat menjelaskan *financial distress* sebesar 88%.

d) Tabel klasifikasi

Berdasarkan olah data dapat dilihat bahwa menurut prediksi perusahaan yang mengalami *financial distress* adalah 33 perusahaan, sedangkan observasi sesungguhnya bahwa perusahaan yang mengalami kondisi *financial distress* adalah sebanyak 30 perusahaan. Maka ketepatan model ini adalah 30/33 atau 90,9%.

2. Uji Analisis Regresi Logistik

Hasil uji hipotesis terhadap semua variabel yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, komisaris independen, ukuran dewan komisaris, profitabilitas dan *leverage* terhadap *financial distress* dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan hasil pengujian adalah sebagai berikut :

$$Y = -10.070 + 3,580 \text{ MAN_OWNt} + 51,291 \text{ INS_OWNt} + 0,880 \text{ AUD_COMt} + 6,07 \text{ IND_COMt} + 0,549 \text{ COM_SIZEt} + (-122,927) \text{ PROFt} + 7.599 \text{ LEVt}$$

Tabel 2. Uji Wald

	B	S.E.	Wald	Df.	Sig.	Exp (B)
MAN_OWNt	3.580	5.527	.420	1	.517	35.881
INS_OWNt	51.291	4.926E3	.000	1	.992	1.885E22
AUD_COMt	.880	9.834	.008	1	.929	2.412
IND_COMt	6.070	3.783	2.575	1	.109	432.667
COM_SIZEt	.549	.459	1.433	1	.231	1.731
PROFt	-122.927	53.743	5.232	1	.022	.000
LEVt	7.599	3.318	5.245	1	.022	1.996E3
Constant	-10.070	29.698	.115	1	.735	.000

Sumber : Data Sekunder, diolah tahun 2014

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dilihat dari hasil pengujian *corporate governance* yang terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komite audit, komisaris independen, ukuran dewan komisaris menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *financial distress*. Sedangkan hasil uji profitabilitas dan *leverage* menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap *financial distress*. Berikut ini pembahasan dari hasil pengujian regresi logistik:

1. Kepemilikan Manajerial Terhadap *Financial Distress*

Hasil pengujian kepemilikan manajerial menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,517 dan lebih besar 5% (0,05), sehingga hipotesis 1 yang menyatakan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress* ditolak. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan bahwa kepemilikan manajerial akan memperburuk kondisi perusahaan karena manajerial yang menjadi pemilik perusahaan belum tentu melakukan tindakan kecurangan (*fraud*) yang dapat mengakibatkan kesulitan keuangan pada perusahaan. Hasil uji hipotesis 1 mendukung penelitian yang dilakukan Wardhani (2006) akan tetapi tidak mendukung hasil penelitian Triwahyuningtias yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.

2. Kepemilikan Institusional Terhadap *Financial Distress*

Kepemilikan Institusional memiliki nilai signifikansi sebesar 0,992 dan lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga hipotesis 2 yang menyatakan kepemilikan institusional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress* ditolak. Penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa perusahaan yang dimiliki oleh lembaga keuangan bank dapat membantu perusahaan dalam hal pendanaan ketika perusahaan mengalami permasalahan keuangan, hal ini karena prosentase kepemilikan institusional dalam perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sangat kecil. Hasil uji hipotesis 2 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2006), akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Deviacita & Achmad (2012) membuktikan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

3. Ukuran komite Audit Terhadap *Financial Distress*

Ukuran komite audit memiliki nilai signifikansi sebesar 0,929 dan lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05), sehingga hipotesis 3 yang menyatakan tentang komite audit memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress* ditolak. Penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa keberadaan komite audit dapat mengurangi permasalahan keagenan yang timbul pada suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat terhindar dari *financial*

distress. Selain itu tugas dan komposisi komite audit pada perusahaan yang mengalami *financial distress* maupun *non-financial distress* tidak jauh berbeda, sehingga keberadaannya pun tidak dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terjadinya *financial distress*. Hasil uji hipotesis 3 ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hanifah dan Purwanto (2013), akan tetapi tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Deviacita & Achmad (2012) membuktikan bahwa komite audit berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

4. Komisaris Independen Terhadap *Financial Distress*

Komisaris independen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,109 dan lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga hipotesis 4 yang menyatakan komisaris independen memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress* ditolak. Penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa keberadaan komisaris independen berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*. Keberadaan komisaris independen dalam perusahaan yang di observasi sudah memenuhi kriteria yang ditentukan yaitu prosentase komisaris independen 30% dari jumlah dewan komisaris. Prosentase komisaris independen pada perusahaan yang mengalami *financial distress* maupun *non-financial distress* tidak jauh berbeda, sehingga keberadaannya pun tidak dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terjadinya *financial distress*. Hasil uji hipotesis 4 mendukung penelitian Wardhani (2006), Triwahyuningtias dan Muharam (2012) serta penelitian Hanifah dan Purwanto (2013).

5. Ukuran Dewan Komisaris Terhadap *Financial Distress*

Ukuran dewan komisaris memiliki nilai signifikansi sebesar 0,231 dan lebih besar dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05), sehingga hipotesis 5 yang menyatakan ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress* ditolak. Penelitian ini tidak berhasil membuktikan semakin kecil ukuran dewan komisaris, maka semakin tinggi kemungkinan terjadinya *financial distress*. Ukuran dewan komisaris yang memiliki fungsi memonitoring dari implementasi kebijakan direksi tidak berhasil menekan perusahaan dalam kondisi *financial distress* karena ukuran dewan direksi dalam perusahaan *financial distress* maupun *non-financial distress* relatif sama. Hasil uji hipotesis 5 mendukung penelitian Triwahyuningtias dan Muharam (2012) serta penelitian Hanifah dan Purwanto (2013), akan tetapi tidak mendukung dengan penelitian Wardhani (2006).

6. Profitabilitas Terhadap *Financial Distress*

Profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,022 dan lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05), sehingga hipotesis yang menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress* diterima. Nilai beta korelasi pada profitabilitas adalah -122,927 dari hasil tersebut diperoleh

pengaruh yang negatif. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis ke lima yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap *financial distress*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar prosentase antara laba bersih terhadap total asset maka semakin kecil kemungkinan terjadinya *financial distress*. Hasil uji hipotesis 6 yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress* mendukung penelitian Andre (2013).

7. *Leverage Terhadap Financial Distress*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,022 dan lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05), Sehingga hipotesis 7 yang menyatakan *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress* diterima. Nilai beta korelasi *leverage* adalah 7.599 dari hasil tersebut diperoleh pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar *leverage* antara total utang terhadap total asset maka semakin besar kemungkinan terjadinya *financial distress*. Hasil uji hipotesis 7 yang menyatakan *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress* mendukung penelitian terdahulu antara lain Almilia & Kristijadi (2003), Andre (2013), dan Hanifah dan Purwanto (2013).

Kesimpulan, Implikasi dan Saran

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengujian dari berbagai variabel *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*. Dibuktikan dari hasil analisis regresi logistik untuk variabel *corporate governance* secara keseluruhan lebih besar dari nilai signifikansi diatas 0,05 sehingga hipotesis tersebut ditolak. Hasil yang tidak signifikan tersebut dikarenakan perusahaan yang mengalami *financial distress* dan *non-financial distress* telah menerapkan struktur *corporate governance* dengan baik dan sudah sesuai dengan peraturan yang ada.
2. Hasil Pengujian dari variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*. Dibuktikan dari hasil analisis regresi logistik untuk variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,022 dan lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.
3. Hasil Pengujian dari variabel *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*. Dibuktikan dari hasil regresi logistik untuk variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,022 dan lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.

B. Implikasi

Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan *corporate governance* pada sampel yang digunakan telah sesuai dengan standar minimal, akan tetapi penelitian ini belum bisa membuktikan perusahaan dalam keadaan *financial distress* atau *non-financial distress* dapat dideteksi dengan pengujian variabel *corporate governance*, karena masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mengakibatkan *financial distress* selain *corporate governance*. Sedangkan dari hasil pengujian profitabilitas dan *leverage* terhadap *financial distress* membuktikan adanya pengaruh yang signifikan terhadap *financial distress*. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan rasio keuangan (profitabilitas dan *leverage*) dapat digunakan untuk mendeteksi *financial distress* pada suatu perusahaan.

C. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Terdaftar sebanyak 137 perusahaan manufaktur yang listed di BEI pada tahun 2010-2012, akan tetapi dalam penelitian ini hanya 33 perusahaan yang memiliki kelengkapan data yang dapat digunakan.
2. Periode penelitian hanya terbatas 3 tahun dan hanya menggunakan satu jenis industri sehingga belum dapat digeneralisasi untuk semua industri.

Saran untuk melakukan penelitian selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan data dengan periode yang lebih panjang dan menggunakan berbagai jenis industri yang lebih variatif agar penelitian dapat digeneralisasi.
2. Pengukuran *Financial distress* sebaiknya menggunakan beberapa pengukuran yang lebih variatif seperti Analisis Z-core, dan nilai buku ekuitas negatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana S. 2003. "Prediksi Kondisi Financial Distress perusahaan Go-Public Dengan Menggunakan Analisis Multinomial Logit". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol XII, No1
- Almilia, Luciana S & Kristijadi, Emanuel. 2003. "Analisis Rasio Keuangan untuk memprediksi Kondisi Financial Distress Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia (JAAI)*. Vol 7, No 2.
- Andre, Orina. 2013. "Pengaruh profitabilitas, Likuiditas dan Leverage dalam memprediksi financial distress". Diakses melalui www.unp.ac.id pada tanggal 28 november 2013.
- Deviacita, Arieany W & Achmad, Tarmizi. 2012. "Analisis Pengaruh Mekanisme Corporate governace Terhadap Finalcial Distress". *Jurnal Akuntansi UNDIP*, (1-14).
- Effendi, M. Arief. 2009. "The Power Of Good Corporate Governance Teori Dan Implementasi" Salemba Empat. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19". Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gudono. 2012. "Teori Organisasi". BPFE. Yogyakarta
- Hastuti, Theresia Dwi. 2005. "Hubungan Antara Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan Dengan Kinerja Keuangan". *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) VIII Solo*.
- Hanifah, Oktita E & Purwanto, Agus. 2013. "Pengaruh Struktur Corporate Governance Dan Financial Indicators Terhadap Kondisi Financial Distress". *Jurnal Akuntansi UNDIP*, Vol 2, No 2.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. "Standar Akuntansi Keuangan" Salemba Empat. Jakarta.
- Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE. Yogyakarta
- Ross, Stephen A & Westerfield, Randolph W & Jaffe, Jeffrey. 2002. "Corporate Finance" McGraw-Hill. New York. Hal 854-869
- Sugiri, Slamet. 2009. "Akuntansi Pengantar 2". UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". CV ALFABETA. Bandung.
- Wardhani, Ratna. 2006. "Mekanisme Corporate Governance dalam Perusahaan yang Mengalami Permasalahan Keuangan". *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*, Hal 1-26
- _____, _____. 2007. "Mekanisme Corporate Governance dalam Perusahaan yang Mengalami Permasalahan Keuangan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. Vol 4, No 1
- Triwahyuningtias, Meilinda & Muharam, Harjum. 2012. "Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Dewan, Komisaris Independen, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Terjadinya Kondisi Financial Distress (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010)". *Jurnal Manajemen UNDIP*. Vol I, Nomor I, Hal (1-14)
- , 2007. "Pedoman Penulisan Skripsi (Ed. Rev.)". Universitas PGRI Yogyakarta.

**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP DAN
MOTIVASI WAJIB PAJAK TERHADAP
KESADARAN PEMBAYARAN PAJAK BUMI
DAN BANGUNAN
(Studi Kasus di Kabupaten Bantul)**

Suyanto *)

Nurvita Resty Syaroh

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

This research aimed to identify the effect knowledge, attitude and motivation toward the awareness at land tax in Bantul. The data gathered from questionnaire, purposive sampling was selected as the sampling method. This research use hand tax criteria who live in Banguntapan and Piyungan (Bantul). The data analysis of the research use test data quality, descriptive statistic and multiple linier regression. The result showed that the knowledge has positive impact and significant toward awareness of people to pay land tax at 2,878 with the number of significant at 0,005. Attitude has negative impact to awareness land tax at -0,119 with number of significant at 0,906. Motivation has positive impact of people to pay land tax at 5,708 with the number of significant at 0,000.

Key words : land tax, knowledge, attitude, motivation

A. PENDAHULUAN

Pajak merupakan penyumbang penerimaan terbesar bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo, 2009). Dengan berlakunya Undang-Undang No. 28 Tahun 2009, yang mengalihkan beberapa pajak pusat menjadi pajak daerah yakni Pajak Bumi dan Bangunan dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) memberikan kewenangan lebih besar kepada daerah di bidang perpajakan. Pajak yang dipungut oleh pemerintah dari masyarakat tanpa balas jasa secara langsung dapat dibedakan menjadi berbagai jenis, salah satunya adalah Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) merupakan salah satu pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah (Putri, 2013). Bila setiap wajib pajak sadar akan kewajibannya untuk membayar pajak, tentunya penerimaan negara atas pajak akan terus meningkat, bukan berkurang, sebab jumlah wajib pajak potensial cenderung semakin bertambah setiap tahun. Kesadaran wajib pajak

dalam membayar pajak dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: pengetahuan, sikap dan motivasi.

Pengetahuan dan pemahaman peraturan perpajakan merupakan upaya yang dilakukan oleh wajib pajak dalam mencari informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pajak serta menggunakan dalam memenuhi kewajiban perpajakannya pajak (Nugroho, 2012). Ditinjau dari segi pentingnya masalah sikap pada tingkah laku atau perbuatan manusia dalam kehidupan sehari-hari, sikap merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi pola berfikir individu dalam kesehariannya terutama dalam pengambilan keputusan (Jatmiko, 2006). Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah masyarakat, agar mereka mau ikut serta ambil bagian dalam suatu proses pembangunan (Siahaan, 2008).

B. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian Pajak

Menurut (Soemitro, 1974 dalam Suandy, 2008), pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa imbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum, dengan penjelasan sebagai berikut: "dapat dipaksakan" bila utang pajak tidak dibayar, utang itu dapat ditagih dengan menggunakan kekerasan, seperti surat paksa dan sita, dan juga penyanderaan, terhadap pembayaran pajak, tidak dapat ditunjukkan jasa timbal-balik tertentu seperti halnya dengan retribusi. Fungsi pajak sebagai sumber keuangan negara (*budgetair*) dan fungsi mengatur atau nonbudgetair (*regularend*) (Tjahjono dan Husein, 2009). Jenis pajak dibedakan menjadi dua yaitu: pajak pusat dan pajak daerah. Sistem pemungutan pajak (www.pajak.go.id). Sistem pemungutan pajak ada tiga, yaitu: *official assessment system*, *self assessment system*, dan *with holding system* (Tjahjono dan Husein, 2009).

Pengertian Pajak Bumi dan Bangunan

Pajak bumi dan bangunan adalah pajak yang bersifat kebendaan dan besarnya pajak terutang ditentukan oleh keadaan obyek yaitu bumi atau tanah dan/atau bangunan. Landasan hukum yang menjadi dasar untuk mengatur mengenai Pajak Bumi dan Bangunan adalah Undang-Undang No.28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Subyek dan Obyek Pajak Bumi dan Bangunan menurut Peraturan Daerah Kabupaten Bantul No. 18 Tahun 2011 adalah orang pribadi atau adalah orang pribadi atau badan yang secara nyata mempunyai suatu hak atas Bumi dan atau/memperoleh manfaat atas Bumi, dan/atau memiliki, menguasai, dan/atau memperoleh manfaat atas Bangunan. Obyeknya Bumi dan/atau Bangunan yang dimiliki, dikuasai, dan/atau dimanfaatkan oleh orang pribadi atau badan, kecuali kawasan yang digunakan untuk kegiatan usaha perkebunan, perhutanan dan pertambangan.

Pengetahuan wajib pajak

Salah satu unsur yang bisa ditekankan oleh aparat dalam meningkatkan tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak adalah dengan cara mensosialisasikan peraturan pajak baik itu melalui penyuluhan, seruan moral baik dengan media *billboard*, baliho maupun membuka situs peraturan perpajakan yang setiap saat dapat diakses wajib pajak. Sehingga dengan adanya sosialisasi tersebut pengetahuan wajib pajak terhadap kewajiban perpajakannya bertambah tinggi (Witono, 2008).

Pada penelitian terdahulu (Pardi, 2009), (Utomo, 2011) dan (Ghoni, 2012) menunjukkan bahwa pengetahuan wajib berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran dan kepatuhan perpajakan. Putri, (2013) menunjukkan bahwa pengetahuan tidak dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis:

H1: Pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan.

Sikap wajib pajak

Perwujudan perilaku sebagai gerakan tindakan, dilandasi oleh sikap menurut (Mar'at, 1981 dalam Kahono, 2003) adalah untuk mencapai sasaran nilai yang berpangkal pada dorongan (*drives*), akhirnya mencapai puncak sasaran yang bernilai atau *values*. Nilai ini menunjukkan konsistensi organisasi tingkah laku individu. Apabila wajib pajak merasa bahwa keadilan pajak telah diterapkan kepada semua wajib pajak dengan tidak membedakan perlakuan antara wajib pajak badan dengan perorangan, wajib pajak besar dengan wajib pajak kecil dalam artian bahwa semua wajib pajak diperlakukan secara adil maka setiap wajib pajak cenderung untuk menjalankan kewajiban dengan baik atau dengan kata lain menimbulkan kesadaran dalam diri wajib pajak.

Pada penelitian terdahulu (Kahono, 2003) dan (Jatmiko, 2006) menunjukkan bahwa sikap wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan dan pada penelitian (Siahaan, 2010) dan (Utomo, 2011) menunjukkan bahwa sikap wajib pajak kurang mendukung dan tidak berpengaruh terhadap partisipasi dan kepatuhan. Oleh karena itu, dapat **dirumuteskan** hipotesis:

H2: Sikap wajib pajak berpengaruh positif pembayaran terhadap kesadaran pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan.

Motivasi wajib pajak

Masalah inti motivasi yang berkaitan dengan perpajakan adalah bagaimana merangsang sekelompok orang yang masing-masing memiliki kebutuhan mereka yang khas untuk bekerjasama menuju pencapaian sasaran pembangunan ekonomi di suatu negara. Tujuan teori motivasi adalah memprediksi perilaku. Perlu ditekankan perbedaan-perbedaan antara motivasi, perilaku, dan kinerja (*performance*). Motivasi adalah penyebab perilaku. Andaikan perilaku tersebut afektif atau baik, maka akibatnya adalah berupa kinerja yang tinggi. Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan (*goal oriented*) dengan kata lain perilaku kita pada umumnya

dimotivasi oleh suatu keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan masing-masing model/obyek yang memotivasi bersifat *static* dalam arti bahwa ia terus-menerus memotivasi sekalipun hal tersebut telah tercapai (Winardi, 2002 dalam Dianawati, 2008).

Pada penelitian terdahulu (Siahaan, 2010) dan (Ghoni, 2012) menunjukkan bahwa motivasi masyarakat kurang tinggi dan tidak berpengaruh terhadap partisipasi dan kepatuhan dan pada penelitian (Yuliatun, 2013) dan (Dianawati, 2008) menunjukkan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran dan kepatuhan. Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis:
H3: Motivasi wajib pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan

Kesadaran Pembayaran Pajak

Kesadaran Perpajakan adalah suatu sikap sadar terhadap fungsi pajak, berupa konstelasi komponen kognitif, afektif dan konatif, yang berinteraksi dalam memahami, merasakan dan berperilaku terhadap makna dan fungsi pajak. Kesadaran Perpajakan berkonsekuensi logis untuk wajib pajak, yaitu kerelaan Wajib Pajak memberikan kontribusi dana untuk pelaksanaan fungsi perpajakan, dengan cara membayar kewajiban pajaknya secara tepat waktu dan tepat jumlah (Tarjo dan Suwarjono, 2005 dalam Utomo 2011).

C. METODOLOGI PENELITIAN

Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini meneliti tentang pengaruh pengetahuan, sikap dan motivasi wajib pajak terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan. Variabel independen yang digunakan adalah pengetahuan, sikap, dan motivasi wajib pajak.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi dan memberikan kuesioner ke responden secara langsung. Untuk mengukur pendapat responden menggunakan skala lima angka. Jumlah Kuesioner yang disebar sebanyak 80 dan yang dapat diolah sebanyak 72. Penyebaran kuesioner dilakukan di Kabupaten Bantul yang terdapat di wilayah Banguntapan dan Piyungan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat (Y) yaitu kesadaran pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan, sedangkan variabel bebasnya terdiri dari : pengetahuan (X1), sikap (X2) dan motivasi (X3).

Sementara itu, Persamaan regresi berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan: Y = Kesadaran Wajib Pajak
 α = Konstanta
 X_1 = Pengetahuan Wajib Pajak
 X_2 = Sikap Wajib Pajak
 X_3 = Motivasi Wajib Pajak
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi
 e = Error

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Demografi responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan perbulan. Mayoritas responden berjenis kelamin Laki-laki dengan prosentase 65,28%, umur responden mayoritas pada antara 31-35 tahun dengan prosentase 34,72%, pendidikan terakhir responden mayoritas S1 dengan prosentase sebesar 41,67%, pekerjaan mayoritas responden adalah swasta dengan 61,11% dan penghasilan perbulan responden mayoritas berkisar antara satu juta rupiah sampai dengan dua juta rupiah dengan prosentase sebesar 58,33%.

Uji Validitas dan Reabilitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument (Udayana, 2008). Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

Uji reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibel atau handal jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2011).

Tabel 4.1
Hasil Pengujian Validitas Dependen dan Independent

Variabel/Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kesadaran pembayaran pajak			
Butir 1	0,715	0,232	Valid
Butir 2	0,750	0,232	Valid
Butir 3	0,720	0,232	Valid
Butir 4	0,803	0,232	Valid
Butir 5	0,728	0,232	Valid
Butir 6	0,746	0,232	Valid
Pengetahuan Wajib Pajak			
Butir 1	0,570	0,232	Valid
Butir 2	0,636	0,232	Valid
Butir 3	0,729	0,232	Valid
Butir 4	0,618	0,232	Valid
Butir 5	0,748	0,232	Valid
Butir 6	0,804	0,232	Valid
Sikap Wajib Pajak			
Butir 1	0,726	0,232	Valid
Butir 2	0,718	0,232	Valid
Butir 3	0,731	0,232	Valid
Butir 4	0,684	0,232	Valid
Butir 5	0,840	0,232	Valid
Motivasi Wajib Pajak			
Butir 1	0,737	0,232	Valid
Butir 2	0,718	0,232	Valid
Butir 3	0,822	0,232	Valid
Butir 4	0,820	0,232	Valid
Butir 5	0,767	0,232	Valid
Butir 6	0,753	0,232	Valid

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

Berdasarkan pada tabel 4.1 dan 4.2 menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini adalah valid karena r hitung lebih besar dari r tabel. Realibel karena variabel dalam penelitian ini > 0,70.

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Rehabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan	0,834	Realibel
2.	Pengetahuan wajib pajak	0,770	Realibel
3.	Sikap wajib pajak	0,792	Realibel
4.	Motivasi wajib pajak	0,846	Realibel

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum demografi responden dan mengenai variabel-variabel keseluruhan dalam penelitian dimana diperoleh dari hasil jawaban responden yang diterima.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

No.	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
1. Kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan		15	30	24,65	2,748
2. Pengetahuan wajib pajak		18	30	25,10	2,579
3. Sikap wajib pajak		15	25	21,21	2,355
4. Motivasi wajib pajak		13	30	24,11	3,401

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

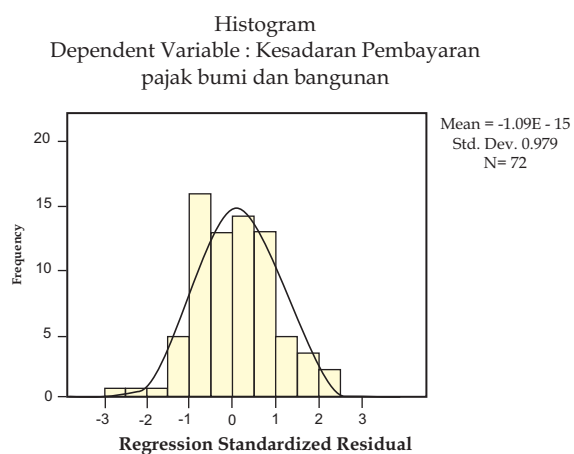
Berdasarkan hasil pada tabel 4.3 diketahui bahwa nilai rata-rata kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan sebesar 24,65, pengetahuan wajib pajak sebesar 25,10, sikap wajib pajak sebesar 21,21 dan motivasi wajib pajak sebesar 24,11 ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memilih setuju untuk butir yang berkaitan dengan variabel yang berkaitan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

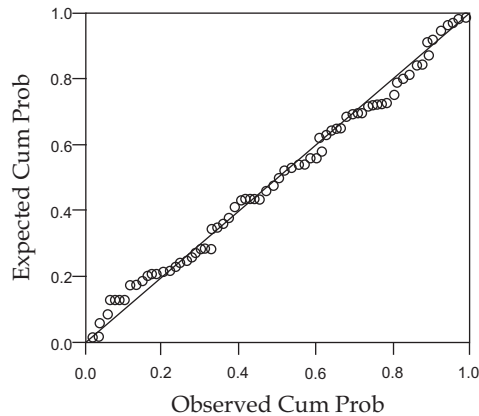
Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat bahwa suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan histogram *standardized residual* dan PP plot *standardized residual*. Berdasarkan pada tabel 4.1 dan 4.2 menunjukkan bahwa histogram *standardized residual* dan PP plot *standardized residual* menunjukkan pola data terdistribusi normal. Berdasarkan hal tersebut maka disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Gambar 4.1
Histogram standardized residual



Gambar 4.2
PP plot standardized residual



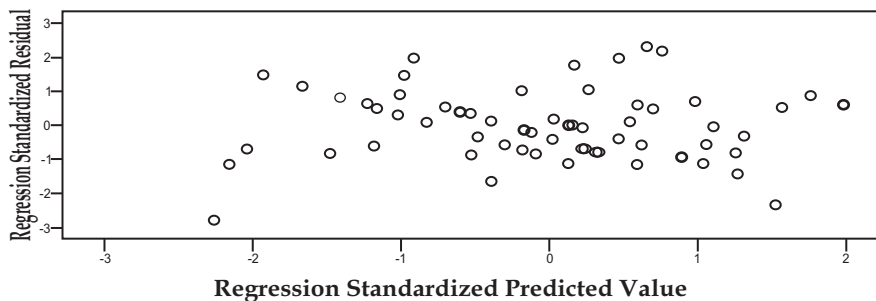
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dideteksi ada atau tidaknya dengan melihat *Grafik Plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Tabel 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable : Kesadaran Pembayaran
pajak bumi dan bangunan



Berdasarkan gambar 4.3, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik menyebar di atas dan di bawah nilai angka nol (0) pada sumbu Y dan tidak membentuk pola.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi (Ghozali, 2011) adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Berdasarkan hasil pada

Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa nilai semua variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factors (VIF)* di bawah 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Tolerance	Statistics VIF
Pengetahuan wajib pajak	.462	2.166
Sikap wajib pajak	.393	2.545
Motivasi wajib pajak	.524	1.909

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

Analisis Regresi Berganda

Analisis data digunakan untuk menyederhanakan data agar data lebih mudah diinterpretasikan. Teknik analisis regresi berganda dipilih untuk digunakan pada penelitian ini karena teknik regresi berganda dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan pada penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized coefficients B	Std. Error	Standardized coefficients B	t	Sig.
(Constant)	5.357	2.065		2.594	.012
Pengetahuan wajib pajak	.332	.115	.312	2.878	.005
Sikap wajib pajak	-.016	.137	.014	-.119	.906
Motivasi wajib pajak	.469	.082	.580	5.708	.000

Sumber: Data Primer, Diolah 2014

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.5, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 5.357 + 0,332 X_1 - 0,016 X_2 + 0,469 X_3 + e$

Kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan sebesar 5.357. Pengetahuan wajib pajak jika naik 1(satu) satuan maka akan meningkatkan kesadaran sebesar 0,332, sikap wajib pajak jika naik 1 (satu) satuan maka akan menurunkan kesadaran sebesar 0,016 dan motivasi wajib pajak jika naik 1 (satu) satuan maka akan meningkatkan kesadaran sebesar 0,469.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Tabel 4.6
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.616	1.704

a. Predictors : (Constant), Pengetahuan wajib pajak, Sikap wajib pajak dan Motivasi wajib pajak. b)

b. Dependent variable : Kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan .

Sumber : Data primer, diolah 2014

Besarnya nilai *Adjusted R²* adalah 0,616 hal ini berarti 61,6% variabel dependen kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan dapat dijelaskan oleh variabel independen yang meliputi pengetahuan wajib pajak, sikap wajib pajak dan motivasi wajib pajak. Sedangkan, sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2011). Nilai F hitung diperoleh sebesar 38.908 dengan tingkat kesalahan 5%, dimana F hitung > F tabel (38.908 > 2.73), dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima, ini menunjukkan bahwa secara simultan antara pengetahuan, sikap dan motivasi wajib pajak berpengaruh terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan yang merupakan variabel terikat

Tabel 4.7
Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.891	3	112.964	38.908	.000 ^a
	Residual	197.428	68	2.903		
	Total	536.319	71			

a. Predictors : (Constant),Pengetahuan wajib pajak, Sikap wajib pajak dan Motivasi wajib pajak.

b. Dependent variable : Kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan .

Sumber : Data primer, diolah 2014

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji statistik ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas ini, dimana pengetahuan wajib pajak, sikap wajib pajak dan motivasi wajib pajak terhadap variabel terikat kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan maka digunakan uji t dimana $df = n - k - 1 = 72 - 3 - 1 = 68$, maka t tabel = 1.995.

Tabel 4.15
Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik)

Coefficients^a

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients B	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5.357	2.065		2.594	.012
Pengetahuan wajib pajak	.332	.115	.312	2.878	.005
Sikap wajib pajak	-.016	.137	.014	-.119	.906
Motivasi wajib pajak	.469	.082	.580	5.708	.000

a. Dependent Variable: Kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan
Sumber: Data Primer, diolah 2014

Variabel Pengetahuan Wajib Pajak (X1), t hitung > t tabel (2.878 > 1.995), memiliki tingkat signifikansi 0.005 < 0.05 hal ini membuktikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel pengetahuan wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan. Hasil penelitian sejalan dengan Pardi (2009), Utomo (2011) dan Ghoni (2012) dan berbeda dengan penelitian Putri (2013). Semakin tinggi pengetahuan tentang perpajakan yang dimiliki wajib pajak terutama mengenai bagaimana penting dan fungsinya dalam membayar PBB maka akan semakin tinggi pula kesadaran pembayaran PBB.

Variabel Sikap Wajib Pajak (X2), t hitung < t tabel (-0.119 < 1.995), memiliki tingkat signifikansi 0.906 < 0.05 tidak berhasil menolak H0 dengan kata lain menunjukkan bahwa variabel sikap wajib pajak tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan. Hasil penelitian sejalan dengan Siahaan (2010) dan Utomo (2011) dan berbeda dengan penelitian Kahono (2003) dan Jatmiko (2006). Sikap wajib pajak menunjukkan masih ragu dalam membayar pajak karena takut kalau hanya digunakan untuk kepentingan pribadi atau golongan dan ini menunjukkan bahwa sikap wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kesadaran pembayaran PBB.

Variabel Motivasi wajib pajak (X3), t hitung > t tabel (5.708 > 1.995), memiliki tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 hal ini membuktikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel motivasi wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan. Hasil penelitian sejalan dengan Dianawati (2008) dan Yuliatun (2013) dan berbeda dengan penelitian Siahaan (2010) dan Ghoni (2012). Dengan adanya motivasi yang kuat dalam diri wpm aka akan mendorong wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya dan disimpulkan bahwa motivasi wajib pajak berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran pembayaran PBB.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil pembahasan yang sudah dijelaskan, diketahui bahwa pengetahuan dan motivasi wajib pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan, sedangkan sikap wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kesadaran pembayaran pajak bumi dan bangunan. Kemampuan persamaan regresi menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat sebesar 61,6 % dan sisanya 38,4% dijelaskan variabel lain diluar penelitian.

Keterbatasan dan saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya dilakukan di Kabupaten Bantul dan metode pengumpulan hanya menggunakan kuesioner, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah sampel penelitian, menambah metode lain untuk mendapatkan data yang lengkap dan Pemerintah daerah di Kabupaten Bantul diharapkan menjadi bahan informasi tambahan dan meningkatkan sosialisasi ke masyarakat tentang manfaat dan pentingnya pajak dalam meningkatkan pengetahuan, sikap dan motivasi wajib pajak.

Suyanto
dan
Nurvita

62

DAFTAR PUSTAKA

- Dianawati, Susi. 2008. *"Analisis Pengaruh Motivasi dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak"*. Sripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Akuntansi. Jakarta.
- Ghoni, H.A. 2012. *"Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Daerah"*. Vol. 1, No 1. Universitas Negeri Surabaya.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan V. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hardiningsih, Pancawati. 2011. *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak, Jurnal, Dinamika Keuangan dan Perbankan"*. Vol. 3.No. 1. Universitas Stikubang Semarang. Program Studi Akuntansi.
- Jatmiko, A.N. 2006. *"Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak"*. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Kahono, Sulud. 2003. *"Pengaruh Sikap Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan"*. Tesis pada Universitas Diponegoro Semarang. Program Studi Magister Sains Akuntansi.
- Mardiasmo, 2006. *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nugroho R.A. dan Zulaikha. 2012. *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Untuk Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening"*. Diponegoro Journal Of Accounting. Volume 1. Nomor 2. Universitas Diponegoro Semarang. Program Studi Ekonomi dan Bisnis.
- Pardi. 2009. *"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Wajib Pajak Dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Bumi dan Bangunan di Surakarta"*. Vol. 17. No. 7 STIE "AUB".
- Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 18 Tahun 2011, *Tentang Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan*.
- Putri, Carola D.S. 2013. *"Analisis Pengaruh Pengetahuan Umum, Tingkat Ekonomi, dan Pengetahuan Pajak Terhadap Kepatuhan PBB Masyarakat Desa dan Kota dengan Variabel Moderating Kontrol Petugas Desa/Kelurahan (Studi Kasus Pada Kabupaten Demak)"*. Jurnal Diponegoro Journal Of Accounting. Volume 2. Nomor 3. Universitas Diponegoro Semarang.
- Siahaan, Frenki C.H. 2010. *"Pengaruh Sikap dan Motivasi Masyarakat Terhadap Partisipasi Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) di Kecamatan Candisari Kota Semarang"*. Jurnal.
- Suandy, Erly. 2008. *Hukum Pajak*. Edisi keempat. Jakarta: Salemba Empat.

- Tiraada, Tryana A.M. 2013. *"Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak, Sikap Fiskus Terhadap Kepatuhan WPOP di Kabupaten Minahasa Selatan"*. Jurnal EMBA. Vol.1. No.3. Universitas Sam Ratulangi Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurusan Akuntansi.
- Tjahjono, A dan M. Fakhri Husein. 2009. *Perpajakan*. Yogyakarta: UPP STIMYKPN.
- Udayana Nyoman, 2008. *"Modul Praktikum Pelatihan SPSS "*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Yogyakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009, *Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*.
- Utomo Banyu A.W. 2011. *"Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan"*. Sripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Program Studi Ekonomi dan Bismis. Jakarta.
- Yuliatun. 2013. *" Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar PBB"*. Jurnal pada Universitas Pandanaran. Vol. 1. Semarang.
- Witono, Banu. 2008. *"Peranan Pengetahuan Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak"*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Volume 7. Nomor 2. Universitas Muhammadiyah Surakarta Program Studi Ekonomi.
- www.pajak.go.id

**KETERKAITAN ANTARA GLOBAL
MARKET, COUNTRY OF ORIGIN, DAN
ECONOMIC NATIONALISM:
IMPLIKASINYA BAGI INDONESIA**

Arif Muanas

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

ABSTRACT

Basically, either developed countries or developing countries have a equal right to compete in global market. Unfortunately, global market is still meaned as a free trade which enables unfairy competition of some country to benefit from available resources, so the countries fail to achieve a mutual interaction one another. Unfairy global market also have spurred the countries to develop country of origin owned by themselves in order to promote their products. Specifically, country of origin are identical as "Made in ... (country name)". Country of origin (COO) is a medium of the country to demonstrate its existence and a way to achieve economic nationalism. Therefore, any country developing COO has to involve government, producer, and consumer. Economic nationalism is an idea to protect domestic industries from power of foreign companies, so effects of global market toward domestic market may be controlled. According to global consumers'perceptions, each country has been identical to the specific attributes that will influence them in decision-making process. Therefore, implication for Indonesia is that Indonesia has to performance its unique competence as a competitive advantage that focuses to its basic potence or core business.

Keywords: *Global market, Country of origin, Economic nationalism, Competitive advantage, Core business*

A. PENDAHULUAN

Globalisasi semakin cepat melaju seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga paradigma ekonomi pun bergeser dari ekonomi industri menuju ke ekonomi informasi. Sistem ekonomi informasi mengindikasikan bahwa pihak yang mampu menguasai informasi, maka akan unggul dalam persaingan bisnis. Negara-negara yang sistem informasinya kuat saat ini bersaing untuk membentuk jaringan (*network*) informasi di seluruh dunia.

Salah satu konsekuensi globalisasi bagi dunia bisnis sekarang ini adalah terciptanya pasar global (*global market*). Global market merupakan wahana bagi setiap perusahaan dan negara untuk menawarkan keunggulannya dan memperluas pasarnya ke luar negeri sekaligus menjadi ancaman bagi negara yang lemah

kompetensinya. Sayangnya, saat ini pasar global masih dimaknai sebatas *free trade*, dan tidak memberi peluang yang sama pada negara-negara dunia untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Dengan kata lain, belum ada kesetaraan sehingga tidak saling menguntungkan. Dalam global market, produk dirancang, diproduksi, dan dipasarkan ke seluruh dunia melalui tatanan mata rantai produksi yang dinamis dan mampu melampaui batas negara. Dengan proses yang kompleks tersebut, maka pasar global menuntut pemasaran global (*global marketing*) yang seksama baik dalam perencanaan maupun pelaksanaannya. Menurut Keegan (1999 : 11), pemasaran global adalah proses memfokuskan sumber daya dan tujuan perusahaan kepada peluang-peluang di pasar global.

Menurut Johansson (2000), ada empat faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk bersaing di pasar global, yaitu kategori pasar, persaingan, biaya, dan pemerintah. Pemicu dari masing-masing faktor tersebut adalah:

- Pasar, dipicu oleh kebutuhan yang homogen, konsumen global, saluran global, dan *transferable marketing*.
- Biaya, meliputi skala ekonomi, pembelajaran dan pengalaman, efisiensi sumber daya, dan persediaan logistik.
- Persaingan, berupa ketergantungan antar negara.
- Pemerintah, mencakup kebijakan dan peraturan kondusif bagi terselenggaranya bisnis.

Sedangkan Sheth (1986 : 9) menyatakan bahwa pasar global dilakukan dengan motivasi untuk akses ke pasar luar negeri, meningkatkan standar produk/standar bisnis, dan meningkatkan *merger*, akuisisi, dan *joint venture*. Menurut Hollensen (1998), menyatakan bahwa pasar global dimotivasi oleh motivasi proaktif dan motivasi reaktif. Motivasi proaktif meliputi tujuan profit dan pertumbuhan, kebutuhan manajerial, kompetensi teknologi/produk unik, peluang pasar luar negeri, skala ekonomi, dan *tax benefits*. Sedangkan motivasi reaktif mencakup tekanan persaingan, terbatasnya/kejenuhan pasar domestik, overproduksi, dan untuk mendekatkan jarak dengan konsumen secara psikologis (*psychological distance*).

Setiap negara, baik negara maju maupun negara berkembang mempunyai hak yang sama untuk memasuki pasar global. Tetapi, keunggulan suatu negara untuk bersaing di pasar global sangat ditentukan oleh kompetensi negara yang bersangkutan. Tuntutan inilah yang memacu pemerintah di setiap negara saat ini untuk lebih konsens terhadap peningkatan kompetensi negaranya. Pihak lain yang menentukan kesuksesan membangun kompetensi suatu negara adalah konsumen dan pengusaha (produsen) di negara tersebut, sehingga kerjasama yang sinergis dari ketiga pihak tersebut sangat diperlukan.

B. COUNTRY OF ORIGIN

1. Pengertian Country of Origin

Bentuk nyata pemerintah suatu negara dalam menanggapi pasar global adalah usaha pemerintah suatu negara untuk

membangun citra *country of origin* dari negaranya. Biasanya *country of origin* diidentikkan dengan frase “*Made in...* (nama negara)” pada suatu produk (Bilkey dan Nes 1982 : 89). Pasar global akan mempunyai dampak yang menguntungkan bagi suatu negara yang mempunyai citra *country of origin* yang baik karena di pasar global, citra *country of origin* yang baik akan semakin dikenal di seluruh dunia. Sebaliknya, negara yang mempunyai citra *country of origin* yang buruk, maka akan tersingkir dari persaingan pasar global.

Sampai saat ini negara-negara maju memang mempunyai citra *country of origin* yang lebih baik pada produk-produknya, dibanding negara-negara berkembang. Oleh karena itu, negara-negara berkembang harus menggunakan pasar global ini sebagai sarana untuk meningkatkan citra *country of origin*, agar produk-produknya lebih dikenal di dunia.

Sebagai salah satu negara berkembang, Indonesia yang berpenduduk 225 juta jiwa merupakan pasar potensial bagi siapapun untuk memasarkan berbagai jenis produknya. Maka tak mengherankan jika kemudian berbagai jenis produk luar negeri berebut menyerbu Indonesia. Serbuan produk-produk tersebut lambat laun telah menjadikan Indonesia sebagai negara konsumen, dan sebagian besar konsumen Indonesia pun menjadi lebih apresiasi kepada produk-produk luar negeri daripada produk-produk dalam negeri. Pertimbangan memilih produk luar negeri pun beragam, ada yang ingin sekadar gengsi-gengsian, dan ada juga yang menilai produk luar negeri lebih berkualitas. Hal-hal inilah yang kemudian mendasari konsumen dalam negeri Indonesia pun memandang citra *country of origin* yang buruk pada produk-produk Indonesia.

Jika ingin eksis dalam persaingan, Indonesia harus merubah paradigma sebagai negara konsumen menjadi negara produsen, meskipun hanya untuk sektor-sektor komoditas tertentu. Ketika image sebagai negara produsen dapat diraih, maka ini merupakan proses menuju tercapainya citra *country of origin* yang baik bagi produk Indonesia. Untuk menjadi negara produsen, maka dituntut untuk mampu menghasilkan produk-produk yang inovatif dan berkualitas, sehingga konsumen dari dalam negeri maupun luar negeri akan respek kepada produk tersebut. *Country of origin* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *perceived quality* (kualitas menurut konsumen). Misalnya: mobil kualitas terbaik berasal dari Jerman, atau komputer terbaik buatan Amerika Serikat.

Menurut A.B Susanto (2006), *perceived quality* itulah yang menyebabkan para produsen dan pemasar Indonesia seringkali terpaksa menggunakan nama asing sebagai bentuk pemahaman terhadap persepsi konsumen. Padahal sebenarnya merk-merk tersebut asli merk milik Indonesia. Misalnya *Polytron* dan *Digitec*. Ketika konsumen awam terhadap suatu produk, mengasumsikan bahwa produk berbau asing adalah lebih berkualitas, dan konsumen tidak mungkin melakukan pengetesan beberapa produk sebelum melakukan pembelian, maka konsumen akan menilai produk tersebut berdasarkan penafsirannya. Hal ini berarti konsumen menggunakan *perceived quality* sebagai referensinya,

dimana *perceived quality* ini sangat berbeda dibandingkan dengan *manufacture quality*.

2. Membangun Country of Origin

Country of origin menjadi alat bagi negara untuk menunjukkan eksistensinya sebagai negara dan menjadi sarana menuju nasionalisme ekonomi (*economic nationalism*). Jadi dalam hal ini para produsen merupakan titik awal untuk membangun citra *country of origin* produk Indonesia, karena merekalah yang nantinya merupakan penghasil produk-produk yang akan dijual. Pada saat yang sama, pemerintah juga berkewajiban untuk mendukung terciptanya suasana yang kondusif untuk perkembangan usaha, memberikan bantuan modal, dan negosiasi/promosi dengan relasi dari luar negeri. Sedangkan konsumen juga harus mulai obyektif untuk menilai suatu produk dalam negeri. Kalau memang bermutu, maka harus diapresiasi dan tidak perlu malu untuk menggunakannya.

Memasuki pasar global merupakan usaha dari perusahaan untuk ekspansi pasar secara efektif dan efisien ke seluruh dunia. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan yang akan masuk ke pasar global terlebih dahulu harus memperhatikan perbedaan karakteristik dari pasar yang akan dimasuki, sehingga perusahaan akan dapat menentukan apakah keputusan harus dibuat secara global dengan tingkat standardisasi tinggi, ataukah keputusan harus dibuat secara lokal. Bartlett dan Ghoshal, menjelaskan mengenai sejumlah kekuatan yang mendukung "integrasi global" (produksi padat modal, permintaan homogen) versus "daya tanggap nasional" (hambatan dan standar lokal, kuatnya preferensi lokal), maka ada tiga strategi untuk memasuki pasar global, yaitu :

- Strategi global

Memperlakukan dunia sebagai pasar tunggal. Strategi ini dibenarkan bila dorongan untuk integrasi global kuat dan dorongan untuk kepekaan nasional lemah. Strategi ini menuntut perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang standar dan terkoordinasi secara global.

- Strategi multinasional

Memperlakukan dunia sebagai portofolio peluang-peluang nasional. Strategi ini relevan jika dorongan yang mendukung daya tanggap nasional kuat dan dorongan yang mendukung integrasi global lemah. Ini merupakan karakter bisnis barang kemasan bermerk. Strategi ini mengutamakan otonomi dan pembuatan keputusan kepada cabang lokalnya.

- Strategi "glokal"

Menstandarisasi elemen inti tertentu dan melokalkan elemen-elemen lain. Strategi ini tepat digunakan untuk industri yang di tiap negara harus melakukan bebapa adaptasi peralatannya, tetapi perusahaan penyedia juga dapat menstandarisasi beberapa komponen inti.

Untuk mendapatkan citra *country of origin* yang terkenal baik di pasar domestik maupun pasar global, maka suatu negara harus mampu membuat dan memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan di negara tersebut harus menentukan program pemasaran.

Menurut Kotler (2006 : 625-626), di satu sisi ekstrem, perusahaan menggunakan standardisasi bauran pemasaran seluruh dunia, baik standardisasi produk, komunikasi, dan saluran distribusi yang berbiaya rendah. Di sisi lain adalah adaptasi bauran pemasaran, dimana produsen menyesuaikan elemen-elemen bauran pemasaran untuk tiap pasar sasaran. Di antara kedua ekstrem tersebut, ada banyak kemungkinan.

Sebagian besar merk sedikit banyak diadaptasi untuk merefleksikan perbedaan-perbedaan yang signifikan dalam perilaku konsumen, pengembangan merk, kemampuan bersaing, dan lingkungan hukum atau politik. Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda menuntut program pemasaran yang berbeda. Pemasar harus yakin bahwa pemasaran mereka relevan dengan konsumen di setiap pasar.

- Produk

Ada lima strategi adaptasi produk :

- # Perluasan langsung, berarti memperkenalkan produk di pasar luar negeri tanpa perubahan apapun. Strategi ini sukses untuk produk kamera, elektronik, dan peralatan mesin.
- # Adaptasi produk, mencakup perubahan produk untuk memenuhi kondisi atau preferensi lokal. Strategi adaptasi mempunyai beberapa level, yaitu versi regional, versi negara, versi kota, dan versi pengecer.
- # Penemuan produk, mencakup penciptaan sesuatu yang baru. Penemuan produk dapat berupa penemuan mundur, yaitu memperkenalkan kembali bentuk-bentuk produk sebelumnya yang disesuaikan dengan kebutuhan negara asing. Penemuan maju adalah menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan negara lain.

- Komunikasi

Perusahaan dapat melakukan program komunikasi pemasaran yang sama dengan pasar domestik atau mengubahnya untuk tiap pasar lokal, dimana proses ini disebut adaptasi komunikasi. Jika proses itu mengadaptasi baik produk maupun komunikasi, maka disebut adaptasi ganda. Perusahaan dapat menggunakan pesan yang sama di mana saja, hanya mengubah bahasa, nama, dan warna. Kemungkinan kedua adalah menggunakan tema yang sama secara global, namun mengadaptasi salinannya untuk tiap pasar lokal. Kemungkinan ketiga adalah mengembangkan suatu kumpulan iklan global, dan kemudian tiap negara memilih satu yang paling sesuai. Atau, perusahaan pusat mengizinkan manajer di masing-masing negara untuk menciptakan iklan sendiri yang sesuai dengan kondisi negara tersebut. Penggunaan media juga

perlu penyesuaian karena ketersediaan, dan persyaratan yang berbeda antara satu negara dengan negara lain. Taktik penjualan langsung dan penggunaan sarana promosi penjualan, seperti kupon, hadiah, maupun undian harus disesuaikan dengan peraturan negara setempat.

- Harga

Ada beberapa pilihan dalam penetapan harga di berbagai negara:

- # Menetapkan harga seragam di semua negara.
- # Menetapkan harga berbasis pasar di tiap negara (membebaskan harga yang mampu dijangkau di tiap negara).
- # Menetapkan harga berbasis biaya di tiap negara (menggunakan margin laba standar dari biayanya di semua tempat)

- Saluran distribusi

Perusahaan harus menentukan saluran yang menyeluruh untuk mendistribusikan produknya ke konsumen. Jadi sebelum produk dari produsen sampai ke konsumen, melewati tiga rantai utama, yaitu :

- # Rantai pertama, *seller's international marketing headquarters*, bagian ekspor membuat keputusan mengenai saluran dan dan elemen bauran pemasaran lainnya.
- # Rantai kedua, *channels between nations*, membawa produk ke perbatasan negara lain.
- # Rantai ketiga, *channels within foreign nations*, membawa produk dari titik masuk di luar negeri ke pembeli dan pemakai akhir.

3. Persepsi Konsumen tentang *Country of Origin*

Menurut Kotler (2007 : 63), pemasar global paham bahwa para pembeli mempunyai perbedaan sikap dan keyakinan mengenai merk atau produk dari negara yang berbeda. Persepsi *country of origin* ini secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Persepsi tersebut mungkin tercakup sebagai sebuah atribut dalam pembuatan keputusan atau mempengaruhi mempengaruhi atribut lain dalam proses tersebut. Terbukti bahwa sebuah merk atau produk yang sukses di pasar global tentu akan mendapatkan kredibilitas dan respek dari konsumen. Beberapa studi telah menemukan bahwa :

- Konsumen di negara-negara maju seringkali memprioritaskan untuk membeli produk-produk buatan negara mereka sendiri.
- Semakin baik citra negara, semakin utama label “ *Made in...*” sebaiknya dicantumkan.
- Dampak dari *country of origin* bervariasi menurut tipe produk. Misalnya: konsumen ingin tahu dimana sebuah mobil dibuat, tetapi tidak menanyakan dari mana asal minyak pelumasnya.
- Negara-negara tertentu memiliki reputasi yang baik sebagai penghasil produk-produk tertentu. Misalnya: Jepang dengan mobil dan barang-barang elektroniknya; Amerika dengan inovasi teknologi tinggi, minuman ringan, mainan, rokok, dan jeans; Perancis dengan anggur, parfum, dan barang-barang mewah.

- Kadangkala persepsi *country of origin* dapat mengangkat citra produk-produk suatu negara secara keseluruhan. Misalnya: Konsumen Cina di Hong Kong memandang produk-produk Amerika adalah prestisius; produk Jepang adalah inovatif; produk Cina adalah murah.

C. ECONOMIC NATIONALISM

1. Pengertian Economic Nationalism

Menurut Akhter (2007 : 142) kehadiran *Multi National Corporation* (MNC), sebagai dampak dari pasar global, seringkali ditentang oleh negara-negara tertentu, karena dianggap mengancam eksistensi perusahaan-perusahaan domestik, sehingga proteksi terhadap perusahaan domestik harus ditingkatkan. Tindakan ini kemudian berkembang menjadi paham *economic nationalism*, yang saat ini dipandang sebagai kekuatan untuk mengendalikan globalisasi.

Basis dari *economic nationalism* adalah proteksi pada kepentingan perdagangan domestik. Ketika MNC dengan pemasaran dan finansial yang melimpah masuk ke suatu negara, maka MNC ini dianggap sebagai ancaman bagi bisnis domestik. *Economic nationalism* merupakan respon atas ketakutan untuk kehilangan kontrol kepada perusahaan domestik. *Economic nationalism* tidak hanya mensupport produk, perusahaan, dan bisnis domestik, tetapi juga memperkuat dominasi produk domestik atas produk luar negeri, sebagaimana yang dilakukan oleh Korea Selatan (Slater, 1998 : 14).

Ketahanan nasional merupakan argumen dasar yang digunakan untuk mengembangkan *economic nationalism*, karena adanya keyakinan perusahaan domestik lebih berkomitmen untuk mencapai aspirasi dan tujuan domestik daripada perusahaan asing. Beberapa konsep dikaitkan dengan *economic nationalism*, walaupun secara konseptual berbeda dengan *economic nationalism*, yaitu nasionalisme, patriotisme, etnosentrisme, dan etnosentrisme konsumen (Akhter 2007 : 143).

- Nationalisme

Semangat nasionalisme menjadi begitu melekat dan sensitif dirasakan oleh seorang warga negara ketika warga negara tersebut dimotivasi untuk mengabdikan kepada negaranya dan ketika pengabdianya meningkatkan identitas dan harga dirinya (Druckman, 1994). Seorang nasionalis mempunyai perasaan bahwa negaranya adalah superior dan dominan, sehingga kemudian menilai negara lain secara bias (Kosterman dan Feshbach, 1989 : 257). Elemen-elemen nasionalisme meliputi kesadaran nasional, etnosentrisme nasional, dan aspirasi nasional.

- Patriotisme

Patriotisme dibagi menjadi dua, yaitu *healthy patriotism* dan *ethnocentric patriotism*. Pada *healthy patriotism*, cinta seorang warga negara kepada negaranya tidak diasosiasikan dengan mencurigai negara lain, sedangkan *ethnocentric patriotism*, cinta

seorang warga negara kepada negaranya diasosiasikan dengan mencurigai negara lain. Pendapat lainnya membedakan konsep nasionalisme dan patriotisme. Menurut Kosterman dan Fecsbach (1989), patriotisme melibatkan perasaan positif bahwa negaranya tidak harus superior dan dominan. Sedangkan Druckman (1994 : 47), patriotisme adalah komitmen dan kesiapan untuk berkorban demi negara, sementara itu nasionalisme adalah komitmen dan kesiapan untuk berkorban demi negara yang dilandasi semangat permusuhan dengan negara lain. Walaupun demikian, patriotisme tidak bias dalam menilai negara lain.

- Etnosentrisme

Penganut etnosentrisme menganggap bahwa simbol-simbol dan nilai-nilai kelompoknya lebih superior daripada simbol-simbol dan nilai-nilai kelompok lain, sehingga kemudian etnosentrisme diasosiasikan dengan bangsa, kelompok etnis, simbol, dan nilai. Keyakinan yang dominan berarti bahwa bangsa, kelompok etnis, simbol, dan nilai dari seseorang lebih superior daripada pihak lain.

- Etnosentrisme konsumen

Konsep etnosentrisme konsumen diadaptasi dari konsep umum etnosentrisme. Adaptasi tersebut berupa perspektif perilaku konsumen mengenai etnosentrisme. Etnosentrisme konsumen merepresentasikan keyakinan konsumen mengenai kelayakan/tanggung jawab secara moral dari pembelian produk buatan negara lain.

Konsep etnosentrisme konsumen diartikan untuk tidak membeli produk impor karena hal itu akan merugikan produk domestik dan dianggap tindakan yang tidak patriotik. Etnosentrisme konsumen juga merekomendasikan pajak yang tinggi untuk produk-produk impor dan pengurangan pajak pada perdagangan internasional. Etnosentrisme konsumen ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, meliputi beberapa dimensi. Konsep etnosentrisme konsumen didasarkan pada beberapa kaidah:

- Seseorang dianggap mengkhianati negaranya, kalau membeli produk negara lain.
- Tanggung jawab secara moral jika membeli barang impor.
- *Personal prejudice* terhadap barang-barang impor.

Oleh karena *economic nationalism* berbeda dengan keempat konsep tersebut, sebab berorientasi kepada perlindungan sumber daya, industri, dan konsumen domestik dari kontrol perusahaan asing. Menurut Baughn dan Yaprak (1996 : 759), *economic nationalism* mengutamakan perusahaan, produk, tugas, dan pekerja domestik daripada luar negeri. Hal ini untuk mempertahankan agar aktivitas ekonomi tetap berada di bawah kontrol domestik, sehingga memenuhi harapan-harapan dari pihak-pihak yang mempunyai peran untuk membatasi pengaruh kegiatan bisnis asing terhadap perekonomian domestik. Dalam hal ini, berarti *economic nationalism* dimanifestasikan ke dalam peran pemerintah,

perusahaan domestik, dan masyarakat umum diharapkan untuk berperan dalam membatasi keterlibatan perusahaan asing di ekonomi domestik (Akhter 2003 : 77).

2. Pengembangan Economic Nationalism

Konsep *economic nationalism* mempunyai fokus yang spesifik, yaitu perlindungan otonomi ekonomi nasional, terutama proteksi terhadap ekonomi domestik dari pengaruh perusahaan asing. Fokus ini secara konseptual memisahkan antara konsep *economic nationalism* dengan konsep lain yang berkaitan, seperti patriotisme, etnosentrisme, dan etnosentrisme konsumen.

Pihak-pihak yang terlibat dalam *economic nationalism* adalah pemerintah, perusahaan domestik, dan masyarakat umum. Ketiga pihak itulah yang diharapkan dapat membatasi pengaruh perusahaan asing kepada ekonomi domestik.

Pemerintah

- Pemerintah dapat menerapkan aturan-aturan yang berkaitan dengan hambatan tarif dan non tarif, hak cipta, penolakan produk asing, pemberian subsidi kepada perusahaan domestik.
- Pemerintah dapat menolak pembelian perusahaan-perusahaan domestik.

Perusahaan domestik

Perusahaan domestik dapat membatasi pengaruh perusahaan asing dengan cara:

- Menghalangi penjualan perusahaan domestik kepada perusahaan asing.
- Menghindari formasi aliansi strategik dengan perusahaan asing.
- Mengembangkan jaringan hubungan dengan perusahaan asing dimana masing-masing anggota mengutamakan transaksi pembelian hasil produksi satu sama lain.

Masyarakat umum

- Masyarakat dapat melakukan boikot atas produk-produk asing.
- Menghindari untuk bekerja di perusahaan asing.
- Hanya membeli produk domestik.

D. KESIMPULAN

Pasar global merupakan wahana bagi setiap perusahaan dan negara untuk menawarkan keunggulannya dan memperluas pasarnya ke luar negeri sekaligus menjadi ancaman bagi negara yang lemah kompetensinya. Dengan demikian pada prinsipnya setiap negara, baik negara maju maupun negara berkembang mempunyai hak yang sama untuk memasuki pasar global. Sayangnya, saat ini pasar global masih dimaknai sebatas *free trade*, dan tidak memberi peluang yang sama pada negara-negara dunia untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Dengan kata lain, belum ada kesetaraan sehingga tidak saling menguntungkan.

Ketidakadilan pasar global telah menggugah tiap kesadaran negara-negara, terutama negara berkembang untuk membangun citra *country of origin* dari negaranya, agar produknya dikenal di seluruh dunia. Secara spesifik, *country of origin* diidentikkan dengan frase "Made in...(nama negara)" untuk suatu produk.

Country of origin merupakan alat bagi negara untuk menunjukkan eksistensinya sebagai negara dan menjadi sarana menuju nasionalisme ekonomi (*economic nationalism*). Untuk membangun *country of origin*, suatu negara membutuhkan keterlibatan berbagai pihak mulai dari pemerintah, para produsen/pengusaha, dan dukungan konsumen. Perhatian utama untuk meningkatkan citra *country of origin* adalah usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan membangun merk yang kuat, sehingga diperlukan program pemasaran yang akurat. Dengan citra *country of origin* yang kuat, merupakan modal besar bagi suatu negara untuk mewujudkan nasionalisme ekonomi (*economic nationalism*), yaitu proteksi terhadap perusahaan domestik dari pengaruh perusahaan asing dan untuk mengendalikan dampak pasar global.

E. IMPLIKASI BAGI INDONESIA

Dengan demikian, perlu mendapat perhatian khusus mengenai nama "Indonesia" sebagai *country of origin* yang biasanya dihubungkan dengan *perceived quality* (kualitas menurut versi konsumen). Dalam persepsi khalayak konsumen global, tiap negara diasosiasikan dengan atribut-atribut tertentu yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian. Misalnya Jerman yang diasosiasikan dengan produk-produk yang bermutu tinggi, tetapi harganya mahal, Korea dan Taiwan dipersepsikan sebagai penghasil produk murah, tetapi kualitasnya terjaga, sedangkan Cina dipersepsikan dengan negara yang produk-produknya sangat murah. Bisa juga suatu dipersepsikan sebagai negara penghasil berbagai komoditas dalam sektor tertentu. Misalnya Thailand dan Vietnam dengan komoditas sektor pertaniannya yang melimpah, bermutu, dan harga murah, Singapura dengan layanan sektor jasa dan informasi yang canggih.

Kalau negara-negara tersebut memiliki atribut spesifik yang melekat, maka bagaimana atribut Indonesia di benak konsumen, atau ingin dikenal sebagai negara penghasil produk yang bagaimana?

Dalam pasar global, Indonesia harus mengembangkan unsur keunikan sebagai sebuah *competitive advantage* masing-masing negara harus ditonjolkan dan dipertahankan dengan sebuah strategi berkelanjutan. Jadi, harus berfokus pada potensi dasar yang sudah dimiliki, sehingga dengan potensi tersebut akan mudah untuk dikembangkan menjadi kompetensi inti. Jika selama ini Indonesia dikenal sebagai negara agraris sebagai *core business*, maka ini sebenarnya sudah merupakan modal yang besar yang potensial untuk dikembangkan. Misalnya bagaimana menghasilkan komoditas pertanian yang bermutu, melimpah, harga murah, dan produk-produk pertanian yang inovatif.

**Keterkaitan
antara
Global**

75

Fenomena yang ada selama ini adalah Indonesia justru melalaikan potensi dasar di sektor pertanian ini, untuk lebih berfokus mengejar sektor lain yang sebenarnya bukan *core business* Indonesia, misalnya sektor industri. Kasus ditutupnya perusahaan pesawat terbang PT Dirgantara Indonesia merupakan contoh bahwa menciptakan *county of origin* dengan mengabaikan *core business* akan lebih beresiko daripada menciptakan *county of origin* berdasarkan *core business*. Selain itu, Indonesia juga mempunyai keunggulan dalam sektor pariwisata. Keunikan yang bisa ditonjolkan keagungan peradaban masa lalu dan peninggalan arkeologis.

Dengan demikian frase “Made in Indonesia” merupakan rangkaian penuh makna yang didalamnya tersimpan harga diri bangsa, dan masa depan bisnis Indonesia. Dan ketika suatu bangsa sudah respek terhadap produk sendiri, berarti akan suatu indikator untuk tegaknya harga diri bangsa, dan selanjutnya akan mampu mewujudkan *economic nationalism* yaitu mengendalikan hegemoni bisnis asing terhadap bisnis domestik.

- Akhter, S.H. (2007), "Globalization, Expectations Model of Economic Nationalism, and Consumer Behavior", *Journal of Consumer Marketing*, Emerald Group Publishing Limited.
- Akhter, S.H., Kim, D.S., dan Hosseini, J. (2003), "The Influence of Economic Nationalism and Product Quality on Behavioral Intentions: An Empirical Investigation", *Journal of Global Business*, Spring.
- Baughn, C.C., dan Yaprak, A. (1996), "Economic Nationalism: "Conceptual and Empirical Development", *Political Psychology*, Vol. 17 No.4.
- Bilkey, W.J., dan Nes, E. (1982), "Country-of-Origin Effects on Product Evaluations", *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer.
- Druckman, D. (1994), "Nationalism, Patriotism, and Group Loyalty: A Social Psychological Perspective", *Mershon International Studies Review*, Vol. 38 No.1.
- Hollensen, S. (1998), *Global Marketing: A Market-Responsive Approach*, Prentice Hall: London.
- Johansson, J.K. (2000), *Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing & Global Management*, Irwin Mc Graw-Hill, Companies: Boston, MA.
- Keegan, W.J. (1989), *Global Marketing Management*, Prentice Hall, Englewood Cliff, NJ.
- Kosterman, R. dan Fesbach S. (1989), "Toward a Measure of Patriotic and Nationalistic Attitudes", *Political Psychology*, Vol. 10 No.2.
- Kotler, P. (2006), *Marketing Management*, Pearson Education, Inc, Upper Saddle River: New Jersey.
- Sheth, J. (1986), "Global Markets or Global Competition", *The Journal of Consumer Marketing*, Vol. 3 No.2, Spring.
- Slater, J. (1998), "What's in a Name", *Far Eastern Economic Review*, March 26.
- Susanto, A.B (2006), *Made in Indonesia*, The Jakarta Consulting Group.

**STUDI TENTANG KELAYAKAN FINANSIAL
USAHA BUDI DAYA TANAM
CABE KRITING PADA KELOMPOK
TANI BASUKI
DESA DOMPYONGAN JOGONALAN
KLATEN
(Studi Kasus di Lahan Milik Bapak Karsono)**

Azis Slamet Wiyono

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the feasibility study of financial concerning with the business of planting curly chili which is done by Mr. Karsono, the member of Basuki Farmer Group in Dompnyongan, Jogonalan, Klaten.

There were two data collected, primary and secondary data. Primary data consisted of the projection of cash inflows and cash outflows for the business of planting curly chili which is done by Mr. Karsono in his field which has a wide for about 1 hectare. The primary data had been collected by doing an interview with Mr. Karsono and the boards of the group as an elder member of this organization. This data collection emphasized on the respondent active participation (action participation). Secondary data consisted of the concept of relevant theories, collected by literature study with the source of books and web. The 1 hectare field of Mr. Karsono was the population for this research. There was no sampling technique in this research because all of the groups of population (Mr. Karsono's field) used as the basic for calculating the cash flows, both cash inflows and cash outflows. Moreover, the investment criteria technique is used for evaluating the exertion of planting curly chili financial feasibility done by Mr. Karsono. Those investment criteria consisted of profit business, payback period, net present value, benefit-cost ratio, and internal rate of return.

Based on the evaluation result of the feasibility study of the business of planting curly chili which is done by Mr. Karsono by using the criteria above, it can be concluded that this business is feasible in financial, in sell-price of fresh curly-chili for Rp.10.000,00 until Rp.50.000,00 for each kilo. That is why, because that sell-price has a profit-business prospect in which the payback period is less than maximum payback period. Moreover, the net-present-value is positive, thus the benefit-cost ratio is bigger than 1, and have an internal rate of return is bigger than its cost of capital. This conclusion shows the truth of hypothesis research of the business of planting curly-chili which is done by Mr. Karsono (the member of Basuki farmer group) is feasible, and in financial, it is suitable to do". On the contrary, in the sell-price Rp.5.000,00, it is not feasible in financial, because there is no profit

prospect, have a payback period bigger than maximum payback period, the net present value is negative, the benefit-cost ratio is less than 1, and have an internal rate of return less than its cost of capital. In the sell-price of Rp.7.000,00 for each kilo, based on the criteria of net present value, benefit-cost ratio, and internal rate of return, it is not proper to do, because the net present value is negative, the benefit-cost ratio is less than 1, and the internal rate of return is less than its cost of capital. This conclusion shows that in that price and with that investment criteria, the hypothesis research had been proposed is not valid. If the criteria used are profit business and payback period criteria, so in the sell-price of Rp.7.000,00 for each kilo, the investment project above is feasible in financial, because not only have a profit prospect, but also have a payback period less than maximum payback period.

Key Words: the business of planting, curly chili, financial feasibility.

A. Latar Belakang Masalah

Desa Dompyongan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten, propinsi Jawa Tengah memiliki lahan pertanian tadah hujan, artinya irigasi dari sungai hanya dapat dilakukan pada musim penghujan. Pengairan tanaman pada musim kemarau hanya dapat dilakukan dengan bantuan mesin penyedot air (diesel). Petani dalam satu tahun memiliki tiga kali masa tanam. Pertama, pada musim penghujan hampir semua petani menanam padi. Kedua, setelah penanaman padi pertama dipanen, sebagian besar petani masih menanam padi (tanam padi gadhu); dan ada sebagian kecil petani yang menanam palawija. Ketiga, pada musim kemarau hampir semua petani menanam palawija.

Petani di desa Dompyongan umumnya merupakan petani dengan pola tanam tradisional. Sebagian besar petani menanam padi pada musim penghujan dan musim gadhu; sedangkan pada musim kemarau menanam palawija. Jenis tanamannya hampir sama, saat musim penghujan hampir semua petani menanam padi, dan saat musim kemarau sebagian besar petani menanam jagung. Hal ini juga terjadi pada pola tanam petani di sekitar desa Dompyongan. Karena jenis tanamannya hampir sama, maka saat panen barangnya menjadi melimpah (baik untuk padi maupun jagung), dan harganya cenderung turun. Petani hampir tidak pernah bisa menikmati masa panen saat harganya tinggi. Dari tahun ke tahun siklus dan pola tanamnya hampir tidak pernah berubah. Keluhan dan permasalahan yang hampir dialami oleh sebagian besar petani adalah hasil panennya hanya habis dipergunakan untuk membiayai penanaman masa tanam berikutnya. Jika ada sisa (keuntungan), jumlahnya sangat tidak signifikan. Untuk itu petani di desa Dompyongan perlu mengubah model tanamnya (terutama perubahan pada komoditi yang ditanam), sehingga permasalahan tersebut dapat diminimalisir. Petani perlu menanam jenis komoditi yang memiliki nilai ekonomi (nilai jual) yang tinggi.

Cabe merupakan jenis komoditi pertanian yang secara teknis bisa dibudidayakan di lahan pertanian desa Dompyongan,

seperti cabe kriting (cabai besar) dan cabe rawit (cabe kecil) termasuk komoditi pertanian yang bernilai ekonomi tinggi dan mudah memasarkannya. Meskipun kadang-kadang harga cabe bisa sangat murah, tetapi cenderung bisa diprediksi kapan harganya murah dan kapan harganya mahal. Pemasaran cabe oleh petani di desa ini biasanya dalam bentuk cabai segar, yang dijual ke tengkulak-tengkulak yang juga penduduk desa setempat, atau penduduk desa sekitarnya.

Pada bulan Januari 2011, harga cabe mengalami kenaikan yang cukup fantastis dimana harga cabe rawit merah mencapai angka tertinggi Rp.120.000,-/Kg, cabe keriting mencapai harga Rp.60.000,-/Kg di pasaran. Kemudian pada bulan Februari 2011, harga berangsur-angsur turun menjadi: cabe rawit merah Rp.80.000,- di pasaran, dan Rp.60.000,- harga petani. Sedangkan harga cabe kriting Rp.30.000,- di pasaran, dan Rp. 25.000,- di tingkat petani. Kemudian pada bulan berikutnya harga cabe turun lagi menjadi: cabe keriting merah di pasaran Rp.20.000,- / Kg dan Rp.15.000,- / Kg di tingkat petani.

(<http://agrotekno.blogspot.com/2012/09/sukses-budidaya-cabe-hibrida.html>-diakses tanggal 10 Mei 2013).

Petani di desa Dompnyongan diorganisir ke dalam wadah kelompok tani. Ada beberapa kelompok tani di desa tersebut, pembagiannya didasarkan pada letak lahan pertaniannya. Kelompok tani di bawah koordinasi ketua kelompok mengatur kegiatan-kegiatan petani, seperti pertemuan rutin, pertemuan insidensil untuk penyuluhan pertanian, distribusi pupuk dan obat, serta pengaturan irigasi. Petugas dari PPL juga aktif memberikan penyuluhan pertanian di desa ini. Kelompok tani "Basuki" merupakan salah satu kelompok tani yang ada di desa Dompnyongan, diketuai oleh bapak Harjo Sukarno. Kelompok tani ini memiliki anggota aktif kurang lebih 100 orang, dengan cakupan areal sekitar 25 hektar.

Salah satu anggota kelompok tani "Basuki" yang selama ini sering melakukan usaha budidaya tanam cabe adalah bapak Karsono, yang beralamat di dukuh Dadapan RT. 009 RW. 005 desa Dompnyongan. Selama ini jenis cabe yang sering dibudidayakan adalah cabe kriting (cabe besar). Secara teknis petani tersebut memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai dalam hal budidaya tanam cabe. Namun secara finansial usaha bisnisnya tidak pernah dicatat dan dianalisis sebagaimana mestinya. Komoditi cabe dibudidayakan hanya atas dasar pertimbangan teknis semata. Jika ditanya berapa biaya dan keuntungan usahanya tidak pernah bisa dijawab dengan benar. Pemahaman terhadap biaya produksipun masih sering salah. Berbagai komponen yang secara ekonomis seharusnya masuk sebagai biaya tidak dianggap sebagai biaya. Biaya implisit yang muncul seperti nilai input yang dimilikinya dan dipergunakan dalam proses produksi tidak dianggap sebagai biaya produksi. Ia tidak tahu kelayakan finansial usahanya.

Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono adalah kegiatan bisnis yang seharusnya berorientasi pada keuntungan. Hal penting yang harus diperhatikan adalah

kecermatan dan profesionalisme pengelolaannya, termasuk kecermatan dan profesionalisme pencatatan transaksi dan analisisnya dari aspek finansial. Ia perlu mendapatkan informasi yang akurat dari hasil penelitian yang mencermati kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting di lahan pertaniannya. Informasi ini penting untuk menilai apakah usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono secara finansial layak untuk dilakukan. Karena kondisi lahan di areal pertanian milik anggota kelompok tani "Basuki" cenderung homogen, maka hasil analisis kelayakan finansial di lahan garapan milik bapak Karsono seluas 1 hektar sudah bisa mewakili (representatif) terhadap keseluruhan lahan yang ada. Dengan demikian hasil analisisnya bisa dijadikan acuan bagi seluruh petani anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompnyongan.

Atas dasar uraian di atas, maka penelitian untuk mengamati dan menganalisis kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani "Basuki") penting untuk dilakukan. Penelitian ini akan dilakukan melalui aksi partisipatif, artinya petani akan banyak dilibatkan dalam perhitungan proyeksi aliran kas, baik untuk kas masuk (*cash inflows*) maupun kas keluar (*cash outflows*). Judul penelitian yang diajukan adalah "**Studi Tentang Kelayakan Finansial Usaha Budidaya Tanam Cabe Kriting Pada Kelompok Tani Basuki Desa Dompnyongan Jogonalan Klaten (Studi Kasus di Lahan Milik Bapak Karsono)**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahannya bisa diidentifikasi sebagai berikut:

1. Petani di desa Dompnyongan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten, umumnya merupakan petani dengan pola tanam tradisional;
2. Jenis tanamannya hampir sama, saat musim penghujan hampir semua petani menanam padi, dan saat musim kemarau sebagian besar petani menanam jagung;
3. Karena jenis tanamannya hampir sama, maka saat panen barangnya menjadi melimpah (baik untuk padi maupun jagung), dan harganya cenderung turun. Petani hampir tidak pernah bisa menikmati masa panen saat harganya tinggi;
4. Petani perlu menanam jenis komoditi yang memiliki nilai ekonomi (nilai jual) yang tinggi;
5. Cabe termasuk komoditi pertanian yang bernilai ekonomi tinggi dan mudah memasarkannya;
6. Cabe kriting merupakan jenis komoditi pertanian yang secara teknis bisa dibudidayakan pada lahan pertanian di desa Dompnyongan;
7. Petani di desa Dompnyongan diorganisir ke dalam wadah kelompok tani. Ada beberapa kelompok tani di desa tersebut, pembagiannya didasarkan pada letak lahan pertaniannya. Kelompok tani "Basuki" merupakan salah satu kelompok tani yang ada di desa Dompnyongan;

9. Selama ini jenis cabe yang sering dibudidayakan adalah cabe kriting (cabe besar). Secara teknis petani tersebut memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai dalam hal budidaya tanam cabe. Namun secara finansial usaha bisnisnya tidak pernah dicatat dan dianalisis sebagaimana mestinya;
10. Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono merupakan usaha bisnis, maka perlu dilakukan studi kelayakan dari aspek finansial, agar dapat diketahui prospek keuntungannya.

C. Pembatasan Masalah

Kelayakan usaha bisnis dapat dilihat dari banyak aspek, seperti aspek teknis, pasar, manajemen, keuangan, ekonomi, dan lain sebagainya. Yang menjadi perhatian dalam studi kelayakan ini hanya dibatasi dari aspek finansial (keuangan) semata.

D. Perumusan Masalah

Atas dasar latar belakang, identifikasi dan batasan masalah di atas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah : “Apakah usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani “Basuki” desa Dompoyongan) menguntungkan secara finansial?”.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial terhadap usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani “Basuki” desa Dompoyongan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten).

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan informasi kepada bapak Karsono (anggota kelompok tani “Basuki” desa Dompoyongan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten) sebagai masukan dalam pengambilan keputusan kelayakan finansial usahanya dalam budidaya tanam cabe kriting. Karena kondisi lahan pertanian garapan anggota kelompok tani “Basuki” cenderung homogen, maka hasil penelitian ini juga bermanfaat untuk masukan bagi petani lain yang ingin melakukan usaha budidaya tanam cabe kriting. Penelitian ini diharapkan juga bisa memberikan sumbangan untuk peneliti berikutnya sebagai acuan penelitiannya.

G. Landasan Teori

Evaluasi kelayakan usulan investasi (rencana bisnis) perlu dilakukan sebelum rencana investasi dijalankan. Kelayakan bisa ditinjau dari berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, politik, hukum, dan lain sebagainya. Kelayakan dilihat dari aspek ekonomi sendiri masih bisa dipecah menjadi beberapa aspek, yang salah satunya adalah aspek finansial. Ada berbagai metode/teknik evaluasi kelayakan finansial, seperti *Keuntungan Usaha (KU)*, *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, *Benefit-Cost Ratio (BCR)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

Keuntungan usaha merupakan selisih antara *Total Revenue (TR)* setelah dikurangi dengan *Total Cost (TC)*. Jika *TR* lebih besar dari *TC*, maka suatu usaha bisnis akan memperoleh keuntungan. Sebaliknya jika *TR* lebih kecil dari *TC*, maka suatu usaha bisnis akan mendapatkan keuntungan negatif (menderita kerugian). Suatu usaha bisnis layak untuk dilaksanakan kalau *TR*-nya lebih besar dari *TC*. Jika *TR* lebih kecil dari *TC*, maka suatu usaha bisnis tidak layak untuk dilaksanakan.

Payback period merupakan periode waktu yang diperlukan untuk menutup kembali dana yang telah dikeluarkan pada usaha bisnis (penanaman modal) tertentu. *Payback period* menurut Bringham dan Houston (2001: 453), didefinisikan sebagai ekspektasi jumlah tahun yang diperlukan untuk menutup investasi awal. Jadi *payback period* menggambarkan lamanya waktu yang diperlukan untuk menutup kembali dana yang telah diinvestasikan ke dalam proyek investasi (bisnis) tertentu. Untuk menilai kelayakan usulan investasi dengan metode ini, sebelumnya harus ditetapkan maksimum *payback period* yang dikehendaki oleh investor. Langkah berikutnya, membandingkan antara *payback period* hasil perhitungan dengan maksimum *payback period*-nya. Jika *payback period* hasil perhitungan lebih kecil dari maksimum *payback period*, maka suatu usulan investasi layak untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika *payback period* hasil perhitungan lebih besar dari maksimum *payback period*, maka suatu usulan investasi tidak layak untuk dilaksanakan. Jadi dengan kriteria ini, proyek investasi (bisnis) yang baik adalah yang dapat mengembalikan modal secepatnya.

Net Present Value (NPV) adalah selisih antara *Present Value Cash Inflows (Benefit)* setelah dikurangi dengan *Present Value Cash Outflows (Cost)*. Menurut Arthur J. Keown (2011: 307), nilai bersih sekarang (*NPV*) dari suatu usulan investasi sama dengan nilai sekarang dari arus kas bebas dikurangi pengeluaran investasi awal. Kita bisa melakukan evaluasi kelayakan investasi (usaha bisnis) dengan melihat nilai *NPV*-nya. Jika suatu usulan investasi memiliki *NPV* positif (lebih besar nol), maka layak untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika nilai *NPV*-nya negatif (lebih kecil nol), maka menjadi tidak layak untuk dilaksanakan.

Benefit-Cost Ratio (BCR) merupakan perbandingan (rasio) antara *Present Value* dari *cash inflows (benefit)* dengan *Present value* dari *cash outflows (cost)*. *Benefit-Cost Ratio* sering disebut juga indeks profitabilitas. Menurut Arthur J. Keown (2011: 310), indeks profitabilitas (*PI*) atau rasio manfaat/biaya, merupakan rasio nilai sekarang dari arus kas bebas masa depan terhadap pengeluaran awal. Jika *BCR* dari suatu usulan investasi sudah dihitung, maka kelayakannya bisa dinilai. Suatu usulan bisnis/investasi akan layak untuk dilaksanakan jika *BCR*-nya lebih besar satu. Sebaliknya, jika *BCR*-nya lebih kecil dari satu, maka suatu usulan investasi tidak layak untuk dilaksanakan.

Internal Rate of Return (IRR) merupakan tingkat *discount rate* tertentu yang menjadikan *Present Value* dari *cash inflows (benefit)* sama dengan *Present Value* dari *cash outflows (cost)*. *IRR* dapat juga

didefinisikan sebagai tingkat diskonto yang menyamai NPV arus kas bersih masa depan proyek dengan pengeluaran kas awal proyek (Arthur J. Keown 2011: 312). Menurut Bringham dan Houston (2001: 458), IRR didefinisikan sebagai tingkat diskonto yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas masuk proyek yang diharapkan terhadap nilai sekarang biaya proyek. *Internal Rate of Return* dicari dengan metode *trial and error* (coba-coba). Setelah IRR dari suatu usulan bisnis dihitung, langkah selanjutnya adalah membandingkannya dengan tingkat *discount rate* yang berlaku pada saat itu. Jika suatu usulan bisnis memiliki IRR lebih besar dari *discount rate* yang berlaku, maka usulan bisnis tersebut layak untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika IRRnya lebih kecil dari tingkat *discount rate* yang berlaku, maka tidak layak untuk dilaksanakan.

H. Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian Eleazar Dodo S (2007) dengan judul “Analisis Kelayakan Usaha Ternak Kambing Melalui Penelitian Aksi Partisipatif (Studi Kasus : Kelompok Tani Harapan Mekar, Situgede, Bogor Barat, Bogor, Jawa Barat)”. Tujuan penelitian ini, untuk menganalisis kelayakan aspek non finansial dan finansial perluasan kandang ternak kambing tanpa menggunakan pakan tambahan berupa konsentrat, menganalisis kelayakan aspek finansial perluasan kandang ternak kambing Kelompok Tani Harapan Mekar dengan menggunakan pakan tambahan berupa konsentrat, serta menganalisis tingkat kepekaan kelayakan finansial perluasan kandang ternak kambing Kelompok Tani Harapan Mekar. Hasilnya menunjukkan bahwa dari aspek non-finansial usaha ini layak untuk dijalankan pada perluasan kandang tanpa menggunakan konsentrat, yaitu nilai p value koefisien teknis 0,000 ($< 0,005$). Sedangkan pada perluasan kandang dengan menggunakan konsentrat menunjukkan bahwa usaha ini tidak layak untuk dijalankan, yaitu nilai p value koefisien teknis 0,147 ($> 0,005$). Hasil pada perluasan kandang tanpa menggunakan konsentrat secara finansial menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan, yaitu nilai NPV Rp 18.817.579,-, nilai PI 2,23, nilai IRR 41,6% dan nilai PBP 2,4 tahun. Pada perluasan kandang dengan menggunakan konsentrat dalam satu kali penjualan, usaha tidak layak untuk dijalankan, yaitu nilai NPV (Rp 17.897.667,-) nilai PI (0,12), nilai IRR (51,7%) dan nilai PBP 28 tahun. Demikian pula pada perluasan kandang dengan menggunakan konsentrat dalam dua kali penjualan, usaha ini tidak layak dijalankan, yaitu nilai NPV (Rp 13.917.391), nilai PI 0,13, nilai IRR (31,7%) dan nilai PBP 14 tahun. Hasil analisis sensitivitas dengan menurunkan harga jual ternak menunjukkan bahwa usaha ini dapat layak dijalankan selama penurunan harga ternaknya tidak lebih dari atau sama dengan 8%. (<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/14968/H07eds.pdf>, diakses tanggal 27 Mei 2013).

Penelitian Wiyono (2008), dengan judul “Studi Kelayakan Usaha Budidaya Tanaman Jagung di Desa Dompoyongan Jogonalan Klaten (Studi Kasus di Lahan Milik Bp. Aris Suwandi)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan finansial

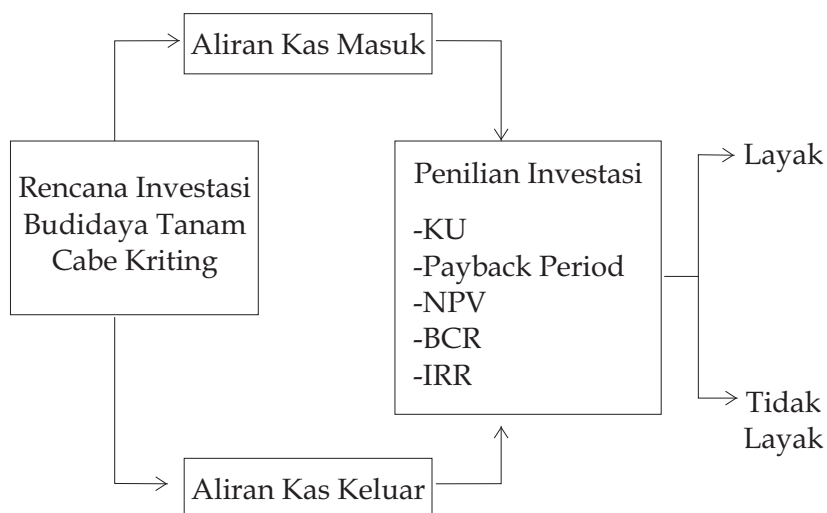
terhadap usaha budidaya tanaman jagung di lahan milik bp. Aris Suwandi di desa Dompokan, Jogonalan, Klaten. Hasilnya menunjukkan bahwa proyek investasi tersebut memiliki *payback period* 5 bulan, sedangkan maksimum *payback period*nya 6 bulan. Jadi usaha budidaya tanaman jagung di lahan milik bp. Aris Suwandi, di desa Dompokan, Jogonalan, Klaten memiliki *payback period* lebih kecil (lebih pendek) dari maksimum *payback period*nya. Jika dilihat *net present valuenya (NPV)*, proyek tersebut memiliki *NPV* sebesar Rp. 847.406,00. Sedangkan *benefit-cost rasionya (BCR)* sebesar 1,059. *IRR*nya lebih besar dari *cost of capital*nya. Dengan demikian usaha budidaya tanaman jagung di lahan milik bp. Aris Suwandi secara finansial layak, karena memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback period*nya, *NPV* positif, *BCR* lebih besar satu, dan memiliki *IRR* yang lebih besar dari *cost of capital*nya.

Penelitian Wulandari (1997), berjudul "Studi Kelayakan Terhadap Rencana Pendirian Pondokan Mewah Mahasiswi Di Daerah Gendingan, Jebres, Surakarta". Hasilnya menunjukkan bahwa pendirian proyek layak dilaksanakan, baik dilihat dari aspek pasar, teknis, maupun keuangan. Dilihat dari aspek keuangan, proyek cukup peka terhadap penurunan tingkat hunian atau dengan kata lain peka terhadap perubahan kondisi pasar. Namun proyek tersebut tidak peka terhadap kenaikan biaya operasi yang menyertainya.

I. Kerangka Berpikir

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya permasalahan yang muncul pada usaha bisnis dalam bentuk usaha budidaya tanam cabe kriting yang dijalankan oleh bapak Karsono, anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompokan, Jogonalan, Klaten. Petani tersebut tidak mengetahui apakah usaha bisnis yang mereka lakukan layak secara finansial. Studi ini menjadi penting untuk memberikan rekomendasi bagi bapak Karsono, sebagai bahan untuk menilai kelayakan finansial usaha bisnis yang dijelankannya.

Sebagai pedoman untuk melakukan analisis dan pemecahan masalahnya, maka dibuat kerangka berpikir sebagaimana tampak di bawah ini:



J. Pengajuan Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan landasan teori yang ada, maka di sini dikemukakan hipotesis penelitiannya sebagai berikut: "Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompokan) menguntungkan dan secara finansial layak untuk dilaksanakan".

K. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan fokus kajian pada studi kelayakan bisnis. Permasalahan yang diangkat berhubungan dengan kasus yang terjadi pada usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono, anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompokan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten. Jadi subyek utama penelitiannya adalah bapak Karsono (sebagai informan utama). Sedangkan obyek penelitiannya adalah aliran kas sehubungan usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono tersebut.

Penelitian ini dilakukan di lahan pertanian garapan bapak Karsono, yang terletak di desa Dompokan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten. Waktu penelitiannya dimulai dari 15 Juli 2013 sampai dengan 14 Oktober 2013. Penelitian ini memakan waktu sekitar 3 bulan.

Lahan pertanian garapan bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" yang ada di desa Dompokan, Jogonalan, Klaten seluas 1 hektar merupakan populasi penelitian ini. Penelitian ini tidak menggunakan teknik sampling, karena semua anggota populasi (lahan garapan bapak Karsono) diambil sebagai dasar untuk perhitungan aliran kas baik kas masuk maupun kas keluar.

Ada dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu data primer dan sekunder. Data primer terdiri data tentang proyeksi kas masuk (*cash inflows*) atau *benefit* dan proyeksi kas keluar (*cash inflows*) atau *cost* sehubungan usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono di lahan garapannya seluas 1 hektar. Data primer dikumpulkan dengan teknik wawancara kepada bapak Karsono dan pengurus kelompok tani selaku pembina. Pengumpulan data lebih ditekankan pada peran aktif responden (aksi partisipatif), untuk mendapatkan informasi aliran kas sehubungan usaha bisnisnya. Untuk data sekunder yang terdiri dari konsep-konsep teori yang relevan, dikumpulkan dengan teknik studi pustaka yang bersumber dari buku-buku dan internet.

Untuk mengumpulkan data yang relevan dengan pemecahan masalah penelitian digunakan instrumen pedoman wawancara. Pedoman wawancara dibuat sedemikian rupa, agar pada saat wawancara kita lebih menekankan peran aktif dari pihak petani, baik bapak Karsono sebagai informan utama, pengurus kelompok tani "Basuki", maupun petani lainnya sebagai informan tambahan.

Untuk menilai kelayakan usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono digunakan teknik/metode kriteria investasi dari aspek finansial. Berbagai

kriteria investasi tersebut terdiri dari Keuntungan usaha, *payback period*, *net present value*, *benefit-cost ratio*, dan *internal rate of return*.

I. Hasil Analisis Data

Untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka dilakukan analisis data. Permasalahan penelitian sebagaimana tercantum pada perumusan masalah adalah "Apakah usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompuyongan) menguntungkan secara finansial?". Sedangkan hipotesis yang diajukan berbunyi "Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompuyongan) menguntungkan dan secara finansial layak untuk dilaksanakan". Teknik kriteria investasi dipergunakan untuk menganalisis apakah usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono secara finansial layak untuk dilaksanakan. Berbagai kriteria investasi yang dipergunakan untuk menganalisis data, terdiri kriteria keuntungan usaha (KU), *payback period* (PP), *net present value* (NPV), *benefit-cost ratio* (BCR), dan *internal rate of return* (IRR).

Hasil analisis data selengkapnya dengan berbagai kriteria investasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kriteria Keuntungan Usaha (KU)

Analisis Keuntungan usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompuyongan, Jogonalan, Klaten dilakukan untuk areal seluas 1 ha atau 4,5 pathok berdasarkan variasi harga jual cabe kriting yang terjadi selama ini, yaitu Rp. 5.000,00 per kg, Rp. 7.000,00 per kg, Rp. 10.000,00 per kg, Rp. 15.000,00 per kg, Rp. 25.000,00 per kg sampai dengan Rp. 50.000,00 per kg.

Pada harga jual cabe kriting segar Rp. 5.000,00 per kg, usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono masih menderita kerugian sebesar Rp. 16.732.000,00. Perhitungan matematikanya usaha budidaya cabe kriting tersebut baru bisa mencapai titik break even pada harga Rp. 6.941,63 per kg, dengan demikian agar diperoleh keuntungan, bapak Karsono harus bisa menjual hasil panennya dengan harga di atas Rp. 6.941,63. Pada harga jual cabe kriting segar Rp. 7.000,00 per kg, usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono sudah mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 503.000,00. Meskipun sudah mendapatkan keuntungan tetapi pada harga tersebut keuntungannya masih sangat kecil, sehingga tidak signifikan. Untuk areal seluas 1 ha, jika keuntungannya hanya sebesar Rp. 503.000,00 berarti 1 pathoknya hanya memperoleh keuntungan sebesar Rp. 125.750,00. Pada harga jual Rp. 10.000,00 per kg, proyeksi keuntungan usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono sebesar Rp. 26.355.500,00 per ha atau per pathok Rp. 5.856.777,78 (jumlah yang signifikan). Pada harga jual cabe kriting segar Rp. 15.000,00 per kg, usaha budidaya cabe kriting

yang dilakukan oleh bapak Karsono mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 69.443.000,00 untuk areal seluas 1 ha. Jumlah ini sudah lebih signifikan dari sebelumnya, karena per pathoknya sudah mendapatkan keuntungan usaha sebesar Rp. 15.431.777,78. Pada harga jual cabe kriting segar Rp. 25.000,00 per kg, usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono mendapatkan keuntungan sebesar Rp.155.618.000,00 untuk areal seluas 1 ha. Jumlah ini sudah lebih signifikan lagi dari sebelumnya, karena per pathoknya sudah mendapatkan keuntungan usaha sebesar Rp. 34.581.777,78. Pada harga cabe kriting segar Rp. 50.000,00 per kg, usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 371.055.500,00 untuk areal seluas 1 ha. Jumlah ini sudah sangat signifikan lagi dari sebelumnya, karena per pathoknya sudah mendapatkan keuntungan usaha sebesar Rp. 82.456.777,78.

2. Kriteria *Payback Period* (PP)

Payback period menggambarkan lamanya waktu yang diperlukan untuk menutup kembali dana yang telah diinvestasikan pada usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompokan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten. Pemasukan kas hasil usaha budidaya tanam cabe kriting terjadi mulai bulan ke 3 sampai dengan bulan ke 5. Penanaman berikutnya setelah cabe kriting akan dilakukan pada bulan ke 6, setelah panen cabe selesai (lebar). Jadi jika dana yang telah dikeluarkan untuk usaha budidaya tanam cabe kriting tersebut bisa kembali pada bulan ke 6, berarti bapak Karsono menganggap tidak ada permasalahan. Atas dasar informasi ini, maka maksimum *payback period* yang diinginkan oleh bapak Karsono adalah 6 bulan.

Pada harga jual cabe kriting segar Rp. 5.000,00 per kg, ternyata sampai akhir bulan ke 5 (bulan terakhir masa panen) pengeluaran untuk usaha budi daya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono belum atau tidak bisa tertutup. Hal ini karena pada harga cabe kriting segar Rp. 5.000,00 per kg usaha bisnis tersebut mengalami kerugian sebesar Rp. 16.732.000,00. Karena ada dana yang tidak bisa tertutup, maka secara implisit berdasarkan kriteria *payback period*, proyek investasi tersebut memiliki *payback period* tak terbatas, berarti lebih besar dari maksimum *payback period*nya. *Payback period* pada harga jual cabe kriting segar Rp. 7.000,00 4,97 bulan. Ternyata usaha bisnis tersebut memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback period*nya. Saat harga cabe kriting Rp.10.000,00 per kg, *payback period* terhadap usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono adalah 3,93 bulan, dan pengeluaran pada bulan ke 5 sudah bisa ditutup pada bulan ke 4. Ternyata usaha bisnis tersebut memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback period*nya. Saat harga jual cabe kriting segar per kg Rp. 15.000,00 *payback period* usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono 3,56 bulan dan pengeluaran pada bulan ke 5 sudah bisa ditutup pada bulan ke 4. Ternyata usaha bisnis tersebut

memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback period*nya. Selanjutnya pada harga jual cabe kriting segar Rp. 25.000,00 per kg *payback period* terhadap usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono adalah 3,26 bulan, dan pengeluaran pada bulan ke 5 sudah bisa ditutup pada bulan ke 4. Ternyata usaha bisnis tersebut memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback period*nya. Terakhir, *payback period* usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono berdasarkan harga jual cabe kriting segar Rp. 50.000,00 per kg 3,04 bulan, dan pengeluaran pada bulan ke 5 sudah bisa ditutup pada bulan ke 4. Ternyata usaha bisnis tersebut memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback period*nya.

3. Kriteria Net Present Value (NPV)

Net present value usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono dihitung dengan mengurangi *present value* dari *cash inflows* dan *present value* dari *cash outflows*, atas dasar *discount factor* tertentu. Adapun *discount factor* yang dijadikan dasar dalam perhitungan *present value* (baik untuk *cash inflows* maupun *cash outflows*) adalah 12 % per tahun, berarti per bulan 1 %. Prosentase *discount factor* ini mengacu pada *cost of capital* (prosentase biaya modal) yang berlaku. Prosentase biaya modal mengacu pada prosentase bunga pinjaman atau indek bagi hasil pembiayaan.

Net present value usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompnyongan, kecamatan Jogonalan, kabupaten Klaten pada harga jual cabe kriting Rp. 5.000,00 per kg dan Rp. 7.000,00 per kg nilainya negatif, yaitu Rp.-17.527.092,00 pada harga Rp. 5.000,00 per kg, dan Rp.-988.801,00 pada harga Rp. 7.000,00 per kg. Sedangkan pada harga Rp. 10.000,00 per kg, Rp. 15.000,00 per kg, Rp. 25.000,00 per kg, dan Rp. 50.000,00 per kg *net present value*nya bernilai positif (lebih besar 0). Nilai *net present value* Rp. 23.818.634,00 (pada harga Rp. 10.000,00 per kg), Rp. 65.164.361,00 (pada harga Rp. 15.000,00 per kg), Rp. 147.855.815,00 (pada harga Rp. 25.000,00 per kg), dan Rp. 354.584.447,00 (pada harga Rp. 50.000,00 per kg).

4. Kriteria Benefit-Cost Ratio (BCR)

Benefit-cost ratio usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono pada harga jual cabe kriting segar Rp. 5.000,00 per kg dan Rp. 7.000,00 per kg nilainya lebih kecil 1, yaitu 0,70 pada harga Rp. 5.000,00 per kg, dan 0,98 pada harga Rp. 7.000,00 per kg. Sedangkan pada harga Rp. 10.000,00 per kg, Rp. 15.000,00 per kg, Rp. 25.000,00 per kg, dan Rp. 50.000,00 per kg *benefit-cost ration*nya lebih besar 1. Nilai *benefit-cost ration*nya 1,41 (pada saat harga Rp. 10.000,00 per kg), 2,11 (pada saat harga Rp. 15.000,00 per kg), 3,51 (pada saat harga Rp. 25.000,00 per kg), dan 7,02 (pada saat harga Rp. 50.000,00 per kg).

5. Kriteria Internal Rate of Return (IRR)

Tingkat *Discount rate* yang menjadikan *net present value* dari suatu usulan penanaman modal sama dengan nol disebut *internal*

rate of return (IRR). Meskipun *internal rate of return* dicari dengan cara coba-coba, namun demikian untuk menilai kelayakan finansial dari suatu usulan investasi, pedomannya adalah jika suatu usulan investasi memiliki *net present value* positif, sudah bisa dipastikan *internal rate of return* dari usulan investasi tersebut akan lebih besar dari *cost of capitalnya*. Jika *net present value*nya negatif, maka sudah bisa dipastikan *internal rate of return* dari usulan investasi tersebut lebih kecil dari *cost of capitalnya*.

Internal rate of return atas usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono pada harga jual cabe kriting segar Rp. 5.000,00 per kg dan Rp. 7.000,00 per kg lebih kecil dari 1 % atau lebih kecil dari *cost of capitalnya*. Alasannya, pada tingkat *discount rate* 1% dan pada harga jual cabe kriting Rp. 5.000,00 per kg dan Rp. 7.000,00 per kg usaha budidaya tanam cabe kriting tersebut mempunyai *net present value* negatif. *Net present value* usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono sebesar negatif Rp. 17.527.092,00 (pada harga jual Rp. 5.000,00 per kg) dan negatif Rp. 988.801,00 (pada harga jual Rp. 7.000,00 per kg). Sedangkan pada harga jual cabe kriting segar Rp. 10.000,00 per kg, Rp. 15.000,00 per kg, Rp. 25.000,00 per kg, dan Rp. 50.000,00 per kg *net present value*nya positif, atau memiliki *internal rate of return* lebih besar dari 1 % (lebih besar dari *cost of capitalnya*). *Net present value* usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono sebesar Rp. 23.818.634,00 (pada harga jual Rp. 10.000,00 per kg), Rp.65.164.361,00 (pada harga jual Rp. 15.000,00 per kg), Rp.147.855.815,00 (pada harga jual Rp. 25.000,00 per kg), dan Rp. 354.584.447,00 (pada harga jual Rp. 50.000,00 per kg).

M. Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjawab pertanyaan penelitian “Apakah usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompuyongan) menguntungkan secara finansial?”. Hipotesis yang dikemukakan berbunyi “Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompuyongan) menguntungkan dan secara finansial layak untuk dilaksanakan”. Berbagai kriteria investasi dipergunakan untuk menganalisis data guna menjawab pertanyaan penelitian dan sekaligus menguji hipotesis. Berbagai kriteria investasi yang dipergunakan untuk menganalisis data terdiri dari kriteria keuntungan usaha, *payback period*, *net present value*, *benefit-cost ratio*, dan *internal rate of return*.

Analisis data dengan menggunakan kriteria keuntungan usaha, hasilnya menunjukkan bahwa dengan asumsi harga jual cabe kriting segar Rp. 5.000,00 per kg, usaha budidaya cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani “Basuki” desa Dompuyongan, Jogonalan, Klaten untuk areal seluas 1 ha mengalami kerugian sebesar Rp.16.732.000,00. Titik *break event* dicapai pada harga jual Rp. 6.941,63 per kg, sehingga agar diperoleh keuntungan bapak Karsono harus bisa menjual cabe kriting segar dengan harga di atas harga tersebut. Jika bisa menjual dengan harga

Rp.7.000,00 per kg, maka akan diperoleh keuntungan sebesar Rp.503.000,00 per ha, jumlah keuntungan yang sangat tidak signifikan. Jika bisa menjual dengan harga Rp.10.000,00 per kg, maka akan diperoleh keuntungan sebesar Rp.26.355.500,00 per ha, suatu jumlah keuntungan yang lumayan besar. Dengan keuntungan ini, jika dibandingkan dengan usaha budidaya tanam padi atau jagung (komoditi yang biasanya dibudidayakan petani pada umumnya), jumlahnya sudah lebih besar. Keuntungan yang besar bisa diperoleh jika harga jual cabe kriting segar mencapai Rp.15.000,00 per kg. Keuntungan usaha pada harga ini sebesar Rp.69.443.000,00. Jika bisa menjual dengan harga Rp.25.000,00 per kg, keuntungannya akan semakin besar lagi, yaitu sebesar Rp.155.618.000,00. Keuntungan yang sangat besar akan diperoleh saat harga jual mencapai Rp.50.000,00 per kg, dengan harga ini keuntungannya akan sebesar Rp.371.055.000,00. Berdasarkan perkembangan jumlah keuntungan usaha pada berbagai harga jual cabe kriting segar tersebut, usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono akan layak dilakukan (memiliki prospek keuntungan) jika harganya di atas Rp.6.941,63 per kg. Jika prediksi harga sama dengan atau di bawah harga jual tersebut, maka tidak layak dilakukan, karena tidak memiliki prospek keuntungan. Jadi pada saat mau melakukan usaha sudah harus memprediksi harga jualnya, karena kapan harga jual cabe tinggi cenderung bisa diprediksikan berdasarkan pengalaman sebelumnya. Biasanya saat tanam cabe kriting pada musim hujan (saat petani lain menanam padi), harga jual panennya cenderung tinggi.

Hasil analisis data dengan menggunakan kriteria *payback period*, hasilnya menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 per kg, pengeluaran dana untuk usaha budidaya tanam cabe yang dilakukan oleh bapak Karsono ada yang tidak bisa kembali sampai dengan berakhirnya masa panen pada bulan ke 5, yaitu sebesar kerugian usaha Rp.16.732.000,00. Jadi pada harga jual Rp.5.000,00 per kg usaha bisnis di atas tidak layak untuk dilakukan, karena ada sejumlah pengeluaran yang tidak bisa ditutup kembali, atau dengan kata lain *payback periodnya* tidak terbatas; sedangkan maksimum *payback periodnya* 6 bulan. Karena maksimum *payback period* lebih kecil dari *payback period*, maka dengan menggunakan kriteria *payback period* usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" tidak layak untuk dilaksanakan pada harga jual Rp.5.000,00 per kg. Sedangkan pada harga jual Rp.7.000,00 per kg, Rp.10.000,00 per kg, Rp.15.000,00 per kg, Rp.25.000,00 per kg, dan Rp.50.000,00 per kg, *payback periodnya* masing-masing 4,97 bulan, 3,93 bulan, 3,56 bulan, 3,26 bulan, dan 3,04 bulan. Ternyata pada harga jual Rp.7.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00 per kg, usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono memiliki *payback period* lebih kecil dari 6 bulan, atau lebih kecil dari maksimum *payback periodnya*, sehingga secara finansial layak untuk dilaksanakan.

Hasil analisis data dengan menggunakan kriteria *net present value*, hasilnya menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 per kg dan Rp.7.000,00 per kg, *net present value*

usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono lebih kecil 0 (negatif), yaitu negatif Rp17.527.092,00 pada harga jual Rp5.000,00 per kg, dan negatif Rp988.801,00 (pada harga jual Rp7.000,00 per kg). Karena *net present value*nya negatif, maka usaha bisnis di atas secara finansial tidak layak dilaksanakan. Sedangkan *net present value* pada harga jual Rp10.000,00 sampai dengan Rp50.000,00 per kg lebih besar 0 (positif), yaitu masing-masing Rp23.818.634,00 pada harga jual Rp10.000,00 per kg, Rp65.164.361,00 pada harga jual Rp15.000,00 per kg, Rp147.855.815,00 pada harga jual Rp25.000,00 per kg, dan Rp354.584.447,00 pada harga jual Rp50.000,00 per kg. Karena *net present value*nya positif, maka secara finansial layak untuk dilaksanakan.

Hasil analisis data dengan menggunakan kriteria *benefit-cost ratio*, hasilnya menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp5.000,00 per kg dan Rp7.000,00 per kg, usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono memiliki *benefit-cost ratio* lebih kecil 1, yaitu masing-masing 0,70 dan 0,98. Karena *benefit-cost ratio*nya kurang dari 1, maka pada harga jual Rp5.000,00 dan Rp7.000,00 per kg, secara finansial usaha bisnis tersebut tidak layak untuk dilaksanakan. Sedangkan pada harga jual cabe kriting segar Rp10.000,00 sampai dengan Rp50.000,00 per kg usaha budidaya tanam cabe kriting tersebut memiliki *benefit-cost ratio* lebih besar 1, yaitu 1,41 pada harga jual Rp10.000,00 per kg, 2,11 pada harga jual Rp15.000,00 per kg, 3,51 pada harga jual Rp25.000,00 per kg, dan 7,02 pada harga jual Rp.50.000,00 per kg. Karena *benefit-cost ratio*nya lebih besar 1, maka pada harga jual Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00 per kg usaha bisnis tersebut layak untuk dilaksanakan.

Hasil analisis data menggunakan kriteria *internal rate of return* menunjukkan bahwa usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono, pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 dan Rp.7.000,00 per kg memiliki *internal rate of return* lebih kecil dari 1%. Hal ini karena pada *discount rate* 1 % dan dengan asumsi harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 dan Rp.7.000,00 usaha bisnis tersebut memiliki *net present value* negatif, berarti *internal rate of return*nya lebih kecil dari 1%. *Cost of capital* usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono ialah sebesar 1%. Karena pada harga jual cabe Rp.5.000,00 per kg dan Rp.7.000,00 per kg usaha bisnis tersebut memiliki *internal rate of return* lebih kecil dari *cost of capital*nya, maka tidak layak untuk dilakukan pada harga jual tersebut. Sedangkan pada harga jual Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00 per kg, usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono memiliki *internal rate of return* lebih besar dari 1%, karena pada harga jual tersebut *net present value*nya bernilai positif. Atau dengan kata lain pada harga jual Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00 per kg usaha bisnis yang dilakukan oleh bapak Karsono di atas secara finansial layak untuk dilaksanakan. Hal ini karena usaha bisnis tersebut pada harga jual cabe kriting segar Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00 per kg memiliki *internal rate of return* lebih besar dari *cost of capital*nya (1 %).

N. Kesimpulan

Penelitian ini berhubungan dengan studi kelayakan bisnis yang bertujuan untuk menganalisis kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompokan, Jogonalan, Klaten. Analisis kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono tersebut dilakukan dengan berbagai kriteria investasi, yang terdiri dari kriteria keuntungan usaha, *payback period*, *net present value*, *benefit-cost ratio*, dan *internal rate of return*.

Hasil penilaian kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono menggunakan kriteria keuntungan usaha menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 per kg mengalami kerugian Rp.16.732.000,00. Sedangkan pada harga jual Rp.7.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00 per kg usaha bisnis tersebut memiliki prospek keuntungan. Jadi dengan menggunakan kriteria keuntungan usaha, pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 per kg usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono tidak layak untuk dilaksanakan. Sedangkan pada harga jual Rp.7.000,00 sampai dengan Rp.50.000,0 per kg, memiliki prospek keuntungan dan layak untuk dilaksanakan.

Hasil penilaian kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono menggunakan kriteria *payback period* menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 per kg, usaha bisnis tersebut tidak layak secara finansial, karena memiliki *payback period* yang lebih besar dari maksimum *payback periodnya*. Sedangkan pada harga jual Rp.7.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00- per kg usaha bisnis di atas secara finansial layak untuk dilaksanakan, karena pada harga tersebut memiliki *payback period* yang lebih kecil dari maksimum *payback periodnya*.

Hasil penilaian kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono menggunakan kriteria *net present value* menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 dan Rp.7.000,00 per kg, usaha bisnis tersebut tidak layak secara finansial, karena memiliki *net present value* negatif. Sedangkan pada harga jual Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00- per kg usaha bisnis di atas secara finansial layak untuk dilaksanakan, karena pada harga tersebut memiliki *net present value* positif.

Hasil penilaian kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono menggunakan kriteria *benefit-cost ratio* menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 dan Rp.7.000,00 per kg, usaha bisnis tersebut tidak layak secara finansial, karena memiliki *benefit-cost ratio* kurang dari 1. Sedangkan pada harga jual Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00- per kg usaha bisnis di atas secara finansial layak untuk dilaksanakan, karena pada harga tersebut memiliki *benefit-cost ratio* lebih besar 1.

Hasil penilaian kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono menggunakan kriteria *internal rate of return* menunjukkan bahwa pada harga jual cabe kriting segar Rp.5.000,00 dan Rp.7.000,00 per kg, usaha bisnis tersebut tidak layak secara finansial, karena memiliki *internal rate of return* lebih kecil dari *cost of capitalnya*. Sedangkan pada harga jual Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00- per kg usaha bisnis di atas secara finansial layak untuk dilaksanakan, karena pada harga tersebut memiliki *internal rate of return* lebih besar dari *cost of capitalnya*.

Atas dasar hasil penilaian kelayakan finansial usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono anggota kelompok tani "Basuki" desa Dompnyongan, Jogonalan, Klaten dengan menggunakan berbagai kriteria investasi di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha bisnis tersebut secara finansial layak untuk dilaksanakan pada harga jual cabe kriting segar Rp.10.000,00 sampai dengan Rp.50.000,00. Alasannya, karena pada harga jual tersebut memiliki prospek keuntungan usaha, memiliki *payback period* lebih kecil dari maksimum *payback periodnya*, *net present valuenya* positif, *benefit-cost rasionya* lebih besar 1, dan memiliki *internal rate of return* yang lebih besar dari *cost of capitalnya*. Kesimpulan ini membuktikan kebenaran hipotesis penelitian yang berbunyi "Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompnyongan) menguntungkan dan secara finansial layak untuk dilaksanakan". Sedangkan pada harga jual Rp.5.000,00 tidak layak secara finansial, karena tidak memiliki prospek keuntungan, memiliki *payback period* lebih besar dari maksimum *payback periodnya*, *net present valuenya* negatif, *benefit-cost rasionya* lebih kecil 1, dan memiliki *internal rate of return* yang lebih kecil dari *cost of capitalnya*. Pada harga jual Rp.7.000,00 per kg, berdasarkan kriteria *net present value*, *benefit-cost ratio* dan *internal rate of return* tidak layak untuk dilaksanakan, karena *net present valuenya* negatif, *benefit-cost ratio* lebih kecil 1, dan *internal rate of returnnya* lebih kecil dari *cost of capitalnya*. Kesimpulan ini membuktikan bahwa pada harga dan dengan kriteria investasi tersebut, hipotesis penelitian yang berbunyi "Usaha budidaya tanam cabe kriting yang dilakukan oleh bapak Karsono (anggota kelompok tani Basuki desa Dompnyongan) menguntungkan dan secara finansial layak untuk dilaksanakan", tidak terbukti kebenarannya. Jika yang digunakan adalah kriteria keuntungan usaha dan *payback period*, maka pada harga jual Rp.7.000,00 per kg, proyek investasi di atas layak secara finansial, karena memiliki prospek keuntungan dan *payback periodnya* lebih kecil dari maksimum *payback periodnya*.

O. Saran dan Rekomendasi

Saran dan rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil analisis data, pada saat mau melakukan usaha budidaya tanam cabe kriting bapak Karsono (dan juga petani yang lain) perlu memprediksi harga jual cabe kriting segar. Jika harganya kurang dari atau sama dengan Rp.7.000,00 per kg, maka sebaiknya rencana

investasi untuk melakukan usaha budidaya cabe kriting ditunda (tidak perlu dilakukan). Meskipun pada harga jual Rp.7.000,00 per kg masih mendapatkan keuntungan tetapi jumlahnya sangat kecil.

Bapak Karsono agar lebih cermat dalam perhitungan biaya, dan harus memasukkan sumberdaya milik sendiri yang berkontribusi dan dipergunakan pada kegiatan bisnisnya sebagai biaya. Misalnya, jika lahannya milik sendiri, maka harus memasukkan komponen biaya sewa lahan sebagai *implicit cost*, asumsikan seolah-olah lahannya menyewa. Contoh lain, harus memasukkan biaya atas pekerjaan-pekerjaan yang dilakukannya sendiri, dengan menganggap seolah-olah pekerjaan-pekerjaan itu dilakukan oleh orang lain, dan kita membayarnya. Dengan begitu perhitungan biaya usaha bisnisnya tidak salah.

Aziz

94

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini (1998), *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bringham, Eugene F. Dan Joel F. Houston (2001), *Manajemen Keuangan*, Alih Bahasa Dodo Suharto dan Herman Wibowo, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Bungin, Burhan (2013), *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cooper, R. Donald dan William C. Emory (1996), *Metode Penelitian Bisnis*, Terjemahan Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan, Jakarta: Erlangga.
- Dodo, S., Eleazar (2007), *Analisis Kelayakan Usaha Ternak Kambing Melalui Penelitian Aksi Partisipatif (Studi Kasus: Kelompok Tani harapan Mekar, Situgede, Bogor Barat, Bogor, Jawa Barat)*, Penelitian Skripsi, Bogor: Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Ferdinand, Augusty (2011), *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husnan, Su'ad (1981), *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: Liberty.
- Husnan, Suad dan Suwarsono Muhammad (2000), *Studi Kelayakan Proyek*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- [http://hanungprabowo.wordpress.com/2012/12/16/zonasi - khusus - ekonomi - pertanian-berkelanjutan-di-kabupaten-klaten-studi-kasus-kecamatan-delanggu/](http://hanungprabowo.wordpress.com/2012/12/16/zonasi-khusus-ekonomi-pertanian-berkelanjutan-di-kabupaten-klaten-studi-kasus-kecamatan-delanggu/)-diakses tanggal 8 Mei 2013.
- <http://www.klaten.info/berita/produktivitas-padi-sawah-kabupaten-klaten-terendah-di-jawa-tengah.html#comments>-diakses tanggal 8 Mei 2013.
- <http://agrotekno.blogspot.com/2012/09/sukses-budidaya-cabe-hibrida.html>-diakses tanggal 10 Mei 2013.
- <http://serbatani.blogspot.com/2012/10/contoh-analisis-usahatani.html>-diakses tanggal 10 Juni 2013.
- <http://agrimaniax.blogspot.com/2010/07/analisis-biaya-usahatani-cabai.html>-diakses tanggal 10 Juni 2013.
- <http://www.klaten.info/berita/dinas-pertanian-klaten-mengembangkan-kawasan-cabe-di-tijayan.html>-diakses 13 juni 2013.
- Indriyo (1981), *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kadariah, dkk. (1978), *Pengantar Evaluasi Proyek*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Kamaludin (2011), *Manajemen Keuangan, Konsep Dasar dan Penerapannya*, Bandung: Penerbit Mandar Maju.
- Keown, Arthur J., et.al., 2011. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan*, Alih Bahasa: Marcus Prihminto Widodo, M.A., Jakarta: PT. Indeks.
- Khazanani, Annora (2011), *Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor Faktor Produksi Usahatani Cabai Kabupaten Temanggung (Studi Kasus di Desa Gondosuli Kecamatan Bulu Kabupaten Temanggung)*, Penelitian Skripsi, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kountur, Ronny (2003), *Metode Penelitian*, Jakarta: PPM.
- MC, Mas'ud (1984), *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta: BPFE UGM.

- Munawir, S. (1983), *Analisa Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Liberty.
- Reksohadiprojo, Sukanto (2001), *Manajemen Proyek*, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Riyanto, Bambang (1980), *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gadjah Mada.
- Sartono, R. Agus (2010), *Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sigit, Soehardi (2003), *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*, Yogyakarta: Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Van Horne, J.C. (1975), *Finacial Management and Policy*, New Delhi: Prentice Hall of India Private Limited.
- Wulandari, Fitri (1997), *Studi Kelayakan Terhadap Rencana Pendirian Pondokan Mewah Mahasiswi Di Daerah Gendingan, Jebres, Surakarta*, Penelitian Skripsi, Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

INDEKS

Syirkah

JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

(*by Author*)

SYIRKAH JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Volume 9, No. 1, 2014

Indah Piliyanti dan Tri Wahyuni	Tingkat Suku Bunga Deposito, Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Financing To Deposit Ratio, Tingkat Inflasi, Ukuran Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia dan Malaysia	<i>Vol. 9 No. 1 Juni 2014</i>	1 - 18
Suryani	Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Bank Syariah (Survey Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Medan)	<i>Vol. 9 No. 1 Juni 2014</i>	19 - 32
Susi Listiana dan Sukhemi	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap <i>Financial Distress</i>	<i>Vol. 9 No. 1 Juni 2014</i>	33 - 49
Suyanto dan Nurvita Resty Syaroh	Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Motivasi Wajib Pajak Terhadap Kesadaran Pembayaran Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Kasus di Kabupaten Bantul)	<i>Vol. 9 No. 1 Juni 2014</i>	51 - 64
Arif Muanas	Keterkaitan Antara <i>Global Market</i> , <i>Country Of Origin</i> , Dan <i>Economic Nationalism</i> : Implikasinya Bagi Indonesia	<i>Vol. 9 No. 1 Juni 2014</i>	65 - 76
Azis Slamet Wiyono	Studi Tentang Kelayakan Finansil Usaha Budi Daya Tanam Cabe Kriting Pada Kelompok Tani Basuki Desa Dompok Jogonalan Klaten (Studi Kasus di Lahan Milik Bapak Karsono)	<i>Vol. 9 No. 1 Juni 2014</i>	77 - 96

Panduan penulisan Syirkah Jurnal Ekonomi Islam, Judul: maksimum 3 baris (Book Antiqua, 22, Bold)

**Nama Penulis tanpa gelar (Book Antiqua, 14,
Bold)¹**

Nama Institusi dan alamat institusi penulis (Book Antiqua, 11, Italic)

Abstract (Book Antiqua, 10, Bold)

Abstraksi ditulis dalam bahasa Inggris jika makalah dalam bahasa Indonesia atau Inggris, atau dalam bahasa Arab jika makalah berbahasa Arab. Jenis huruf Book Antiqua, 10, dan ditulis satu spasi. Dalam abstraksi ini jumlah maksimal kata adalah 150 kata.

Keywords: terdiri dari 3 - 6 kata, dengan huruf Book Antiqua, 10

Umum (Book Antiqua, 10, Bold)

Artikel adalah hasil penelitian atau studi pustaka asli yang dilakukan oleh penulis dan belum pernah dipublikasikan. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia, Inggris atau Arab dengan huruf Book Antiqua, 10, satu spasi. Panduan ini dibuat sesuai dengan format publikasi SYIRKAH Jurnal Ekonomi Islam, sehingga dapat dijadikan *template*. Artikel dikirim dalam bentuk *softcopy* (disket, CD, atau flashdisk) dan *hardcopy* sebanyak 2 kopian makalah ke redaksi beserta CV penulis. Jika tidak memungkinkan, penulis bisa mengirimkan *softcopy* via email ke alamat email redaksi: syirkah_redaksi@yahoo.com. Artikel yang telah diterima redaksi tidak akan dikembalikan ke penulis.

Ukuran Kertas

Ukuran kertas adalah A4 dengan batas margin atas: 3 cm, bawah: 3 cm, kiri: 6 cm, dan kanan: 2 cm. Jumlah halaman maksimum 20 halaman.

Lain-lain

Pengutipan kalimat (Book antiqua, 10 Italic)

Semua kalimat yang dikutip tidak ditulis dengan cara menuliskan (Nama Belakang, tahun) dan diletakkan di belakang kalimat. Semua

¹ Korespondensi dengan penulis. Mohon disertakan nomor telp. kantor dan telp. pribadi

Artikel yang dikutip harus terdapat dalam Daftar Pustaka. Artikel tidak menggunakan footnote maupun endnote.

Kutipan Ayat Al-Qur'an dan Hadits

Ayat yang dikutip mohon menyertakan alamat ayat (QS. Nama Surat: Nomor Ayat) dan hadits yang dikutip harap menyertakan perowi yang meriwayatkan (HR, Nama Perowi).

Judul Tabel, Gambar, dan Persamaan

Judul Tabel dan Gambar ditulis dalam huruf Book Antiqua, 9 dan diberi nomor secara urut. Penulisan persamaan ditulis ditengah dan disertai nomor persamaan. Contoh adalah sebagai berikut :

$$P_t = P_0(1+g)^t$$

Daftar Pustaka (Book Antiqua, Bold)

Daftar pustaka ditulis sesuai urutan abjad nama akhir penulis pertama dengan huruf Book Antiqua, 10. Aturan penulisan adalah:

Buku:

Nama semua penulis (Tahun), *Judul buku*, Penerbit, Tempat terbit

Contoh : Abbas, R. (1997), *Amanah dalam Manajemen*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta

Buku terjemahan:

Nama semua penulis (Tahun), *Judul buku*, diterjemahkan oleh Nama penerjemah, Penerbit, Tempat Terbit

Contoh : Ahmad, M. (2001), *Etika Bisnis dalam Islam* diterjemahkan oleh Samson Rahman, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta

Jurnal:

Nama semua penulis (Tahun), "*Judul artikel*", *Nama Jurnal*, Vol. Volume Jurnal No. Nomor Jurnal, pp. hlm pertama - hlm akhir artikel.

Contoh : Oxley, L., dan Greasley, D. (1998), "Vector autoregression, cointegration and causality: testing for causes of the British industrial revolution", *Applied Economics*, Vol. 30 No. 1, pp. 1387- 1397.

Makalah dalam seminar/ training

Nama semua penulis (Tahun), *Judul artikel*, makalah disampaikan dalam judul seminar atau pelatihan, tanggal pelaksanaan seminar/pelatihan, Kota tempat seminar.

Contoh : Hakim, C. M. (2005), *Piutang murabahah*, makalah disampaikan dalam Training of Trainer Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi-bank Indonesia, 19-21 Juli, Surakarta.