

# Account

## Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan

Ruang Lingkup: Account merupakan jurnal yang diterbitkan untuk memberikan masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang akuntansi, keuangan dan perbankan. Artikel yang dimuat di jurnal ini merupakan kajian teoritis dan hasil riset terapan dibidang akuntansi, keuangan dan perbankan

Pemeriksaan Internal Terhadap Efektivitas Struktur Pengendalian Gaji Pada Koperasi Mikita Sejahtera. **Dwiyatmoko Pujiwidodo. Amin Setiolestiningih.** Hal 634-640.

Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan CAR, NPL, ROE, ROA, NIM, BOPO dan LDR Pada Bank Syariah dan Konvensional. **Eka Dyah Setyaningsih. Sofyan Marwansyah.** Hal 641-648.

Strategi Peningkatan Modal Umkm Dengan Pemahaman Financial Literacy Dan Financial Behavior Pada Umkm Kota Tegal. **Ida Farida. Hetika. Anita Karunia.** Hal 649-658.

Tingkat Leverage Dan Stock Return Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. **Trioksa Siahaan.** Hal 659-664.

Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Dan Pengeluaran Kas Berbasis Client Server. **Tri Retnasari. Andreas Rizano Brainadi.** Hal 665-672.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Dalam Memprediksi Financial Distress Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq 45 Periode 2013-2016. **Dara Agata Rosyit. Husnil Barry.** Hal 673-677.

Kajian Ekonomi Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah Kota Tegal Menghadapi Pasar Internasional Asean. **Yeni Priatna Sari. Andri Widiyanto. Ririh Sri Harjanti.** Hal 678-688.

Analisis Pengaruh Earning Per Share (Eps), Price Earning Ratio (Per) Terhadap Return Saham Properti Dan Real Estate Periode 2012-2014. **Sri Megawati Elizabeth.** Hal 689-704.

Analisis Saham LQ45 Sebagai Alternatif Investasi. **Hilda Leily Febrianti. Ali Masjono. Jhonny Marbun.** Hal 705-711.

Pengaruh Beban Piutang tak Tertagih Terhadap Laba (Studi Kasus Pada Pt. BFI Finance Indonesia Tbk). **Agus Kusumaramdhani.** Hal 712-720.

Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen Pada X Finance. **Ajeng Ummah Handayani. Frianto Pandia. R. Elly Mirati.** Hal 721-727

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Teras Digital BRI Terhadap Kepuasan Nasabah Di Sektor UMKM. **Fika Andriana. Ali Masjono Muchtar.** Hal 728-735.

Redaksi Account menerima artikel penelitian untuk dimuat pada terbitan berikutnya yang sesuai dengan ruang lingkup jurnal account.

Kirim artikel anda ke [account@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:account@akuntansi.pnj.ac.id)

Sesuaikan format tulisan anda dengan format yang tersedia di halaman belakang, atau unduh di <http://www.akuntansi.pnj.ac.id> dan kirim artikel ke email diatas



❖ **Susunan Redaksi:**

❖ **Pengarah:**

- Abdillah, Zainal Nur Arifin. Lenny Brida, Iwa Sudradjat. Dianta Mustafa Kamal

❖ **Penanggung Jawab:**

- Elly Mirati

❖ **Pimpinan Redaksi:**

- Ali Masjono

❖ **Tim Redaksi:**

- Agus Purwaji, Titi Suhartati, Petrus Hari Kuncoro Seno, Nur Hasyim, Ahmad Abror, Bambang Waluyo, Chaterina Somangungsong, Silvia Roza, Supriatnoko

❖ **Mitra Bestari:**

- Dr Cipto Wardoyo SE. M.Pd. M.Si., Ak. CA. (Universitas Negeri Malang)
- Dr. Lana Sularto SE. M.M.Si. (Universitas Gunadharma)
- Utami Puji Lestari. Ph.D. (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr. Silvia Roza (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr Supriatnoko (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr Endang PB (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr Nurhasyim (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr Ade Sukma Mulya (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr Sabar Warsiini (Politeknik Negeri Jakarta)
- Dr Titi Suhartati (Politeknik Negeri Jakarta)

❖ **Layout dan sirkulasi : Darwin dan Afriza Wijaya**

Artikel yang dimuat di Account, jurnal akuntansi, keuangan dan perbankan berupa hasil penelitian sesuai dengan ruang lingkup jurnal yang ditulis oleh dosen, praktisi, mahasiswa, pelaku ekonomi, dan siapa saja yang berminat dalam pengembangan bidang akuntansi, keuangan dan perbankan.

Tujuan dari penerbitan jurnal ini untuk menyediakan forum khusus untuk publikasi hasil penelitian bagi para praktisi, dosen atau siapa saja yang berminat. Untuk

## Dari Redaksi

Pada edisi kali ini diturunkan karya ilmiah dari berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia. Diantaranya dari akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta, Politeknik Harapan Bersama Tegal, STIE Dharma Bumiputra, STMIK Nusa Mandiri Jakarta, STIE MDP Palembang. Tim redaksi mengucapkan terima kasih atas sumbangannya, semoga bertambah rajin membuat artikel.

Terbitan kali terdiri dari berbagai hasil penelitian mengenai pasar modal yang diwakili oleh 5 artikel dan artikel mengenai UMKM yang secara khusus membahas masalah UMKM di kota Tega. Lainnya berupa artikel masalah keuangan dan perbankan.

Ucapan terima kasih disampaikan kepada tim editor yang telah bekerja sama dalam menyukseskan terbitan ini. Besar harapan dari redaksi bahwa para dosen dari seluruh Indonesia yang berkepentingan dengan publikasi hasil penelitian dapat berpartisipasi dengan mengirimkan artikelnnya ke redaksi.

Semoga bermanfaat.

Depok Desember 2017

Pimpinan Redaksi

# **PEMERIKSAAN INTERNAL TERHADAP EFEKTIVITAS STRUKTUR PENGENDALIAN GAJI PADA KOPERASI MIKITA SEJAHTERA**

Dwiyatmoko Pujiwidodo

**Program Studi Manajemen Perpajakan Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta**  
[dwyatmoko.dpw@bsi.ac.id](mailto:dwyatmoko.dpw@bsi.ac.id)

Amin Setiolestiensih

**Program Studi Akuntansi Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta**  
[amin.asl@bsi.ac.id](mailto:amin.asl@bsi.ac.id)

## **Abstract**

*Internal control structure aims to secure company property, obtain appropriate and reliable accounting data, improve business efficiency and encourage compliance with policies implemented by corporate management. One of the internal audit centers within a company is the examination of salaries received by employees. This research was conducted to find out about the implementation of internal examination on the effectiveness of payroll control structure in Koperasi Mikita Sejahtera, and to know the effect of internal examination in supporting the effectiveness of the structure of payroll control. The method used in this research is using descriptive method, that is research method that discuss about ways to collect data, and approach case study. In collecting primary data the authors obtained by interviewing, observation and questionnaires, while for secondary data collection, the authors conducted literature research that has relevance to it with research variables conducted by the author. And for the hypothesis is done by using Spearman Rank Correlation Coefficient and Coefficient of Determination. Based on the results of research show that  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $5,048 > 4,244$ ), which means  $H_a$  accepted and  $H_0$  rejected which means there is a relationship between internal examination with the effectiveness of the structure of payroll control. And from result of calculation coefficient of determinant of writer conclude that existence of influence of internal examination to effectiveness of structure of salary control, which have medium effect equal to 50,4%, whereas value 49,6% is influenced by other factors outside of internal examination like labour cost and mentally.*

**Keyword** Internal examination, Salary, Effectiveness of Control Structure

## **Abstrak**

*Struktur pengendalian intern bertujuan untuk mengamankan harta perusahaan, memperoleh data akuntansi yang tepat dan dapat dipercaya, meningkatkan efisiensi usaha dan mendorong kepatuhan terhadap kebijakan yang diterapkan oleh manajemen perusahaan. Salah satu yang menjadi pusat pemeriksaan internal dalam suatu perusahaan adalah pemeriksaan terhadap gaji yang diterima oleh para karyawan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang pelaksanaan pemeriksaan internal terhadap efektivitas struktur pengendalian gaji pada Koperasi Mikita Sejahtera, serta untuk mengetahui pengaruh pemeriksaan intern dalam menunjang efektivitas struktur pengendalian gaji. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif, yaitu metode penelitian yang membahas mengenai cara-cara mengumpulkan data, dan pendekatan studi kasus. Dalam pengumpulan data primer penulis memperoleh dengan teknik wawancara, observasi dan kuisioner, sedangkan untuk pengumpulan data sekunder, penulis melakukan penelitian kepustakaan yang mempunyai kaitan dengannya dengan variabel penelitian yang dilakukan penulis. Dan untuk hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode Koefisien Korelasi Rank Spearman dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $5,048 > 4,244$ ), yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat hubungan antara pemeriksaan intern dengan efektivitas struktur pengendalian gaji. Dan dari hasil penghitungan koefisien determinasi penulis simpulkan bahwa adanya pengaruh pemeriksaan intern terhadap efektivitas struktur pengendalian gaji, yang berpengaruh sedang sebesar 50,4%, sedangkan nilai sisanya 49,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar pemeriksaan intern seperti biaya tenaga kerja dan mental.*

**Kata kunci:** Pemeriksaan intern, Gaji, Efektivitas Struktur Pengendalian.

**Pendahuluan**  
**Latar belakang**

Pertambahan jumlah penduduk serta kemajuan teknologi dalam era globalisasi saat ini, telah memacu pertumbuhan diberbagai aktivitas

industri dan jasa yang banyak pengaruhnya terhadap perekonomian di Indonesia. Sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat dapat menimbulkan persaingan individu yang semakin kuat. Persaingan individu dalam suatu perusahaan akan menghasilkan seorang individu yang profesional dan kompeten dalam bidangnya. Sikap profesional inilah yang dibutuhkan perusahaan agar dapat menjalankan kegiatannya dengan baik dan benar.

Tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba atau keuntungan. Perusahaan ingin menghemat atau menekan biaya seminimal mungkin untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam menyelenggarakan kegiatan perusahaannya. Untuk mencapai tujuan tersebut, memaksa manajemen untuk meningkatkan efektivitas sumber daya manusia, sehingga dapat mempertahankan kemajuan perusahaan di masa yang akan datang.

Perusahaan harus memperhatikan perkembangan dan kebutuhan para karyawannya. Kebutuhan paling mendasar bagi para karyawan adalah jaminan kesejahteraan, berupa gaji yang memadai, fasilitas dan sebagainya, sehingga mereka dapat hidup layak. Salah satu masalah yang penting dalam perusahaan adalah cara pelaksanaan penggajian, hal ini dikarenakan karyawan sangat sensitif terhadap kesalahan – kesalahan penggajian terutama dalam hal pembayaran gaji. Gaji harus dibayar dengan tepat waktu, untuk itu dibutuhkan suatu sistem pengawasan yang efektif dan terpadu yang dapat memberikan bantuan kepada pimpinan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Oleh karena itu diperlukan adanya pengendalian internal terhadap pembayaran gaji

Pengendalian intern yang dilaksanakan secara efektif dan efisien, akan menghindarkan adanya kemungkinan – kemungkinan yang penyimpangan seminimal mungkin. Untuk menjaga agar sistem pengendalian intern telah dilaksanakan secara efektif dan efisien, maka perusahaan yang relatif besar biasanya memerlukan suatu bagian khusus yang biasa disebut Departemen Pengendalian Internal. Departemen ini, mempunyai tugas untuk meneliti dan mengawasi apakah sistem pengendalian intern telah dilakukan secara sistematis dan terencana.

Sistem pengendalian internal terdiri dari kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk memberikan kepada manajemen jaminan yang wajar bahwa perusahaan mencapai tujuan dan sasarannya. Kegiatan pemeriksaan intern dimulai dengan memahami permasalahan dan kebijakan manajemen serta bekerja sama dengan staf dan karyawan yang terkait guna mencapai tujuan manajemen semaksimal mungkin.

## Perumusan masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan pemeriksaan intern gaji pada Koperasi Mikita Sejahtera?
2. Bagaimana efektivitas struktur pengendalian intern gaji pada Koperasi Mikita Sejahtera?
3. Bagaimana pengaruh pemeriksaan intern terhadap efektivitas struktur pengendalian gaji pada Koperasi Mikita Sejahtera?

## Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pemeriksaan intern gaji pada Koperasi Mikita Sejahtera.
2. Untuk mengetahui efektivitas struktur pengendalian intern gaji yang diterapkan oleh Koperasi Mikita Sejahtera.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemeriksaan intern terhadap efektivitas struktur pengendalian intern gaji pada Koperasi Mikita Sejahtera

## Review pustaka

### Pemeriksaan intern

#### A. Pengertian pemeriksaan Intern

(Mulyadi, 2014) mendefinisikan audit internal sebagai sebuah penilaian yang sistematis, dan obyektif mengenai pernyataan-pernyataan tentang kegiatan dan kejadian ekonomi, dengan tujuan untuk menetapkan tingkat kesesuaian antara pernyataan-pernyataan tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan serta penyampaian hasil-hasilnya kepada pemakai kepentingan

(Agoes, 2004) mendefinisikan pemeriksaan internal sebagai suatu pemeriksaan yang dilakukan secara teknis dan sistematis oleh pihak yang independen, terhadap laporan keuangan yang telah disusun oleh menejemen, beserta bukti-bukti dan catatan-catatan pendukungnya, dengan tujuan untuk dapat memberikan pendapat mengenai kewajaran laporan keuangan tersebut.

Kegiatan pemeriksaan intern pada awalnya hanya terbatas pada pemeriksaan kecermatan angka – angka dan pengawasan terhadap para pelaksana di dalam organisasi perusahaan (Mulyadi, 2014) agar mereka bekerja secara jujur. Kini pemeriksaan intern merupakan suatu alat independen yang menghubungkan pimpinan perusahaan dengan setiap bidang aktivitas perusahaan, sehingga akhirnya pihak manajemen dapat memberikan penilaian terhadap operasi perusahaan maupun catatan financial perusahaan. Pemeriksaan Intern dalam perkembangan selanjutnya tumbuh dan berfungsi dalam pengendalian manajemen.

#### B. Tujuan dan ruang lingkup pemeriksaan internal

Tujuan dari pemeriksaan intern adalah untuk membantu menejemen dalam melaksanakan tugasnya. Pemeriksaan intern hanya berkewajiban untuk dapat menerapkan prosedur pemeriksaan yang cermat dan menghasilkan bukti yang cukup, sehingga kesalahan atau penyelewengan materiil

jumlahnya dapat ditemukan dan bisa dikonfirmasikan kepada manajemen agar dapat diperbaiki. Tujuan pemeriksaan intern meliputi penganalisan, konsultasi, menilai anggota-anggota organisasi atas efektifitas dalam melaksanakan tanggung jawab mereka, menginformasikan tindakan-tindakan yang telah direview dan memberikan rekomendasi.

(Mulyadi, 2014) mengemukakan bahwa tujuan pemeriksaan intern adalah untuk memberikan jasa bagi manajemen dalam melaksanakan tanggung jawab mereka. Dengan menyajikan analisis penilaian, rekomendasi, dan komentar komentar penting terhadap kegiatan mereka.

Ruang lingkup pemeriksaan intern pada umumnya meliputi kegiatan pengujian, pengevaluasian atas keyakinan, efektivitas dari struktur pengendalian intern perusahaan dan kualitas pelaksanaan tanggung jawab para pelaksana pemeriksaan intern

Ruang lingkup pemeriksaan intern adalah sebagai berikut : (Mulyadi, 2014)

1. Pemeriksaan dan penilaian terhadap efektivitas struktur pengendalian intern yang efektif dengan biaya yang minimum.
2. Menentukan sampai seberapa jauh pelaksanaan kebijakan manajemen puncak dipatuhi.
3. Menentukan seberapa jauh kekayaan perusahaan di pertanggung jawabkan dan dilindungi dari segala macam kerugian.
4. Menetukan keandalan informasi yang dihasilkan oleh berbagai bagian perusahaan.
5. Memberikan rekomendasi perbaikan kegiatan perusahaan

#### C. Jenis – jenis pemeriksaan internal

Ditinjau dari luasnya pemeriksaan, maka pemeriksaan internal dibagi menjadi : (Agoes, 2004)

1. General Audit (Pemeriksaan Umum)  
Suatu pemeriksaan umum atas laporan keuangan yang dilakukan oleh KAP yang independen dengan tujuan untuk bisa memberikan pendapat mengenai kewajaran laporan keuangan secara keseluruhan.
2. Special Audit (Pemeriksaan Khusus)  
Suatu pemeriksaan terbatas (sesuai dengan permintaan audit) yang dilakukan oleh KAP yang independen, dan pada akhir pemeriksaannya auditor tidak perlu memberikan pendapat terhadap kewajaran laporan keuangan secara keseluruhan. Pendapat yang diberikan terbatas pada pos atau masalah tertentu yang diperiksa, karena prosedur audit yang dilakukan juga terbatas

#### D. Kriteria pemeriksaan internal

(Syahri Harahap, 2011) mengemukakan kriteria pemeriksaan intern adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan harus dilaksanakan secara objektif dan jujur.

2. Pemeriksaan harus dilakukan oleh orang yang benar independent baik:
  - a. *Independent in fact* (faktanya)
  - b. *Independent in appearance* (penampilannya).
3. Dalam pemeriksannya harus dilakukan sesuai dengan persyaratan Standar Audit (SPI) yang berlaku yang dikeluarkan oleh organisasi profesi.
4. Harus mentaati kode etik profesi yang berlaku.
5. Dan peraturan lainnya yang dikeluarkan oleh pemerintah seperti Bank Indonesia, Dirjen Pajak, maupun organisasi profesi

#### E. Pemeriksaan internal gaji

Pemeriksaan Internal gaji meliputi : (Loebbecke, 2013)

1. Tujuan Audit:
  - a. Pembayaran gaji yang dicatat adalah untuk pekerjaan yang secara aktual dilaksanakan oleh pegawai non fiktif.
  - b. Transaksi penggajian yangada telah dicatat (kelengkapan)
  - c. Transaksi penggajian diklasifikasikan dengan memadai.
  - d. Transaksi penggajian dicatat pada waktu yang tepat.
  - e. Transaksi penggajian dimasukan dalam berkas induk penggajian dengan semestinya.
2. Pengendalian Intern adalah:
  - a. Kartu waktu yang disetujui oleh menejer atau bagian keuangan.
  - b. Berkas kepegawaian yang cukup
  - c. Pemisahan tugas antara kepegawaian, pengelolaan waktu dan pembayaran gaji.
  - d. Penyiapan rekonsiliasi bank yang independen.
  - e. Otorisasi tingkat upah, gaji atau komisi
  - f. Pemotongan, termasuk jumlah asuransi dan simpanan kepegawaian.
3. Dilakukan pengujian atas pengendalian yang lazim:
  - a. Periksa kartu absen untuk indikasi persetujuan.
  - b. Periksa pencatatan penggajian untuk indikasi persetujuan.
  - c. Diskusi dengan pegawai dan amati rekonsiliasi.
4. Dilakukan pengujian substantive, diantaranya:
  - a. Telaah jurnal penggajian, buku besar, catatan pendapatan gaji, untuk jumlah yang besar atau tidak biasa.
  - b. Periksa cek yang diambil untuk persetujuan yang memadai.
  - c. Hitung ulang jam kerja dari kartu absen

#### Efektivitas

(Syahri Harahap, 2011), mengemukakan tentang efektivitas pemeriksaan internal yaitu bahwa

efektivitas pemeriksaan intern berarti hasil pemeriksaan yang dilakukan telah menjadi dasar untuk memberikan pendapat atas keawajaran laporan keuangan yang diperiksa tanpa menimbulkan efek negatif dibelakang hari seperti kesalahan fatal yang menimbulkan klaim dibelakang hari. Efisiensi pemeriksaan berarti bahwa pemeriksaan yang dilakukan telah mempertimbangkan dengan menggunakan dana dan tenaga yang sehemat mungkin tanpa mengurangi tujuan pemeriksaan itu sendiri dan bahkan dapat memberikan nilai tambah bagi mereka yang menggunakan laporan akuntan tersebut

### Struktur pengendalian internal

(Syahri Harahap, 2011) mengemukakan bahwa sistem pengendalian intern yang ada harus dipelajari dan dinilai secukupnya untuk menentukan dapat atau tidaknya sistem tersebut diandalkan sebagai dasar untuk menetapkan luasnya pengujian yang harus dilakukan serta prosedur pemeriksaan yang akan digunakan.

(Mulyadi, 2014) mendefinisikan sistem pengendalian intern sebagai suatu sistem pengendalian intern meliputi struktur organisasi, metode dan ukuran-ukuran yang di koordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan menejemen.

(Mulyadi, 2014) menjelaskan unsur-unsur pokok dari pengendalian intern adalah sebagai berikut:

1. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas.
2. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan, yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan dan biaya.
3. Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi.
4. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya .

### Gaji

(Hasibuan, 2014) mendefinisikan gaji sebagai berikut : Gaji adalah balas jasa yang di bayar secara periodik kepada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti. Sedangkan upah adalah balas jasa yang dibayarkan kepada pekerja harian dengan berpedoman atas perjanjian yang di sepakati untuk membayarnya.

Gaji umumnya dibayarkan setiap bulan, sistem akuntansi gaji digunakan untuk melaksanakan perhitungan dan pembayaran gaji bagi karyawan yang dibayarkan setiap bulan. Pembebanan akuntansi terhadap gaji termasuk dalam biaya operasi perusahaan. Pembebanan yang salah akan mempengaruhi kewajiban net income perusahaan tersebut. Pembayaran gaji hendaknya didasarkan atas pengalaman kerjanya, loyalitasnya serta tanggung jawab yang diberikan perusahaan

kepada karyawan tersebut. Oleh karena itu perlu suatu struktur pengendalian intern gaji yang efektif dan efisien

### Struktur pengendalian intern gaji

Struktur pengendalian intern gaji yang memadai adalah :

1. Terdapat pemisahan fungsi, baik antara fungsi pencatatan, akuntansi gaji serta pembayaran gaji.
2. Terdapat verifikasi intern yang dilakukan oleh bagian yang independen.
3. Adanya pelaksanaan yang kompeten dengan garis wewenang dan tanggung jawab yang jelas.
4. Adanya dokumen dan catatan yang lengkap dan memadai.
5. Adanya prosedur yang memadai
6. Terdapat pengendalian fisik atas aktiva dan harta perusahaan

Prosedur-prosedur yang pada umumnya ada dalam pengelolahan gaji adalah sebagai berikut: (Mulyadi, 2014)

1. Prosedur pencatatan waktu hadir dan waktu kerja
2. Prosedur pembuatan daftar gaji
3. Prosedur pembayaran gaji
4. Prosedur distribusi biaya gaji.

### Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode asosiatif, sehingga peneliti dapat mengetahui nilai pemeriksaan intern dan efektivitas struktur pengendalian intern gaji.

#### A. Variabel dan pengukuran

1. Variabel independen (X) yaitu pemeriksaan intern gaji dengan indikatornya Independensi, ruang lingkup, kecakapan profesional, program pemeriksaan, laporan hasil pemeriksaan dan tindak lanjut
2. Variabel Dependen (Y) yaitu struktur organisasi, sistem akuntansi, prosedur pengendalian, prosedur pencatatan, praktik yang sehat dan tujuan SPI

#### B. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah 30 orang responden di Koperasi Mikita Sejahtera

#### C. Sampling dan teknik pengukuran sampel

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel didasarkan pada Purposive Sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana responden yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah yang memiliki keterkaitan masalah-masalah yang berhubungan dengan kegiatan pengajian

#### D. Hipotesis

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

HO : Pemeriksaan intern tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif dalam menunjang efektivitas struktur pengendalian intern gaji.

HA : Pemeriksaan intern mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif dalam hal menunjang efektivitas struktur pengendalian intern gaji

**Pembahasan****A. Analisis pelaksanaan pemeriksaan intern Koperasi Mikita Sejahtera**

Hasil pengolahan kuesioner mengenai Pemeriksaan Intern (Variabel X) adalah sebagai berikut:

Tabel 1 : Skor Tahap Perencanaan Pemeriksaan Intern

No. Pertanyaan	Penilaian responden									
	5		4		3		2		1	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
1	9	30%	6	20%	15	50%	0	0%	0	0%
2	11	36,6%	17	56,6%	1	3,33%	0	0%	0	0%
3	12	40%	6	20%	12	40%	0	0%	0	0%
4	10	33,3%	8	26,6%	12	40%	0	0%	0	0%
5	14	46,6%	15	50%	1	3,33%	0	0%	0	0%
6	4	13,3%	15	50%	10	33,3%	0	0%	0	0%
7	9	30%	6	20%	15	50%	0	0%	0	0%
8	12	40%	4	13,3%	14	46,6%	0	0%	0	0%
9	11	36,6%	17	56,6%	2	6,66%	0	0%	0	0%
10	15	50%	15	50%	0	0%	0	0%	0	0%
11	10	33,3%	20	66,6%	0	0%	0	0%	0	0%
12	6	20%	17	56,6%	7	23,33%	0	0%	0	0%
13	20	66,6%	4	13,3%	6	20%	0	0%	0	0%
14	22	73,3%	2	6,66%	6	20%	0	0%	0	0%
TOTAL	165		152		101					
Bobot Skor	5		4		3		2		1	
bobot x total Fr.	825		608		303					
Total Perdimensi					1.736					
Total Responden					30					
Rata-rata					57,8					

Sumber : Hasil pengolahan data

**B. Analisa efektivitas struktur pengendalian intern gaji**

Hasil pengolahan kuesioner Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji (Variabel Y) adalah sebagai berikut :

Tabel 2 : Skor Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji

No. Pertanyaan	Penilaian Respon									
	5		4		3		2		1	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
10	8	26,6%	22	73,3%	0	0%	0	0%	0	0%
11	7	23,3%	14	46,6%	9	30%	0	0%	0	0%
12	15	50%	15	50%	0	0%	0	0%	0	0%
13	12	40%	9	30%	9	30%	0	0%	0	0%
14	11	36,6%	17	56,6%	2	6,66%	0	0%	0	0%
15	12	40%	15	50%	3	10%	0	0%	0	0%
16	19	63,3%	11	36,6%	0	0%	0	0%	0	0%
17	14	46,6%	4	13,3%	11	36,6%	0	0%	0	0%
18	10	33,3%	20	66,6%	0	0%	0	0%	0	0%
19	12	40%	11	36,6%	7	23,3%	0	0%	0	0%
Jumlah	120		138		41					
Bobot skor	5		4		3		2		1	
Bobot skor x Total Fr	600		552		123					

Total skor perdimensi	<b>1.275</b>
Jumlah Responden	<b>30</b>
Rata-rata	<b>42,5</b>

Sumber : Hasil pengolahan data

**C. Analisis pengaruh pemeriksaan intern terhadap efektivitas struktur pengendalian intern gaji pada koperasi Mikita Sejahtera**

Hipotesis akan diuji dengan menggunakan rumus Rank Spearman, sebagai berikut :

Tabel 3 : Skor Penilaian Pemeriksaan Intern dan Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji

Responden	Skor Penilaian Pemeriksaan Intern	Skor Penilaian Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji
1	189	85
2	186	93
3	183	92
4	159	91
5	184	90
6	158	69
7	170	77
8	182	90
9	179	76
10	149	79
11	165	84
12	179	90
13	155	91

14	176	58
15	143	76
16	170	90
17	180	78
18	157	85
19	157	85
20	152	78
21	155	78
22	158	75
23	158	73
24	150	75
25	151	57
26	160	63
27	171	67
28	171	67
29	186	79
30	185	80
<b>Jumlah</b>	<b>5.018</b>	<b>2.371</b>

Sumber : Hasil pengolahan data

Penggunaan rumus Rank Spearman harus diawali dengan mengetahui selisih Ranking antara Variabel X dan Variabel Y, selisih ranking tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 : Selisih Ranking Pemeriksaan intern dan Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji

Responden	Pemeriksaan Inter Variabel X	Ranking (X)	Efektivitas SPI Gaji Variabel Y	Ranking (Y)	d (X - Y)	d <sup>2</sup>
1	189	3	85	4	-1	1
2	186	1,5	93	1	0,5	0,25
3	183	2	92	2	0	0
4	159	11,5	91	11,5	0	0
5	184	7,5	90	7	0,5	0,25
6	158	16	69	14	2	4
7	170	12	77	12	0	0
8	182	3,5	90	7	-3,5	12,25
9	179	8	76	9	-1	1
10	149	14	79	13	1	1
11	165	8,5	84	8,5	0	0
12	179	7,5	90	7	0,5	0,25
13	155	11	91	11,5	-0,5	0,25
14	176	17	58	19	-2	4
15	143	13,5	76	16,5	-3	9
16	170	12	90	7	5	25
17	180	8,5	78	4,5	4	16
18	157	15	85	13	2	4
19	157	15	85	13	2	4
20	152	4,5	78	4,5	0	0
21	155	5	78	4,5	0,5	0,25
22	158	11	75	15	-4	16
23	158	11	73	8	3	9
24	150	17	75	15	2	4
25	151	7	57	7	0	0
26	160	14	63	9	5	25
27	171	12,5	67	11,5	1	1

28	171	12,5	67	11,5	1	1
29	186	13	79	13	0	0
30	185	9	80	9,5	-0,5	0,25
<b>Jumlah di<sup>2</sup></b>						<b>178,75</b>

Sumber : Hasil pengolahan data

Tabel 4 menunjukkan bahwa total keseluruhan dari di<sup>2</sup> adalah 178,75. Untuk rs dapat dihitung dengan menggunakan rumus uji korelasi Rank Spearman.

$$rs = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{6 \times 31951,5}{30(30^2 - 1)}$$

$$rs = 1 - \frac{191.709}{26.970}$$

$$rs = 0,710$$

Berdasarkan hasil koefisien korelasi adalah 0,710 dan jika dibandingkan dengan kriteria

koefisien dimana 0,710 berada pada kriteria 0,60 – 0,799 yang artinya Pengaruh Pemeriksaan Intern Terhadap Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji berada pada kategori kuat. Hal ini menunjukan bahwa hipotesis terdapat hubungan variabel X dengan variabel Y, yang artinya bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dan Pemeriksaan Intern mempunyai hubungan yang kuat dengan Efektivitas Struktur Pengendalian Intern Gaji.

Tahapan selanjutnya dilakukan uji t dan hasilnya dibandingkan dengan t tabel. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima

Tabel 5 : Uji t  
Coefficiens<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficiens		Beta	t	Sig.
	B	Std.error			
1 (constant)	-70,078	28,669		-2,543	.30
x	1,000	,267	,710	5,048	,000

a. dependen variabel: Y

Sumber : Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 20.0 For Windows

Berdasarkan tabel, dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung sebesar 5,048 dengan taraf signifikansi 0,05, n= 30 (30-2)= 28 (derajat kebebasan), maka untuk t tabel adalah 4,244. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa t hitung > t tabel ( 5,048 > 4,244 ), yang artinya Ha diterima dan Ho ditolak. Dari hasil pengujian tersebut dapat penulis simpulkan bahwa adanya hubungan antara pemeriksaan intern dengan efektivitas struktur pengendalian intern gaji.

Tahapan selanjutnya adalah dengan melakukan penghitungan Koefisien Determinasi (KD) yaitu bertujuan untuk mengetahui besarnya hubungan pemeriksaan intern terhadap efektivitas struktur pengendalian intern gaji.

$$Kd = rs^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,710^2 \times 100\%$$

$$= 50,4\%$$

Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa pengaruh pemeriksaan intern terhadap efektivitas struktur pengendalian intern gaji memberikan pengaruh yang sedang sebesar 50,4%, sedangkan nilai sisanya 49,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar pemeriksaan intern seperti biaya tenaga kerja dan mental

## Daftar pustaka

- Agoes, S. (2004). *Auditing (Pemeriksaan Akuntansi) oleh Kantor Akuntan Publik*. Jakarta: Sukrisno Agoes. 2004. AuditingLembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Anggadini, L. P. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dharmanegara, I. B. (2010). *Penganggaran Perusahaan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasibuan, M. S. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Loebbecke, A. D. (2013). *Auditing Pendekatan Terpadu*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2014). *Auditing*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. Bandung: PT. Tarsito.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Syahri Harahap, S. (2011). *Auditing Kontemporer*. Jakarta: Erlangga.
- Wuryan, A. (2007). *Akuntansi Sektor Publik*. Malang: Liberty.
- Wuryan, A. (2008). *Audit Internal*. Malang: Liberty. Malang: Liberty.

---

## ANALISIS PERBEDAAN KINERJA KEUANGAN CAR, NPL, ROE, ROA, NIM, BOPO dan LDR PADA BANK SYARIAH DAN KONVENTSIONAL

---

**Eka Dyah Setyaningsih**

*Program Studi Akuntansi, Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta*  
eka.edy@bsi.ac.id

**Sofyan Marwansyah**

*Program Studi Akuntansi, Akademi Manajemen Keuangan BSI Jakarta*  
sofyam.smw@bsi.ac.id

### **Abstract**

*In this era of globalization the world of banking has emerged types of banks both sharia banks and conventional banks. The emergence of various banks is making hard work to be able to maintain the financial performance of each bank. Therefore, the purpose of this research is to compare the financial performance between syariah bank and conventional bank with the ratio of CAR, NPL, ROE, ROA, NIM, BOPO and LDR in syariah and conventional bank with each one of the same bank name. This research is descriptive quantitative. The data used in the form of quarterly financial statements in 2016 while the sample is determined by purposive sampling method to get 6 banks consisting of 3 sharia banks and 3 conventional banks are Mandiri syariah and conventional Mandiri, BNI syariah and conventional BNI and BCA sharia and conventional BCA Data type used is secondary data obtained from [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). The method of analysis used independent test t-test. Based on independent test, it is concluded that the financial performance of CAR, ROA, ROE, BOPO have significant difference between syariah and conventional bank and NIM and LDR do not have significant difference between syariah and conventional bank*

**Keyword :** CAR, NPL, ROE, ROA, NIM, BOPO, LDR, Sharia banks, conventional banks

### **Abstrak**

*Pada era globalisasi ini dunia perbankan telah bermunculan jenis-jenis bank baik bank syariah maupun bank konvensional. Kemunculan berbagai bank ini membuat harus kerja keras untuk dapat mempertahankan kinerja keuangan masing-masing bank. Oleh karena itu tujuan dari penelitian adalah membandingkan kinerja keuangan antara bank syariah dan bank konvensional dengan rasio CAR, NPL, ROE, ROA, NIM, BOPO dan LDR di bank syariah dan konvensional dengan masing-masing satu nama bank yang sama. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan berupa laporan keuangan triwulanan tahun 2016 sedangkan sampel ditentukan dengan metode purposive sampling untuk mendapatkan 6 bank yang terdiri dari 3 bank syariah dan 3 bank konvensional yaitu Mandiri syariah dan Mandiri konvensional, BNI syariah dan BNI konvensional serta BCA syariah dan BCA konvensional Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Metode analisis yang digunakan uji independent t-test. Berdasarkan uji independent tersebut maka disimpulkan bahwa kinerja keuangan CAR, ROA, ROE, BOPO memiliki perbedaan yang signifikan antara bank syariah dan konvensional dan NIM dan LDR tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara bank syariah dan konvensional*

**Kata kunci :** CAR, NPL, ROE, ROA, NIM, BOPO, LDR, bank syariah, bank konvensional

### **Pendahuluan**

#### **Latar Belakang**

Bermunculannya berbagai bank di Indonesia baik syariah dan konvensional merupakan perantara keuangan bagi masyarakat dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Peranan bank diperlukan dalam meningkatkan kegiatan perekonomian yang didukung dengan strategi pembangunan yang ditetapkan kekuatan politik yang sedang berkuasa di masanya. Beberapa hal ini diatur dalam Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah No 72 tahun 1992 tentang bank yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil sedangkan sebagai landasan hukum BPRS adalah NO.7 tahun 1992

tentang perbankan dan PP No.73 tentang DPR beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil. Sesuai dengan perkembangan perbankan, maka UU No.7 1992 disempurnakan dengan UU No.10 Tahun yang kemudian diperbarui dengan Undang-Undang No 10 Tahun 1998 yang telah mencakup beberapa hal yang berkaitan dengan perbankan syariah.

Kiprah bank syariah di Indonesia sudah memasuki dekade ke 3 sejak pertama kali dirintis pada tahun 1992 oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan bank syariah bermunculan dan mempunyai prospek yang bagus di sektor keuangan syariah. Perbankan syariah mempunyai memiliki kinerja lebih baik dan mampu bertahan di tengah krisis sejak tahun 1997 dengan sistem pembiayaan syariah yang lebih baik

daripada bank konvensional. Terlebih pada 2008 lahir undang-undang nomor 21 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini menjadi payung hukum serta bukti pengakuan akan kehadiran perbankan syariah di Indonesia. Hingga April 2016 (data diolah dari data OJK) jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 199 bank syariah yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berikut daftar lengkap bank syariah (BUS, UUS dan BPRS) yang beroperasi di Indonesia hingga tahun 2016. Bank syariah memiliki potensi yang cukup besar di Indonesia mengingat lebih banyak mayoritas umat muslim yang ingin menggunakan sistem bagi hasil.

Sementara untuk bank konvensional masih bisa bertahan dengan fasilitas pelayanan keuangan digital dengan internet banking yang memudahkan nasabah dalam bertransaksi baik sesama bank ataupun antar bank. Kegiatan usaha bank konvensional berdasarkan pembayaran bunga sedangkan bank syariah menjalankan usaha berdasarkan prinsip syariah (UU No 21 tahun 2008). Pada hal ini terjadi pada perbankan kita saat ini sistem yang disebut dual *banking system* yaitu terselenggaranya dua system perbankan (konvensional dan syariah) secara berdampingan yang pelaksanaannya diatur dalam berbagai aturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Munculnya bank syariah dan bank konvensional secara *dual banking system* menjadikan tantangan sistem keuangan yang semakin berkembang selain bertujuan memberikan layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar riba tetapi lebih pada faktor manfaat yang dapat dirasakan dalam perbankan syariah untuk menjembatani perekonomian.

Beberapa hal yang mendasar dalam perekonomian yang harus diperhatikan oleh sektor perbankan diantaranya adalah : 1) peningkatan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja, 2) Memenuhi kebutuhan pangan, sandang, papan, 3) pertumbuhan industri yang berorientasi ekspor dengan kandungan lokal, 4) pengembangan industri lokal sebagai pengganti produk impor. Berdasarkan fakta tersebut maka perbankan nasional baik bank syariah dan bank konvensional bekerjasama untuk saling menyelesaikan permasalahan utama dalam perekonomian tersebut. Beberapa hal yang harus dibenahi secara internal dalam sektor perbankan adalah : 1) Mampu berdaya saing yang kompetitif serta memiliki strategi yang fokus pada *core competence*, 2) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mutu pelayanan, 3) Memperkuat basis permodalan , 4) Meningkatkan kualitas aktiva melalui restrukturisasi kredit, 5) Memperkuat basis sistem operasional sebagai upaya memperluas sistem distribusi penyaluran kredit.

Keadaan perbankan yang demikian dalam pembenahan secara internal sektor perbankan dalam upaya menjembatani perekonomian dapat memicu persaingan antar bank yang menuntut kinerja kesehatan bank yang dapat dilihat dari beberapa

indikatornya yang dijadikan penilaian laporan keuangan. Kegiatan operasional bank syariah dan konvensional akan menunjukkan tingkat rasio keuangan yang menjadi tolak ukur tingkat kinerja keuangan dalam bank tersebut. Rasio keuangan yang terdapat dibank tersebut meliputi : 1) Permodalan (solvabilitas) : CAR 2) Kualitas aktiva produktif : NPL, 3) Profitabilitas : ROA, ROE, NIM dan BOPO, 4) Likuiditas = LDR. Berdasarkan hal ini maka fakta lapangan yang ada terdapat bank umum syariah dan unit usaha syariah yang termasuk dalam lingkup perbankan yang syariah tetapi keduanya berbeda. Hal ini berdasarkan UU No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, mendefinisikan Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan definisi Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. Oleh karena itu maka penulis melakukan penelitian mengenai Tinjauan perbandingan kinerja keuangan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

## Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka terdapat permasalahan sebagai berikut yaitu

1. Berapakah varians keragaman data rasio CAR,NPL/NPF, ROA, ROE, NIM,LDR/LFR?
2. Berapakah rata-rata kinerja rasio CAR,NPL/NPF , ROA,ROE, NIM,LDR/LFR menggunakan Paired sample T-test untuk menghitung dua kelompok sample yang saling berpasangan dan berkorelasi

## Tujuan Penelitian

Penulisan ini bertujuan untuk dapat menghasilkan suatu laporan penelitian, adalah..

1. Untuk mengetahui varians keragaman data rasio CAR,NPL/NPF, ROA, ROE, NIM,LDR/LFR?
2. Untuk mengetahui rata-rata kinerja rasio CAR,NPL/NPF , ROA,ROE, NIM,LDR/LFR menggunakan Independen sample T-test untuk menghitung dua kelompok sample yang saling berpasangan dan berkorelasi

## Review Kepustakaan

### Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah secara aktif ikut berpartisipasi dalam mencapai mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial (Rivai, 2007). Berbagai perbedaan antara bank syariah dan konvensional dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 1. Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional :**

Kriteria	Bank Syariah	Bank Konvensional
Pendapatan	Bagi hasil, margin	Bunga
Obyek /Investasi	Halal	Halal, Haram
Hubungan	Kesamaan hak	Debitur, kreditur
Lembaga Pengawas	Ada DPS	Tanpa DPS
Sistem	Dari Islam	Bukan Islam
Akuntansi	PSAK 59 revisi 101 s.d 106	PSAK 31
Perhitungan	Cash basis	Accrual Basis
Peizinan	Tidak bisa dikonversi ke bank syariah	

Sumber : Abu Muhammad Al-Jambi

Karakteristik yang menjadikan keunggulan dari bank syariah adalah sistem operasional mengenai perbedaan sistem bagi hasil dan bunga yaitu diantaranya

**Tabel 2 Perbedaan Sistem Bunga dan Sistem Bagi Hasil**

Karakteristik	Sistem Bagi Hasil	Sistem Bunga
Penetuan Besar Hasilnya	Sesudah berusaha, sesudah ada untung	Sebelumnya
Yang ditentukan sebelumnya	Menyepakati proporsi pembagian untuk untuk masing-masing pihak	Bunga, besarnya nilai rupiah
Jika terjadi kerugian	Ditanggung kedua belah pihak, nasabah dan lembaga	Ditanggung nasabah saja
Dihitung dari mana	Dari untung yang bakal diperoleh, belum tentu besarnya	Dari dana yang dipinjamkan, fixed tetap
Titik perhatian proyek usaha	Keberhasilan proyek/usaha jadi perhatian bersama : nasabah dan lembaga	Besarnya bunga yang harus dibayar nasabah pasti diterima bank
Berapa besarnya	Proporsi (%) kali jumlah untung yang belum diketahui=belum diketahui	Pasti (%) kali jumlah pinjaman yang telah pasti diketahui
Status Hukum	Melaksanakan QS.Luqman : 34	Berlawanan dengan QS. Lukman 34

Sumber : Antonio (2001)

### Kinerja Keuangan

Pengertian kinerja keuangan menurut Fahmi (2011) adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Munawir (2010), pengertian kinerja keuangan merupakan satu diantara dasar penilaian mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dilakukan berdasarkan analisa terhadap rasio keuangan.

### Solvabilitas

Tingkat solvabilitas adalah indikator untuk mengetahui tingkat kecukupan modal dengan mengukur CAR (Capital Adequacy Ratio) menunjang aktiva yang menghasilkan resiko. Bank Indonesia menetapkan CAR sebagai kewajiban penyediaan modal minimum yang harus dipertahankan oleh setiap bank sebagai suatu proporsi dari Total Aktiva Tertimbang. Menurut Resiko (ATMR) secara matematis yaitu :

$$CAR = (\text{Jumlah modal}) / (\text{Jumlah ATMR}) \times 100\%$$

Berdasarkan penelitian Romdhonah (2014) penelitian sebelumnya yaitu tingkat solvabilitas merupakan faktor yang penting bagi bank dalam rangka pengembangan usaha dan menampung kerugian. Maka hipotesisnya sebagai berikut :  
H1 : Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai tingkat Capital Adequacy Ratio (CAR) antara bank syariah dan dosen

### Kualitas Aktiva Produktif

Adapun rasio keuangan menurut Kasmir (2010) adalah alat yang digunakan untuk menganalisis kondisi keuangan dan kinerja perusahaan.

Tingkat kualitas aktiva produktif berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan perbedaan yang signifikan terdapat antara bank syariah dan konvensional dapat dilihat dari Non Performing Loan (NPL). NPL dapat diketahui dengan menghitung kredit bermasalah atau kredit macet terhadap total kredit yang diberikan. Maka rumus untuk menghitung NPL adalah :

$$\text{NPL} = (\text{Kredit Bermasalah}) / (\text{Total Kredit yang disalurkan}) \times 100\%$$

Berdasarkan penelitian sebelumnya (2014) apabila semakin rendah NPL maka bank tersebut akan semakin mengalami keuntungan yang akan berpengaruh baik terhadap kinerja keuangan bank tersebut.

Maka hipotesisnya sebagai berikut :

H2: Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai tingkat Non Performing Loan (NPL) antara bank syariah dan konvensional

### Rentabilitas

Tingkat rentabilitas adalah indikator untuk mengetahui tingkat efisiensi usaha antara laba dengan hasil yang menyebabkan laba, dan dapat diukur melalui rasio Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE), Net Interest Margin (NIM) yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. ROA digunakan untuk mengukur laba bersih sebelum pajak dengan besarnya aktiva yang dimiliki sedangkan ROE digunakan untuk laba sesudah pajak dengan modal sendiri. NIM digunakan untuk menghitung pendapatan bunga bersih dengan besarnya rata-rata aktiva produktif . Maka rumusan ROA, ROE, NIM dan BOPO sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Rata - rata total asset}} \times 100\%$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Rata-rata equity}} \times 100\%$$

$$\text{NIM} = \frac{\text{Pendapatan bunga bersih}}{\text{Rata-rata aktiva produktif}} \times 100\%$$

$$\text{BOPO} = \frac{\text{Total beban operasional}}{\text{Total pendapatan}}$$

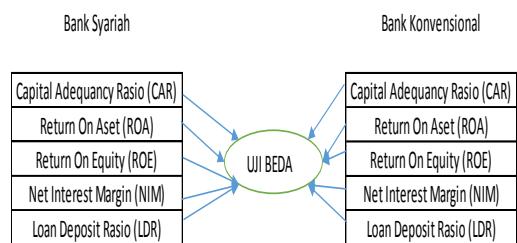
Berdasarkan penelitian sebelumnya Deasy dan Muhammad (2011) menyatakan bahwa semakin besar tingkat keuntungan yang diperoleh oleh bank, semakin baik pula posisi bank tersebut dari segi penggunaan asset yang akan berpengaruh pada kinerja keuangan bank tersebut

Maka hipotesisnya sebagai berikut :

H3 : Terdapat perbedaan yang signifikan mengenai tingkat Loan Deposit Ratio (LDR) antara bank syariah dan konvensional

Penelitian ini menjelaskan mengenai perbedaan tingkat kinerja keuangan antara bank syariah dan konvensional dengan menggunakan Loan on Deposit Ratio (LDR) mewakili rasio likuiditas, Capital Adequacy Ratio (CAR) yang mewakili rasio solvabilitas, Non Performing Loan (NPL) mewakili rasio kualitas aktiva produktif, Return On Equity (ROE), Return On Asset (ROA), NIM (Net Interest Margin) yang mewakili rasio rentabilitas yang mempunyai perbedaan tingkat kinerja keuangan yang signifikann

Kerangka pemikiran teoritis penelitian sebagai berikut :



Sumber : Ferry P dan Iwan T (2008)

### Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan oleh Ferry P dan Iwan T (2008)berjudul “ Analisis Perbedaan Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Ukur KinerjaKeuangan Antara Bank Konvensional dan Bank Syariah. Alat analisis yang digunakan adalah uji non parametrik Mann-Whitney untuk membandingkan rasio likuiditas (QR,LDR, ABP) dan rasio profitabilitas (NPM, ROA,OE,NIM dan BOPO) antara bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, Bank NISP, dan Bank Panin pada tahun 2004-2006. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan antara bank konvensional dan bank syariah untuk rasio likuiditas, namun untuk profitabilitas menunjukkan perbedaan yang tidak signifikan antara bank konvensional dan bank syariah yang dijadikan sampel. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Deasy Mariana dan Muhammad Yusuf (2011) dengan judul “ Analisa Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional”. Analisis data menggunakan alat analisis RGEC. Sampel yang digunakan adalah Bank Muamalat Indonesia dan Bank DKI. Penelitian ini menggunakan 8 penilaian risiko intern. lebih

baik dibandingkan pada Bank DKI, hal ini dapat dilihat pada peringkat resiko intern. Hasil penelitian ini adalah perhitungan risk profile Bank Muamalat lebih baik dibanding Bank DKI, hal ini terlihat peringkat resiko Bank Muamalat yang ada posisi rendah ke sedang. Hal ini berarti tingkat signifikansi perbedaan kinerja keuangan antara bank konvensional dan bank syariah menunjukkan perbedaan yang tidak terlalu signifikan.

### Metode Penelitian

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perbankan di Indonesia yang membuka bank syariah dan bank konvensional. Laporan Publikasi Keuangan bank syariah dan konvensional yang sudah bediri sendiri yaitu untuk bank syariah Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, Bank BCA Syariah sedangkan bank konvensional terdiri dari Bank Mandiri,Bank BNI dan Bank BCA pada periode 2016 yang terbit pada laporan triwulan yang diperoleh dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Sample yang digunakan dalam penelitian ini dengan kriteria bank syariah dan bank konvensional yang melakukan publikasi atas laporan keuangan secara rutin selama periode yang digunakan dalam penelitian serta memiliki data

#### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam dalam penelitian ini ada data sekunder yang merupakan data yang diperoleh dari pihak lain atau sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini yang sudah diolah dan didapatkan melalui dokumen yang telah tersedia

#### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, dengan cara mengumpulkan, mencatat, mengkaji data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan bank syariah dan bank konvensional yang dipublikasikan di website resmi Bank Indonesia [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) yang resmi mempublikasikan laporan keuangan bank syariah dan bank konvensional tahun 2016 secara triwulan dengan bank syariah yang terdiri dari Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah BCA, Bank Syariah BNI, serta bank konvensional yang terdiri dari Bank Mandiri, BCA, dan BNI

#### Metode Analisis Data

Uji statistik parametrik digunakan menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel yang disebut uji hipotesis statistik. Statistik parametrik memerlukan terpenuhinya banyak asumsi utama adalah data yang digunakan harus berdistribusi normal. Penggunaan salah satu test pada statistik parametrik mengharuskan data homogen dalam regresi harus terpenuhi asumsi linieritas. Jumlah

data pada uji statistik parametrik adalah N>30 (Sugiyono, 2007)

Penelitian ini menggunakan salah satu test statistik parameter yaitu Independen Sample T-Test yaitu uji komparatif atau uji beda untuk mengetahui adakah perbedaan mean atau rerata yang bermakna antara 2 kelompok bebas yang berskala data interval/rasio. Dua kelompok bebas yang dimaksud di sini adalah dua kelompok yang tidak berpasangan, artinya sumber data berasal dari subjek yang berbeda

## Hasil & Pembahasan

Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
CAR	Konfensional	4	20,415	0,65128	0,32564
	Syariah	4	22,3075	0,38448	0,19224

Terlihat rata-rata Kinerja CAR Bank Konvensional sebesar 20,41% dan Kinerja CAR BANK Syariah sebesar 22,30 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja CAR Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

Ho: kedua varians populasi adalah indentik (varians Kinerja CAR Bank Konvensional dan Syariah sama)  
Ha: Kedua varians populasi tidak identik (varians Kinerja CAR Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
,761	,417

Berdasarkan levene's test for equality of variance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,417 > 0,05$  maka Ho diterima,  
Kesimpulan: kedua varians Kinerja CAR adalah sama.

Ho: kedua rata-rata populasi adalah identik  
Ha: Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence	
CAR	-5,005	6	,002	-1,89250	,37815	-2,81780	-,96720
	-5,005	4,865	,004	-1,89250	,37815	-2,87276	-,91224

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=-5,005$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,002 < 0,05$ , yang berarti Ho ditolak, dengan demikian

kesimpulannya adalah "Kinerja CAR bank Syariah Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja CAR Bank Konvensional"

Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
NPL	Konfensional	4	0,715	0,04933	0,02466
	Syariah	4	1,86	0,18762	0,09381

Terlihat rata-rata Kinerja NPL Bank Konvensional sebesar 0,715% dan Kinerja NPL BANK Syariah sebesar 1,86 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja NPL Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

Ho: kedua varians populasi adalah indentik (varians Kinerja NPL Bank Konvensional dan Syariah sama)  
Ha: Kedua varians populasi tidak identik (varians Kinerja NPL Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
4,581	,076

Berdasarkan levene's test for equality of variance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,076 > 0,05$  maka Ho diterima,  
Kesimpulan: kedua varians Kinerja NPL adalah sama.

Ho: kedua rata-rata populasi adalah identik

Ha: Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence	
NPL	-11,805	6	,000	-1,14500	,09700	-1,38234	-,90766
	-11,805	3,413	,001	-1,14500	,09700	-1,43360	-,85640

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=-11,805$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ , yang berarti Ho ditolak, dengan demikian

kesimpulannya adalah "Kinerja NPL bank Syariah Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja NPL Bank Konvensional"

Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. ErrorMean
ROA	Konfensional	4	2,9	0,14306	0,07153
	Syariah	4	1,03	0,02708	0,01354

Terlihat rata-rata Kinerja ROA Bank Konvensional sebesar 2,9 % dan Kinerja ROA BANK Syariah sebesar 1,03 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja ROA Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

Ho: kedua varians populasi adalah indentik (varians Kinerja ROA Bank Konvensional dan Syariahsama)  
 Ha: Kedua varians populasi tidak identik (varians Kinerja ROA Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
4,844	,070

Berdasarkan levenestestofequalityofvariance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,070 > 0,05$  maka Ho diterima,  
 Kesimpulan: kedua varians Kinerja ROA adalah sama.

Ho: kedua rata rata populasi adalah identik

Ha: Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence Lower	Upper	
ROE	Equal variances assumed	25,686	6	,000	1,87000	,07280	1,69186	2,04814
	Equal variances not assumed	25,686	3,215	,000	1,87000	,07280	1,64683	2,09317

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=25,686$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ , yang berarti Ho ditolak, dengan demikian

kesimpulannya adalah "Kinerja ROA bank Syariah Lebih Rendah dibandingkan Kinerja ROA Bank Konvensional

#### Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ROE	Konfensional	4	16,48	1,30096	0,65048
	Syariah	4	7,198	0,09639	0,0482

Terlihat rata-rata Kinerja ROE Bank Konvensional sebesar 16,48 % dan Kinerja ROE BANK Syariah sebesar 7,19 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja ROE Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

Ho: kedua varians populasi adalah indentik (varians Kinerja ROE Bank Konvensional dan Syariahsama)  
 Ha: Kedua varians populasi tidak identik (varians Kinerja ROE Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
5,438	,058

Berdasarkan levenestestofequalityofvariance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,058 > 0,05$  maka Ho diterima,

Kesimpulan: kedua varians Kinerja ROE adalah sama.

Ho: kedua rata rata populasi adalah identik

Ha: Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence Lower	Upper	
ROE	Equal variances assumed	14,235	6	,000	9,28500	,65226	7,68897	10,88103
	Equal variances not assumed	14,235	3,033	,001	9,28500	,65226	7,22191	11,34809

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=14,235$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ , yang berarti Ho ditolak, dengan demikian kesimpulannya adalah "Kinerja ROE bank Konvensional Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja ROE Bank Syariah.

#### Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
NIM	Konfensional	4	6,44	0,05715	0,02858
	Syariah	4	6,488	0,06801	0,034

Terlihat rata-rata Kinerja NIM Bank Konvensional sebesar 6,44 % dan Kinerja NIM BANK Syariah sebesar 6,48 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja NIM Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

Ho: kedua varians populasi adalah indentik (varians Kinerja NIM Bank Konvensional dan Syariahsama)

Ha: Kedua varians populasi tidak identik (varians Kinerja NIM Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
,798	,406

Berdasarkan levenestestofequalityofvariance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,406 > 0,05$  maka Ho diterima,  
 Kesimpulan: kedua varians Kinerja NIM adalah sama.

Ho: kedua rata rata populasi adalah identik

Ha: Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence Lower	Upper	
NIM	Equal variances assumed	-1,069	6	,326	,04750	,04442	-,15619	,06119
	Equal variances not assumed	-1,069	5,827	,327	,04750	,04442	-,15697	,06197

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=-1,069$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,326 > 0,05$ , yang berarti  $H_0$  ditolak, dengan demikian kesimpulannya adalah "Kinerja NIM bank Konvensional sama dengan Kinerja NIM Bank Syariah"

Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
BOPO	Konfensional	4	71,81	1,07227	0,53614
	Syariah	4	91,37	0,65795	0,32897

Terlihat rata-rata Kinerja BOPO Bank Konvensional sebesar 71,80 % dan Kinerja BOPO BANK Syariah sebesar 91,37 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja BOPO Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

$H_0$ : kedua varians populasi adalah indentik (variens Kinerja BOPO Bank Konvensional dan Syariah sama)

$H_a$ : Kedua varians populasi tidak identik (variens Kinerja BOPO Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
,773	,413

Berdasarkan levene's test for equality of variance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,413 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima,

Kesimpulan: kedua varians Kinerja BOPO adalah sama.

$H_0$ : kedua rata-rata populasi adalah identik

$H_a$ : Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence		
BOPO	Equal variances assumed	-31,108	6	,000	-19,56750	,62902	-21,10665	-18,02835
	Equal variances not assumed	-31,108	4,979	,000	-19,56750	,62902	-21,18654	-17,94846

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=-31,108$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ , yang berarti  $H_0$  ditolak, dengan demikian

kesimpulannya adalah "Kinerja BOPO bank Syariah Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja BOPO Bank Konvensional"

Group Statistics

BANK		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
LDR	Konfensional	4	85,29	1,03212	0,51606
	Syariah	4	87,14	2,12819	1,0641

Terlihat rata-rata Kinerja LDR Bank Konvensional sebesar 85,29 % dan Kinerja LDR BANK Syariah sebesar 87,14 %. Sekilas rata-rata rata-rata Kinerja LDR Bank Konvensional dan Syariah berbeda, namun apakah perbedaan tersebut nyata atau tidak.

$H_0$ : kedua varians populasi adalah indentik (variens Kinerja LDR Bank Konvensional dan Syariah sama)

$H_a$ : Kedua varians populasi tidak identik (variens Kinerja LDR Bank Konvensional dan Syariah berbeda)

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig.
2,314	,179

Berdasarkan levene's test for equality of variance Terlihat bahwa signifikan sebesar  $0,179 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima,

Kesimpulan: kedua varians Kinerja LDR adalah sama.

$H_0$ : kedua rata-rata populasi adalah identik

$H_a$ : Kedua rata-rata populasi tidak identik

	t-test for Equality of Means							
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence		
LDR	Equal variances assumed	-1,564	6	,169	-1,85000	1,18263	-4,74379	1,04379
	Equal variances not assumed	-1,564	4,337	,187	-1,85000	1,18263	-5,03524	1,33524

Karena variance data homogen, maka kita mengambil harga  $t=-1,564$ ,  $df = 6$  dan  $p\text{-value} = 0,169 > 0,05$ , yang berarti  $H_0$  ditolak, dengan demikian

kesimpulannya adalah "Kinerja LDR bank Konvensional sama dengan Kinerja LDR Bank Syariah"

## Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Pembahasan mengenai uji perbedaan kinerja Bank Konvensional dan bank syariah adalah sebagai berikut:

- Rata-rata Kinerja CAR bank Syariah sebesar 22,30 Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja CAR Bank Konvensional sebesar 20,42
- Rata-rata Kinerja NPL bank Syariah sebesar 1,86 Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja NPL Bank Konvensional sebesar 0,715
- Rata-rata Kinerja ROA bank Syariah sebesar 1,03 Lebih Rendah dibandingkan Kinerja ROA Bank Konvensional sebesar 2,9
- Rata-rata Kinerja ROE bank Konvensional sebesar 16,48 Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja ROE Bank Syariah sebesar 7,198
- Rata-rata Kinerja NIM bank Konvensional sama dengan Kinerja NIM Bank Syariah yakni sebesar 6,4
- Rata-rata Kinerja BOPO bank Syariah sebesar 87,14 Lebih Tinggi dibandingkan Kinerja BOPO Bank Konvensional sebesar 85,29

<p>7. Rata-rata Kinerja LDR bank Konvensionalsebesar 85,29 tidak terlalu berbeda jauhdengan Kinerja LDR Bank Syariah sebesar 87,14</p> <p><b>Daftar Pustaka</b></p> <p>Al-Jambi, Abu Muhammad, 2009, Selamat Tinggal Bank Konvensional, Jakarta : Tifa Publishing</p> <p>Antonio, 2001, Bank Syariah dan Teori ke Praktek, Gema Insani, Press Jakarta</p> <p>Fahmi, 2011, Analisa Laporan Keuangan, Bandung, Alfabeta</p> <p>Ferry P dan Iwan T ,2008, Analisis Perbedaan Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Antara Bank Konvensional Dan Bank Syariah Malang, Jurnal Akuntansi No 1 Vol 9</p> <p>Kasmir, 2005 Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Keenam, Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa</p> <p>Mariana Deasy dan Yusuf Muhammad, 2011, Analisa Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional, Jakarta, Skripsi</p>	<p>Munawir (2010), Analisa Laporan Keuangan , Yogyakarta : Liberty</p> <p>Peraturan Pemerintah No 72 tahun 1992 tentang bank yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil</p> <p>Peraturan Pemerintah No.73 tentang DPR beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil. sesuai dengan perkembangan perbankan</p> <p>Putri &amp; Dharma, 2016, Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Antara Bank Konvensional dan Bank Syariah, Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia</p> <p>Romdhonah, Ida 2014, Pengaruh Kecukupan Modal, Kualitas Aktiva Produktif Dan Kredit Bermasalah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Konvensional Surakarta : Skripsi STIE AUB Surakarta</p> <p>Sugiyono &amp; Eri Wibowo, 2007 , Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta</p> <p>UU No 21tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Veithzal Rivai, 2007, Bank dan Financial Institute Management, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada</p> <p><a href="http://www.bi.go.id">www.bi.go.id</a></p>
--	---

---

## **STRATEGI PENINGKATAN MODAL UMKM DENGAN PEMAHAMAN FINANCIAL LITERACY DAN FINANCIAL BEHAVIOR PADA UMKM KOTA TEGAL**

**Ida Farida**

[idafarida90@gmail.com](mailto:idafarida90@gmail.com)

**Hetika**

[hetika\\_tika@yahoo.co.id](mailto:hetika_tika@yahoo.co.id)

**Anita Karunia**

**Program studi Akuntansi, Politeknik Harapan Bersama**

[anita.karunia2810@gmail.com](mailto:anita.karunia2810@gmail.com)

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi financial literacy dan financial behavior pada pelaku UMKM yang digunakan untuk menyusun strategi peningkatan modal yang diperlukan demi pengembangan UMKM di Kota Tegal. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan memberikan interpretasi data yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara dan kuisioner. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden berkaitan dengan pemahaman responden yang berkaitan dengan financial literacy dan financial behavior dengan menggunakan konsep diamond clusters model. Berdasarkan hasil analisis financial literacy dan financial behavior disusun strategi peningkatan modal menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemahaman tentang financial literacy dan financial behavior UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal tergolong masih rendah. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan usaha UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal melalui analisis SWOT adalah strategi WO. Strategi WO diterapkan dengan mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.*

**Kata Kunci:** Financial Literacy, Financial Behavior, Diamond Cluster Model, SWOT Analysis

### **Abstract**

*This study aims to analyze the condition of financial literacy and financial behavior of SMEs used to develop capital improvement strategies needed for the development of SMEs in the city of Tegal. This research uses descriptive qualitative and quantitative analysis by giving interpretation of data obtained from questions in interviews and questionnaires. Questions given to respondents about the understanding of respondents related to financial literacy and financial behavior using the concept of diamond clusters model. Based on financial literacy and financial behavior analysis, capital expenditure strategy using SWOT analysis was developed. The results of the analysis show that the understanding of financial literacy and financial behavior of SME food and beverage industry in Tegal City is still low. The strategy used to improve SMEs business of food and beverage industry in Tegal City through SWOT analysis is WO strategy. WO strategies are implemented by addressing all weaknesses by taking advantage of existing opportunities.*

**Keywords:** Financial Literacy, Financial Behavior, Diamond Cluster Model, SWOT Analysis.

### **Pendahuluan**

Pemerintah Indonesia terus berupaya mendorong berkembangnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam rangka pemerataan pendapatan agar tercapai tujuan pembangunan yaitu mensejahterakan masyarakat. Akan tetapi ditengah upaya tersebut, UMKM mengalami beberapa kendala salah satunya dalam hal finansial. Permasalahan finansial yang dihadapi oleh UMKM tidak hanya berkaitan dengan kecilnya pendapatan yang diperoleh, akan tetapi berkaitan juga dalam hal kecerdasan finansial.

Kecerdasan finansial merupakan salah satu aspek penting yang berkaitan cara pengelolaan keuangan

yang baik. Pengelolaan keuangan yang baik diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM dalam memaksimalkan modal yang dimiliki serta mampu mengembangkan usahanya melalui pengetahuan tentang lembaga penyedia modal. Selain itu, UMKM juga mampu menghindari resiko kerugian yang muncul baik akibat penurunan kondisi perekonomian dan inflasi maupun akibat berkembangnya sistem ekonomi yang cenderung konsumtif (Nababan dan Sadalia, 2012). Dengan pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik, UMKM dapat mengambil keputusan yang tepat ketika terjadi krisis ekonomi serta dapat mengatur

pengeluaran dengan lebih bijak disertai perhitungan yang tepat.

Kecerdasan finansial berkaitan dengan kemampuan dalam pengelolaan keuangan yang mengacu pada *financial literacy*. *Financial literacy* merupakan kesadaran dan pengetahuan tentang produk-produk keuangan, lembaga keuangan, dan konsep mengenai keterampilan dalam mengelola keuangan (Xu dan Zia, 2012). *Financial literacy* menambah pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber keuangan yang dimiliki oleh UMKM dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, UMKM mampu menetapkan keputusan keuangan jangka pendek yang berkaitan dengan operasional harian seperti pengelolaan tabungan dan pinjaman dengan baik. Begitupun dalam keputusan keuangan jangka panjang yang berkaitan dengan pengembangan perusahaan dan kesejahteraan karyawan (Margaretha dan Pambudi, 2015). Minimnya pengetahuan tentang *financial literacy* juga berkaitan dengan adq kemampuan UMKM dalam mengakses pasar modal dan pasar uang dalam rangka mengembangkan usahanya.

Kecerdasan finansial juga dinilai mampu mengurangi resiko kerugian yang mungkin dihadapi oleh UMKM. Hal ini telah menjadi perhatian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dijelaskan dalam Undang-Undang Otoritas Jasa Keuangan No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan perlu melakukan edukasi dan perlindungan konsumen dan masyarakat. Melalui pelaksanaan program peningkatan kemampuan tentang *financial literacy*, diharapkan masyarakat dapat memecahkan masalah keuangan secara terarah dan terukur, serta dapat menggunakan produk dan jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan keuangan.

Adanya program yang dilakukan oleh OJK berkaitan dengan edukasi finansial yang masih minim di Indonesia. Edukasi finansial merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu dalam menyusun rencana keuangan di masa depan dalam rangka mendapatkan kesejahteraan sesuai dengan pola dan gaya hidup yang dijalani (Nababan dan Sadalia, 2012). Dengan edukasi finansial yang dilakukan yang diterapkan sejak kecil, mampu menciptakan individu yang memiliki *financial behavior* yang baik. Sedangkan di Indonesia, pendidikan mengenai *financial education* masih jarang ditemui baik itu di sekolah dasar sampai perguruan tinggi.

*Financial behavior* berhubungan dengan sikap individu dalam mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang ada. Individu yang memiliki *financial behavior* akan cenderung efektif dalam penggunaan dana yang dimilikinya. Individu tersebut mampu membuat anggaran, menghemat uang dan mengontrol belanja, berinvestasi dan membayar kewajiban tepat waktu (Nababan dan Sadalia, 2012).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan,, kecerdasan finansial yang perlu dimiliki oleh masyarakat, khususnya UMKM perlu didasari pada

*financial literacy* dan *financial behavior*. Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai *financial literacy* dan *financial behavior* yang ditujukan kepada masyarakat bukan UMKM. Selain itu, pemahaman *financial literacy* juga berkaitan dengan kemampuan UMKM Kota Tegal dalam menyusun laporan keuangannya. Penyusunan laporan keuangan yang baik dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan turut menentukan keputusan pemberian modal oleh perbankan. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini sangat diperlukan guna menemukan strategi peningkatan modal UMKM melalui analisis *financial literacy* dan *financial behavior* demi pengembangan UMKM khususnya di Kota Tegal.

### ***Financial literacy***

*Financial literacy* diartikan dalam beberapa penelitian terdahulu antara lain Hogart (2006) menjelaskan bahwa *financial literacy* merupakan bagian dari *financial education* yang meliputi pemahaman tentang keputusan ekonomi. Pemahaman tersebut meliputi pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan dalam aset, perbankan, investasi, kredit, asuransi dan pajak. Pemahaman tersebut nantinya digunakan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan keuangan. Dengan kata lain, *financial literacy* merupakan kemampuan individu dalam pengelolaan keuangan.

Pemahaman selanjutnya dijelaskan oleh Mandell dan Klein (2009) bahwa *financial literacy* diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan penting. Pengetahuan mengenai *financial literacy* perlu diterapkan karena berhubungan dengan perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan yang menguntungkan. Oleh karena itu dalam meningkatkan kemampuan *financial literacy*, diperlukan adanya efektivitas pendidikan keuangan. Kemudian Huston (2011) menjelaskan bahwa *financial literacy* merupakan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan. *Financial literacy* digunakan untuk menggambarkan modal manusia dalam hal pengelolaan keuangan. Kemampuan dalam *financial literacy* menunjukkan seberapa baik individu dapat memahami dan menggunakan informasi yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan.

Penjelasan lain diuraikan oleh Xu dan Zia (2012) yang mendefinisikan *financial literacy* sebagai konsep yang dimulai dari kesadaran dan pengetahuan keuangan, termasuk produk keuangan, lembaga keuangan dan keterampilan keuangan yang umum dalam hal pengelolaan dan perencanaan keuangan. *Financial literacy* juga memiliki peran dalam meningkatkan aset dan mengambil keuntungan dari jasa keuangan. Besarnya peran *financial literacy* menunjukkan bahwa masyarakat perlu mendapatkan kemampuan manajerial,

keterampilan bisnis, dan kemampuan keuangan yang saling berkaitan. Lusardi dan Mitchell (2014) mendefinisikan *financial literacy* sebagai kemampuan masyarakat untuk memproses informasi ekonomi dan membuat keputusan tentang perencanaan keuangan, akumulasi kekayaan, utang dan pensiun. Minimnya pemahaman mengenai *financial literacy* mengurangi keuntungan yang diharapkan dari investasi yang dilakukan bahkan memungkinkan dialaminya kerugian. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan atau yang berkaitan dengan *financial literacy* memiliki tujuan untuk mencapai kesejahteraan khususnya dalam hal keuangan.

#### **Financial behavior**

Hilgert dan Hogart (2003) menjelaskan mengenai hubungan antara *financial literacy* dan *financial behavior* bahwa meningkatnya kemampuan dan pengetahuan keuangan akan berpengaruh pada minat dan tanggungjawab individu terhadap keamanan keuangannya. Individu yang berpedidikan finansial lebih mampu membuat keputusan yang baik dalam pengelolaan keuangan sehingga dapat meningkatkan keamanan dan kesejahteraan keuangannya.

Dari penjelasan tersebut, maka *financial behavior* atau perilaku keuangan berhubungan dengan sikap individu dalam memperlakukan, mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang ada. Individu yang memiliki *financial behavior* yang betanggungjawab akan cenderung efektif dalam penggunaan dana (uang) yang dimilikinya. Individu tersebut mampu membuat anggaran, menghemat uang dan mengontrol belanja, berinvestasi dan membayar kewajiban tepat waktu (Nababan dan Sadalia, 2012).

Pemahaman terebut sejalan dengan pengertian *financial behavior* yang dijelaskan oleh beberapa pakar dalam penelitian yang dilakukan oleh Zahrah (2014). Pengertian *financial behavior* dijelaskan oleh Gitman yang menjelaskan bahwa *financial behavior* merupakan cara dimana individu mengelola sumber dana (uang) untuk digunakan sebagai keputusan penggunaan dana, penentuan sumber dana, serta keputusan untuk perencanaan pensiun. Sedangkan Kannadhasan menjelaskan mengenai keputusan keuangan berkaitan dengan manajemen keuangan yaitu dalam hal bagaimana cara mendapatkan uang dan bagaimana menggunakan dengan tepat agar dapat mengoptimalkan kesejahteraan. Dalam pembuatan keputusan keuangan, perlu mempertimbangkan situasi dan informasi secara cermat dengan cara melakukan analisis yang kritis, mendalam dan komprehensif. Ketepatan dalam mengambil keputusan keuangan berkaitan dengan *financial behavior* yang memiliki beberapa aplikasi yang saling menunjang untuk mencapai tujuan keuangan. Menurut Hilgert dan Hogart (2003), *financial behavior* ditunjukkan oleh kemampuan individu

dalam ketepatan mengelola tabungan dan pengeluaran-pengeluaran lainnya. Pengelolaan tabungan dalam hal ini berkaitan dengan kepemilikan tabungan regular atau tidak, kepemilikan dana darurat atau tidak serta masih banyak lagi lainnya. Serta dalam hal mengatur pengeluaran lainnya yang akan tampak dari pemilihan pengeluaran yang merupakan prioritas dan sesuai dengan fungsi yang akan digunakan.

#### **Metode penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian ini memberikan ulasan yang diperoleh melalui kuisioner dan wawancara terhadap responden dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Sedangkan analisis deskriptif kuantitatif pada penelitian ini berkaitan dengan hasil interpretasi terhadap data kualitatif yang disajikan dalam bentuk persentase yang menunjukkan kategori.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner dan wawancara terhadap 229 responden yang dalam penelitian ini merupakan UMKM pada industri kecil menengah sentra makanan dan minuman Kota Tegal. Jumlah responden yang didapat berdasarkan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan kriteria populasi pada penelitian ini merupakan UMKM yang berorientasi industri kecil dan menengah pada sentra industri makanan dan minuman. Berdasarkan kriteria tersebut maka didapatkan populasi sebesar 541 yang kemudian diambil sebagai sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Kesalahan yang ditolerir

Berdasarkan hasil perhitungan, didapat jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 229 unit dengan pemilihan responden menggunakan metode *accidental sampling*.

Metode yang digunakan untuk menyusun strategi peningkatan modal UMKM adalah dengan analisis *Diamond Cluster Model* dan Analisis SWOT yang dijelaskan sebagai berikut:

#### **Diamond Cluster Model**

*Diamond Cluster Model* merupakan analisis yang digunakan untuk menyusun strategi pengembangan perusahaan atau industri dengan menganalisis terlebih dahulu kemampuan atau kondisi yang dimiliki perusahaan atau dalam penelitian ini yaitu UMKM. Penelitian mengenai strategi dengan menggunakan *Diamond Cluster Model* dilakukan oleh Porter yang dijelaskan kembali oleh Rahmania (2012) menjelaskan mengenai empat komponen

yaitu (1) faktor kondisi internal yang merupakan variabel-variabel yang sudah ada dalam *clusters* industri dalam penelitian ini yaitu UMKM seperti sumber daya manusia, sumber daya modal, infrastruktur fisik, infrastruktur informasi, infrastruktur ilmu pengetahuan dan teknologi, administrasi dan sumber daya alam, (2) faktor kondisi pasar merupakan permintaan yang berkaitan dengan daya beli dan permintaan konsumen lokal yaitu semakin konsumtif masyarakat, maka UMKM akan semakin berupaya untuk meningkatkan kualitas produk dan inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen khususnya konsumen lokal, (3) kondisi pendukung yaitu industri atau UMKM pendukung yang terkait dengan efisiensi dan sinergitas dalam *clusters* terutama dalam transaksi penjualan dan pembelian, kerjasama dalam teknologi dan informasi yang berguna dalam peningkatan daya saing dan produktivitas, dan (4) kondisi pesaing yaitu strategi perusahaan dan pesaing yang dapat mendorong perusahaan dalam penelitian ini yaitu UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan inovasi.

Analisis *financial literacy* dan *financial behavior* dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis melalui pertanyaan-pertanyaan. Analisis kondisi *financial literacy* UMKM Kota Tegal didapatkan melalui data yang diperoleh dari jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang mencakup empat komponen dalam *Diamond Clusters Model* yaitu mengenai kondisi internal, kondisi pasar, kondisi industri pendukung dan kondisi industri saingan yang berkaitan dengan *financial literacy*.

Kategori pada analisis ini bersumber dari penelitian Chen dan Volpe (1998) yang diperbarui oleh Nababan dan Sadalia (2012). Data jawaban dari pertanyaan tersebut dihitung jawaban benarnya untuk kemudian dijumlah dan dibagi dengan seluruh pertanyaan, setelah itu dikali seratus persen. Jawaban responden dibagi ke dalam tiga kategori yaitu (1) tinggi (lebih dari 80 persen), (2) sedang (60 persen < 80 persen) serta (3) rendah (< 60 persen). Sedangkan analisis kondisi *financial behavior* UMKM Kota Tegal didapatkan melalui jawaban dari pernyataan-pertanyaan yang mencakup empat komponen dalam *Diamond Clusters Model* yaitu mengenai kondisi internal, kondisi pasar, kondisi industri pendukung dan kondisi industri saingan yang berkaitan dengan *financial behavior*. Data jawaban dari pertanyaan tersebut dijawab dengan respon tidak pernah, pernah, jarang, sering, dan selalu.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) menurut Kuncoro (2005) digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis. Implementasi analisis SWOT digunakan matriks SWOT dengan mengkombinasikan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Berdasarkan analisis SWOT dapat dijelaskan bahwa terdapat empat strategi yaitu (1) Strategi SO, merupakan strategi dengan menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada, (2) Strategi WO, merupakan strategi dengan mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, (3) Strategi ST, merupakan strategi dengan menggunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman, dan (4) Strategi WT, merupakan strategi dengan menekan semua kelemahan dan mencegah semua ancaman.

### Hasil penelitian dan pembahasan

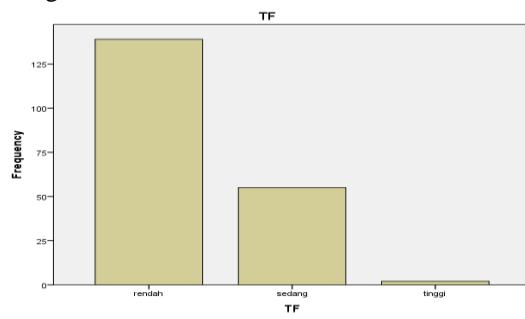
#### Hasil Penelitian

*Diamond Cluster Model* pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis kemampuan atau kondisi yang dimiliki oleh UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal. Metode analisis ini menjelaskan tentang empat komponen yang terdiri dari faktor kondisi internal, faktor kondisi pasar, faktor kondisi pendukung, dan faktor kondisi pesaing. Dalam penelitian ini, empat komponen tersebut terangkum dalam beberapa pertanyaan dalam bentuk kuisioner untuk mengetahui kondisi *financial literacy* dan *financial behavior* yang dimiliki oleh UMKM di Kota Tegal. Berdasarkan hasil analisis kuisioner yang telah disebarluaskan, maka dapat diketahui sebagai berikut:

#### Analisis *Financial Literacy*

Hasil analisis *financial literacy* diperoleh melalui nilai dari hasil perhitungan yang dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang dan tinggi. Kemampuan UMKM Kota Tegal mengenai pengetahuan tentang keuangan atau *financial literacy* dalam penelitian ini diukur melalui dua jenis pertanyaan. Jenis pertanyaan pertama berisi tentang pertanyaan mengenai pengetahuan keuangan secara umum untuk dicari jawaban benarnya. Sedangkan jenis pertanyaan kedua berisi pernyataan untuk mendeskripsikan keyakinan atau rasa optimis dalam pengelolaan usahanya oleh masing-masing responden.

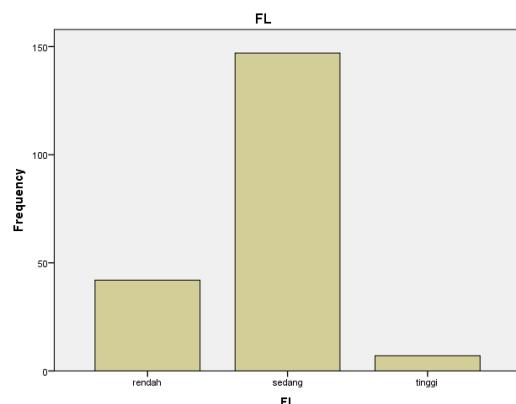
Berdasarkan hasil analisis kedua jenis pertanyaan tersebut, dapat diketahui bahwa secara umum *financial literacy* UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal masih tergolong rendah. Hasil analisis *financial literacy* berdasarkan pengetahuan umum dijelaskan melalui Gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1 Analisis *Financial Literacy* berdasarkan Pengetahuan Umum

Sumber : data diolah, 2017

Hasil analisis *financial literacy* berdasarkan keyakinan atau rasa optimis dalam pengelolaan usahanya dijelaskan melalui Gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2 Analisis *Financial Literacy* berdasarkan Keyakinan atau Rasa Optimis dalam Mengelola Usahanya

Sumber : data diolah, 2017

*Financial Literacy* UMKM industri makanan dan minuman dilihat dari pengetahuan umum tergolong rendah terlihat dari sebanyak 139 responden atau sekitar 70,9 persen memiliki pengetahuan keuangan yang rendah. Sedangkan sebanyak 55 responden atau sekitar 28,1 persen memiliki pengetahuan keuangan yang sedang dan sebanyak 2 responden atau sekitar 1 persen memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi.

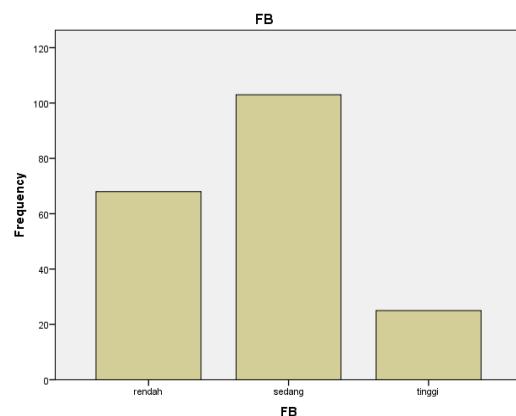
*Financial Literacy* UMKM industri makanan dan minuman dilihat dari keyakinan atau rasa optimis dalam pengelolaan keuangannya tergolong sedang terlihat dari 147 responden atau sekitar 75 persen memiliki keyakinan yang tinggi atau cukup optimis dalam menjalankan usahanya. Sedangkan sebanyak 42 responden atau sekitar 21,4 persen memiliki keyakinan yang kurang atau kurang optimis dalam menjalankan usahanya. Sebanyak 7 responden atau sekitar 3,6 persen memiliki keyakinan yang sangat tinggi atau sangat optimis dalam menjalankan usahanya.

#### Analisis *Financial Behavior*

Hasil analisis *financial behavior* UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal dilihat dari jawaban pertanyaan yang terdiri dari duabelas pernyataan tentang perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dalam usaha yang dimiliki oleh responden. Hasil analisis *financial behavior* menunjukkan bahwa UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal memiliki tingkat *financial behavior* yang sedang.

Kondisi tersebut terlihat dari hasil analisis perhitungan kuisioner yang menunjukkan bahwa sebanyak 103 responden atau sekitar 52,6 persen memiliki perilaku dalam pengelolaan keuangan

yang cukup baik. Sedangkan sebanyak 68 responden atau sekitar 34,7 persen memiliki perilaku dalam pengelolaan keuangan yang kurang baik dan sebanyak 25 responden atau sekitar 12,8 persen memiliki perilaku dalam pengelolaan keuangan yang sangat baik. Berikut hasil analisis yang tergambar dalam Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3 Analisis *Financial Behavior*

Sumber : data diolah, 2017

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, *Threats*) pada penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi kondisi yang dimiliki oleh UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal. Implementasi analisis SWOT digunakan menggunakan matriks SWOT dengan mengkombinasikan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Matriks SWOT dianalisis melalui kuisioner dan wawancara yang berfokus pada kondisi *financial literacy* dan *financial behavior* dalam rangka menyusun strategi peningkatan modal dengan tujuan meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Tegal.

Berdasarkan hasil analisis responden, maka dapat diuraikan Analisis SWOT UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal sebagai berikut:

##### a. Kekuatan (*Strengths*)

###### 1) Modal milik sendiri

Sebagian besar responden menjalankan usahanya menggunakan modal sendiri. Modal sendiri didapatkan dari tabungan, penghasilan suami/anak, atau penghasilan dari usaha lainnya. Modal sendiri menjadi kekuatan karena hal tersebut menunjukkan bahwa responden dapat terus menjalankan usahanya.

###### 2) Ada kerjasama dengan penyedia bahan baku

Sebagian besar responden memiliki kerjasama dengan penyedia bahan baku. Hal ini menjadi kekuatan bagi responden karena responden dapat memperoleh bahan baku dengan harga yang murah. Selain itu, responden juga dapat langsung menghubungi penyedia bahan baku secara cepat apabila terdapat pesanan produk secara mendadak dan dengan kepercayaan

<p>untuk mengambil bahan baku terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan setelah produk terjual.</p> <p>3) Pengembangan teknologi mesin Dalam menjalankan usahanya, sebagian besar responden memiliki rencana untuk terus mengembangkan teknologi mesin yang digunakan untuk produksi. Hal tersebut ditunjukkan dengan upaya responden dalam mencari informasi mengenai mesin berteknologi modern.</p> <p>4) Pengembangan produk Pengembangan produk terus dilakukan oleh sebagian besar responden. Hal tersebut ditunjukkan melalui teknik pengemasan produk yang terus diperbaiki agar lebih menarik. Selain itu, inovasi dalam pengolahan produk juga terus diupayakan oleh sebagian besar responden.</p> <p>5) Sebagai penyedia produk untuk penjual grosir Sebagian besar responden memasarkan produknya langsung kepada konsumen. Akan tetapi beberapa responden memasarkan produknya kepada penjual grosir atau pembeli dalam jumlah yang banyak. Sebagian besar pembeli tersebut membeli produk untuk dijual kembali atau diolah menjadi produk baru untuk dijual kembali. Hal tersebut menunjukkan bahwa jenis produk yang dihasilkan oleh responden dapat menjadi bahan baku bagi produk lain yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi.</p>	<p>mengingat pentingnya laporan keuangan sebagai pertimbangan bank dan lembaga keuangan dalam memberikan kepercayaan dalam memberikan kredit.</p> <p>3) Mesin sederhana Sebagian besar responden adalah usaha kecil yang menggunakan mesin-mesin sederhana. Hal tersebut menghambat responden dalam melakukan efisiensi produksi. Selain itu, mesin sederhana juga hanya dapat menghasilkan jumlah produk dalam jumlah sedikit. Mesin yang sederhana juga menghambat responden dalam melakukan inovasi dalam menciptakan jenis produk baru.</p> <p>4) Belum ada kerjasama dengan industri besar Kerjasama dengan industri besar belum dapat dilakukan mengingat responden merupakan pengusaha dalam skala produksi yang kecil. Sedangkan industri besar akan melakukan pemesanan produk dalam jumlah besar. Selain itu, industri besar juga biasanya memiliki standar produk tersendiri untuk dijual kembali dalam bentuk grosir atau sebagai bahan baku untuk produk lain yang bernilai jual lebih tinggi.</p> <p>5) Belum ada kerjasama dengan instansi Upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan UMKM terus dilakukan, akan tetapi banyaknya usaha mikro dan sulitnya membangun kepercayaan pengusaha mikro tersebut untuk melakukan kerjasama menjadi penghambat dilakukannya kerjasama. Sebagian responden yang terdiri dari pengusaha kecil bahkan mikro kurang memiliki rasa percaya diri dalam mengembangkan usahanya.</p>
<p><b>b. Kelemahan (Weaknesses)</b></p> <p>1) Modal kecil Modal sendiri menjadi kekuatan bagi para responden karena hal tersebut menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan dapat terus berlangsung. Akan tetapi modal sendiri juga menjadi kelemahan bagi sebagian besar responden. Hal tersebut dikarenakan modal yang dimiliki sendiri jumlahnya kecil. Modal yang kecil tersebut menjadi penghalang bagi responden untuk mengembangkan usahanya. Kekurangan modal dapat menjadi menyebabkan teknologi mesin yang digunakan tetap dalam bentuk sederhana. Selain itu, kekurangan modal juga menyebabkan responden kesulitan dalam melakukan eksperimen dalam rangka mengembangkan produknya.</p> <p>2) Kurangnya pengetahuan tentang keuangan Seperti yang telah dijelaskan pada analisis sebelumnya, sebagian besar responden memiliki <i>financial literacy</i> dan <i>financial behavior</i> yang rendah. Hal tersebut terlihat dari belum dibuatnya laporan keuangan dan metode pencatatan transaksinya masih dalam bentuk sederhana. Hal ini menjadi kelemahan dalam usaha responden</p>	<p><b>c. Peluang (Opportunities)</b></p> <p>1) Program pengembangan UMKM dengan bantuan modal Pemerintah terus mengupayakan pengembangan UMKM melalui beberapa program. Akan tetapi beberapa pengusaha tetap mengalami kesulitan dalam hal modal setelah beberapa waktu didaptkannya bantuan terdapat beberapa pengusaha yang tidak menerima bantuan melalui program tersebut. Permasalahan tersebut telah coba diatasi lebih lanjut oleh beberapa instansi seperti BI, OJK dan perbankan melalui bantuan modal untuk pengusaha mikro.</p> <p>2) Produk khas daerah Dari data responden yang dijadikan sampel, sebagian besar memiliki usaha yang merupakan khas daerah Kota Tegal seperti ikan asin, ikan panggang, ikan pindang, latopia, tempe, opak, rambah ikan, telur asin dan lainnya. Produk khas tersebut menjadi peluang yang cukup besar</p>

<p>untuk mengembangkan usaha, mengingat Kota Tegal pada jalur utama Pantura.</p> <p>3) Hasil produksi naik seiring dengan jumlah permintaan</p> <p>Permintaan produk dari usaha para responden yang naik dan turun mempengaruhi jumlah produksi yang dihasilkan. Permintaan produk tergolong musiman, yaitu permintaan naik ketika mulai terjadi arus mudik. Kondisi tersebut sangat menguntungkan dan peluang yang cukup besar bagi para pengusaha di Kota Tegal khususnya bagi pengusaha yang menjual produk khas.</p> <p>4) Industri besar yang membutuhkan bahan baku</p> <p>Beberapa produk yang dihasilkan oleh responden merupakan bahan baku bagi industri lain yang lebih besar seperti tempe dan tempe. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi para pengusaha yang mau dan mampu meningkatkan skala usahanya.</p>	<p>Tingginya peluang dalam menjual produk khas Kota Tegal menyebabkan ancaman bagi beberapa responden yang memiliki usaha yang sejenis. Ancaman tersebut dialami oleh para pengusaha yang memiliki skala usaha lebih kecil. Selain itu bentuk kemasan yang menarik dan branding atas produk yang dihasilkan oleh pengusaha yang lebih besar juga menjadi ancaman bagi para pengusaha mikro dan kecil.</p> <p>2) Kekurangan modal</p> <p>Permasalahan utama yang dialami oleh pengusaha mikro dan kecil adalah kekurangan modal. Kekurangan modal menyebabkan pengusaha sulit mengembangkan usahanya, bahkan resiko terbesar adalah gulung tikar.</p>
<b>d. Ancaman (Threats)</b>	<p>1) Banyaknya penjual dengan produk yang sama</p>

Tabel 1. Matriks Hasil Analisis SWOT

FAKTOR INTERNAL	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
FAKTOR EKSTERNAL		
<i>Opportunities (O)</i>	<i>Strategi SO (Growth)</i>	<i>Strategi WO (Stability)</i>
<p>1) Program pengembangan UMKM dengan bantuan modal</p> <p>2) Produk khas daerah</p> <p>3) Hasil produksi naik seiring dengan jumlah permintaan</p> <p>4) Industri besar yang membutuhkan bahan baku</p>	<p>1) Modal milik sendiri</p> <p>2) Ada kerjasama dengan penyedia bahan baku</p> <p>3) Pengembangan Teknologi Mesin</p> <p>4) Pengembangan Produk</p> <p>5) Sebagai penyedia produk untuk penjual grosir</p>	<p>1) Modal Kecil</p> <p>2) Kurangnya pengetahuan tentang keuangan</p> <p>3) Mesin Sederhana</p> <p>4) Belum ada kerjasama dengan industri besar</p> <p>5) Belum ada kerjasama dengan instansi</p>

<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi ST (Diversification)</b>	<b>Strategi WT (Defend)</b>
1) Banyaknya penjual dengan produk yang sama 2) Kekurangan modal	1) Mengikuti program pengembangan UMKM untuk menambah modal 2) Melakukan pengembangan teknologi mesin menjadi lebih modern 3) Melakukan pengembangan produk seperti melakukan perbaikan kemasan dan inovasi jenis produk	1) Mengatur keuangan mengingat modal yang dimiliki kecil 2) Menambah pengetahuan tentang keuangan 3) Memproduksi sesuai dengan pesanan sehingga mengurangi resiko produk tidak terjual

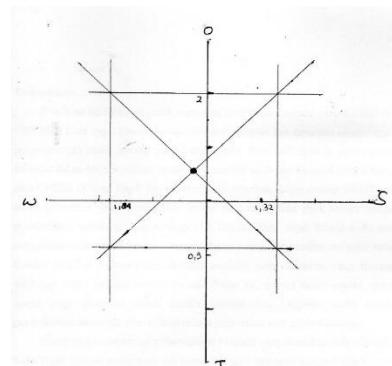
Sumber : data diolah, 2017

Berdasarkan uraian hasil analisis matriks SWOT UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal maka dapat ditentukan strategi mana yang cocok diterapkan dalam pengembangan usaha. Pemilihan strategi tersebut didasarkan pada perhitungan bobot dan rating. Pemberian bobot pada empat indikator analisis SWOT didasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Nilai bobot masing-masing indikator diberi nilai mulai dari skala 1 (paling penting) sampai skala 4 (tidak penting) berdasarkan pengaruh indikator-indikator tersebut terhadap kondisi UMKM di Kota Tegal. Nilai dari bobot item indikator kekuatan/kelemahan diperoleh dari nilai bobot pada setiap indikator kekuatan/kelemahan dibagi penjumlahan dari total bobot kekuatan dan bobot kelembahan.

Pemberian rating pada masing-masing indikator diberi nilai mulai dari skala 4 (paling baik) sampai 1 (paling buruk) berdasarkan pengaruh indikator-indikator tersebut terhadap kondisi UMKM di Kota Tegal. Hasil skor diperoleh dari perkalian antara bobot item dengan rating pada setiap indikator.

Berdasarkan pemberian bobot, bobot item, rating dan skor maka didapatkan skor total pada indikator kekuatan sebesar 1,32 ,indikator kelemahan sebesar 1,84 , indikator peluang sebesar 2,00 dan ancaman sebesar 0,91. Dari keempat hasil perhitungan dari masing-masing indikator, maka dapat diproyeksikan alternatif strategi pengembangan yang diusulkan. Strategi pengembangan perusahaan ditetapkan dengan mempertimbangkan empat indikator yang dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Berdasarkan skor indikator pada masing-masing indikator dapat ditentukan pilihan strategi sesuai dengan titik-titik dalam kuadran untuk kemudian ditarik diagonalnya dan didapatkan titik perpotongan dari diagonal tersebut. Titik perpotongan dari diagonal tersebut dicari letak kuadrannya yang menunjukkan letak strategi yang sesuai untuk diterapkan.



Gambar 4 Kuadran Matrik Hasil Analisis SWOT

Sumber : data diolah, 2017

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat diketahui bahwa titik perpotongan garis diagonal berada pada titik B yang berada pada kuadran yang masuk pada strategi WO. Strategi WO merupakan strategi dengan mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Uraian penjelasan tentang strategi WO dijelaskan sebagai berikut:

- Mengikuti program pengembangan UMKM untuk menambah modal
- Mengikuti pelatihan tentang manajemen keuangan yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah/pendidikan
- Mengubah mesin menjadi lebih modern
- Melakukan promosi terhadap industri yang lebih besar
- Mengikuti program pengembangan usaha yang diadakan oleh instansi pemerintah.pendidikan

### Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kecerdasan finansial yang dimiliki oleh UMKM di Kota Tegal khususnya pada industri makanan dan minuman sebagai upaya pengembangan usaha melalui peningkatan modal. Dari hasil analisis, permasalahan finansial dalam hal penyediaan modal juga menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM di Kota Tegal. Hal tersebut telah diuraikan dalam analisis SWOT pada aspek kelemahan (*Weaknesses*). Sifat modal yang merupakan milik sendiri menjadi permasalahan mendasar yang dihadapi oleh UMKM Kota Tegal. Modal usaha

yang merupakan milik sendiri biasanya tersedia dalam jumlah yang sedikit dan tidak stabil. Kondisi tersebut menyebabkan aktifitas produksi yang musiman yang biasanya dilakukan ketika terdapat permintaan saja. Selain itu, melalui modal sendiri, upaya-upaya yang dilakukan dalam rangka meningkatkan kapasitas usaha melalui pembaharuan mesin dan diversifikasi produk juga terasa sulit untuk dilakukan.

Dalam rangka mengatasi permasalahan finansial yang dirasakan oleh UMKM di Kota Tegal, instansi pemerintah dan perbankan telah berupaya menyediakan program untuk meningkatkan kemampuan finansial melalui bantuan modal. Program tersebut dilakukan dengan harapan agar pengusaha mikro dan kecil dapat meningkatkan kapasitas produksi usaha agar dapat semakin berkembang dan dapat bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin ketat melalui modernisasi mesin dan diversifikasi produk. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, beberapa program tersebut kurang berhasil. Bantuan yang tidak tepat sasaran, ketidakkonsistenan pengusaha, dan kurangnya kecerdasan finansial yang dimiliki oleh pengusaha menjadi beberapa alasan gagalnya program yang diupayakan tersebut.

Diantara penyebab gagalnya program tersebut, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nababan dan Sadalia (2012), kurangnya kecerdasan finansial mungkin menjadi permasalahan utama. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa kurangnya kecerdasan finansial menyebabkan pengelolaan keuangan yang kurang baik. Pengelolaan yang kurang baik memungkinkan terjadi penggunaan modal yang tidak digunakan secara maksimal. Pengelolaan keuangan yang kurang baik juga menyebabkan pengusaha kurang dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menjalankan usahanya seperti dalam hal penggunaan melakukan pengeluaran dan kurang dapat menghadapi naik turunnya kondisi perekonomian.

Berdasarkan pemahaman tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengukur kecerdasan finansial melalui pemahaman UMKM di Kota Tegal dalam hal *financial literacy* dan *financial behavior*. Pemahaman tentang *financial literacy* menurut Huston (2011) serta Xu dan Zia (2012) merupakan kesadaran dan pengetahuan tentang produk-produk keuangan, lembaga keuangan, dan konsep mengenai keterampilan dalam mengelola sumber daya keuangan. Dari hasil analisis *Diamond Cluster Model* dalam penelitian ini, diketahui bahwa pemahaman tentang *financial literacy* yang dimiliki oleh UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal masih rendah. Hal tersebut ditunjukkan oleh responden yang mendapatkan skor yang rendah dalam menjawab pertanyaan tentang finansial dan belum memiliki keyakinan yang tinggi dalam upaya meningkatkan usahanya.

Pemahaman tentang *financial behavior* menurut Nababan dan Sadalia (2012) merupakan perilaku keuangan yang berhubungan dengan sikap individu

dalam memperlakukan, mengelola dan menggunakan sumber daya keuangan yang ada. Pengusaha yang memiliki *financial behavior* yang baik, mampu membuat anggaran, menghemat uang dan mengontrol belanja, berinvestasi, dan membayar kewajiban tepat waktu. Dari hasil analisis *Diamond Cluster Model* dalam penelitian ini, diketahui bahwa pemahaman tentang *financial behavior* yang dimiliki oleh UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal masih rendah. Hal tersebut ditunjukkan oleh tidak dibuatnya anggaran dan pencatatan transaksi yang masih dilakukan secara sederhana. Begitupun dalam hal penyusunan laporan keuangan yang belum dibuat bahkan beberapa pengusaha belum memahami kegunaan dan pengetahuan tentang pembuatan laporan keuangan.

Laporan keuangan yang belum dibuat juga menjadi salah satu penyebab perbankan menolak pengajuan kredit oleh sebagian besar UMKM di Kota Tegal. Laporan keuangan menjadi salah satu alat yang digunakan oleh perbankan untuk mengukur suatu UMKM layak atau tidak diberikan bantuan modal berupa kredit usaha dengan bunga yang cukup rendah. Hal ini disebabkan oleh upaya perbankan untuk mengurangi resiko kredit macet. Selain itu, belum dibuatnya laporan keuangan juga membuat kurangnya kepercayaan diri UMKM di Kota Tegal untuk mengajukan kredit ke pihak perbankan. Kondisi ini dapat menyebabkan sulit berkembangnya UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal karena kekurangan modal. Kondisi terparah adalah dalam jangka panjang UMKM tersebut gulung tikar.

Hasil analisis pemahaman tentang *financial literacy* dan *financial behavior* menunjukkan bahwa perlu adanya strategi yang dilakukan untuk pengembangan usaha melalui peningkatan modal. Berdasarkan hasil analisis melalui analisis SWOT maka strategi WO merupakan strategi yang cocok diterapkan pada UMKM di Kota Tegal. Strategi WO diterapkan dengan mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Kelemahan yang dimiliki oleh UMKM di Kota Tegal antara lain berkaitan dengan modal dan minimnya pengetahuan keuangan. Hal tersebut sejalan dengan analisis minimnya pemahaman *financial literacy* dan *financial behavior* yang telah dijelaskan sebelumnya. Oleh karena itu, perlu adanya strategi WO dengan mencoba mengatasi kelemahan yang dimiliki yaitu dengan penambahan modal melalui kerjasama dengan pihak menyedia modal (instansi/perbankan). Kelemahan lain yaitu minimnya pengetahuan keuangan seperti pemahaman tentang *financial literacy* dan *financial behavior* dapat diatasi dengan diikutinya pelatihan tentang pemahaman keuangan.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat

disimpulkan bahwa pemahaman tentang *financial literacy* dan *financial behavior* UMKM industri makanan dan minuman di Kota Tegal tergolong masih rendah. Hal tersebut terlihat dari analisis *Diamond Cluster Model* yang diuraikan dalam bentuk pertanyaan dalam kuisioner. Hasil analisis dari jawaban pertanyaan dalam kuisioner menunjukkan bahwa UMKM di Kota Tegal memiliki pemahaman yang rendah. Berdasarkan kondisi tersebut, maka strategi yang tepat digunakan untuk meningkatkan usaha UMKM industry makanan dan minuman di Kota Tegal melalui analisis SWOT adalah strategi WO. Strategi WO diterapkan dengan mengatasi semua kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

### **Daftar pustaka**

- Hilgert, Marianne A. dan Jeanne M. Hogart. (2003). Household Financial Management: The Connection Between Knowledge and Behavior. *Federal Reserve Bulletin*, July 2003.
- Hogart, Jeanne M. (2006). Financial Education and Economic Development. International Conference hosted by the Russian G8 Presidency in Cooperation with the OECD, 29 – 30 November 2006.
- Huston, Sandra. (2011). Financial Literacy Profiles of American Adults. Texas Tech University.
- Kuncoro, M. (2005) Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?. Erlangga : Jakarta.
- Lestari, Sri. (2014). Literasi Keuangan dan Utilitas Produk dan Jasa Lembaga Keuangan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis UNSOED.
- Lusardi, Annamaria dan Olivia S. Mitchell. (2014) The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature* 2014, 52(1), 5 – 44.
- Mandell, Lewis and Linda Schmid Klein. (2009). The Impact of Financial Literacy Education on Subsequent Financial Behavior. Association for Financial Counseling and Planning Education.
- Margaretha, Farah dan Reza Arief Pambudhi (2015). Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *JMK* Vol. 17, No. 1, Maret 2015, 76 – 85.
- Munawir. (2014.) Analisis Laporan Keuangan. Liberty : Yogyakarta.
- Nababan, Darman dan Isfenti Sadalia. (2012). Ananlis Personal Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Rahmana, Arief, Yani Iriani dan Rienna Oktarina. (2012). Startegi Pengembangan Usah Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Teknik Industri*, Vol. 13, No. 1, Februari 2012: 14 – 21.
- Xu, Lisa and Bilal Zia. (2012). Financial Literacy around the World: An Overview of the Evidence Practical Suggestions for the Way Forward. The World Bank Development Research Group Finance and Private Sector Development Team, June 2012.
- Zahroh, Fatimatus. (2014). Menguji Tingkat Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Pribadi, dan Perilaku Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Semester 3 dan Semester 7.

## **TINGKAT LEVERAGE DAN STOCK RETURN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA**

Trioksa Siahaan

**Program Studi Akuntansi, STIE Dharma Bumiputera**  
**trioksas@gmail.com**

### **Abstract**

*This research involved 38 manufacture company in Indonesia that listed in 2003 to 2007. The level of leverage which used as variable is debt to equity ratio as company leverage and delta leverage is counted from leverage on current year decreased by leverage year end before.. The result of this paper show a negative relation between leverage and stock return on Manufacture Company in Indonesia. This research also find a very strong relation to explain stock return on Manufacture Company in Indonesia is delta leverage.*

**Key Word:** Leverage, Manufacture Company, stock return

### **Abstrak**

*Penelitian ini melibatkan 38 perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar selama periode tahun 2003 sampai 2007. Tingkat leverage yang digunakan sebagai variabel adalah nilai leverage perusahaan yaitu rasio Debt to Equity dan delta leverage diambil dari nilai leverage tahun berjalan dikurangi leverage akhir tahun sebelumnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negative antara leverage dan return saham pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini juga menunjukkan variabel yang sangat kuat untuk menjelaskan return saham perusahaan manufaktur di Indonesia adalah variabel delta leverage.*

**Kata Kunci:** Leverage, Manufacture Company, stock return

### **Pendahuluan**

Penelitian ini ingin menguji kembali hubungan antara *leverage* dan *return* saham untuk perusahaan-perusahaan manufaktur di BEI. Perbedaan penelitian ini dengan sebagian besar penelitian lain mengenai *leverage* adalah penelitian ini akan menguji pengaruh dari *leverage* terhadap *return* saham dengan menggunakan variabel *leverage* dan *delta leverage*, dan dari kedua variabel tersebut akan diketahui variabel manakah yang lebih kuat dalam mempengaruhi *return*, apakah besaran dari *leverage* atau perubahan dari *leverage* perusahaan. Penelitian ini juga akan menguji pengaruh *non linear* dari *leverage*.

### **Latar Belakang**

Indonesia sebagai salah satu pasar yang sedang berkembang (*emerging market*) memiliki potensi pertumbuhan yang cukup baik karena didukung dengan jumlah penduduk yang tergolong besar (+/- 250 juta penduduk). Pasar di Indonesia yang tergolong berkembang ini tentunya sangat membutuhkan pembiayaan dari eksternal dalam melakukan kegiatan usahanya karena dorongan ekspansi dan tingkat kompetisi membuat perusahaan membutuhkan modal dari pihak luar untuk membantu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. Semakin tinggi utang maka tingkat risiko perusahaan juga akan semakin tinggi dikarenakan beban bunga dan pengembalian pokok juga akan semakin tinggi. Penelitian ini ingin menguji apakah tingkat utang yang tinggi akan

berpengaruh pada pergerakan harga saham perusahaan. Rasio untuk mengukur risiko utang diwakilkan dengan rasio utang dibagi modal atau biasa disebut dengan leverage. Selain menggunakan leverage perusahaan sebagai variabel utama untuk menguji hubungannya dengan *stock return*.

### **Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara tingkat leverage dan ukuran perusahaan dengan imbal balik saham pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

### **Permasalahan**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh non linear dari *leverage* terhadap *stock return* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **Reviu Pustaka**

Tingkat *leverage* merupakan suatu ukuran dari kegiatan akuntansi yang berhubungan dengan risiko bisnis. *Leverage* adalah perbandingan antara rasio hutang terhadap modal dalam membiayai aset perusahaan. Umumnya analis menggunakan ukuran *Debt to Equity Ratio* (D/E) yaitu pembagian antara jumlah hutang dan ekuitas sebagai alat ukur *financial leverage*. Analis pada Samuel Sekuritas (2009) menyatakan bahwa tingkat D/E yang tergolong aman atau tergolong konservatif adalah D/E dengan nilai maksimal sebesar 66% atau 0,66,

lebih dari jumlah tersebut, D/E dianggap mulai berisiko.

Manajemen sebagai pengelola perusahaan perlu mengatur *leverage* dengan baik agar tingkat risiko dari *leverage* yang mulai tergolong tinggi dapat dijaga namun perusahaan juga perlu untuk mengoptimalkan nilai yang diinginkan *shareholder* dari perusahaan yaitu berupa *return on equity* (ROE) yang tergolong stabil pertumbuhannya.

Bodie *et al.* (2009) menjelaskan *systematic risk* adalah risiko yang timbul akibat adanya risiko yang muncul dari risiko pasar sehingga akan berpengaruh pada risiko bisnis perusahaan. Medeiros *et al.* (2005) mengatakan bahwa *leverage* yang meningkatkan risiko bisnis akan berdampak pada *systematic risk* seperti beta saham perusahaan. Sharpe (1964), Lintner (1965), dan Black (1966) menemukan bahwa adanya keterkaitan antara *market risk* dan *stock return* sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa *leverage* juga akan berhubungan dengan *stock return*.

Damodaran (2002) menjelaskan mengenai tingkatan *financial leverage* bahwa dalam kondisi semua hal dianggap sama, suatu peningkatan pada *financial leverage* akan meningkatkan beta dari *equity* perusahaan. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka akan semakin berisiko perusahaan tersebut.

Model Modigliani dan Miller (MM) merupakan model yang membahas mengenai bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan *capital structure* untuk mengoptimalkan nilai bagi perusahaan.

Bailey (2008) menyatakan bahwa teori Modigliani dan Miller (MM) berawal dari suatu pertanyaan, "apakah hubungan antara keputusan keuangan perusahaan dan nilai pasar saham perusahaan?" Jawaban pertanyaan ini adalah terpusat kembali pada kebijakan *corporate finance* dari perusahaan tersebut. Lebih lanjut Modigliani dan Miller (1958) memberikan suatu teori mengenai *capital structure* bahwa tingkat *leverage* perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai dari suatu perusahaan dengan beberapa kondisi yaitu asumsi perusahaan tidak dibebani dengan pajak, tidak terdapat biaya kebangkrutan, tidak terdapat biaya saat menerbitkan surat berharga, dan terdapat kesempatan dalam berinvestasi.

Model MM membagi teori menjadi dua bagian yaitu proporsi I dan proporsi II. Pada Proporsi I, model MM tidak memperhitungkan bunga yang berasal dari penghitungan pajak penghasilan perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mencegah kenaikan biaya bunga yang diakibatkan oleh kenaikan leverage akan mempengaruhi *expected return*. Rata-rata *cost of funds* dari semua unit di perusahaan akan tetap independen dari *leverage*. Dengan kata lain, *cost* yang meningkat dari peminjaman dana sebagaimana peningkatan *leverage* akan cenderung diimbangi dengan pengurangan dari saham.

Proporsi II dari teori MM memberikan pengertian bahwa *cost of equity capital* merupakan variabel *cost of capital* yang konstan ditambah dengan *risk*

premium. Hubungan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Re = ra + (1 - tc) (ra - rd) D/E$$

Dimana *risk premium* terhadap *debt* adalah selisih antara *cost of capital* dan *cost of debt* dikalikan dengan *DER ratio*, dan

*Re* = required rate of return terhadap equity

*Rd* = required rate of return dari debt

*Ra* = required rate of return dari perusahaan

*Tc* = corporate tax

Modigliani dan Miller (1958) menemukan bahwa rata-rata *cost of equity capital* cenderung turun dengan peningkatan *leverage*. Kondisi ini menunjukkan adanya keterkaitan antara tingkat return dengan *leverage* sehingga untuk dapat lebih meyakinkan hubungan antara *leverage* dan *return*, perlu dilakukan pengujian terhadap kelinearan *leverage*.

Penelitian ini juga akan melakukan pengujian non linearitas dari *leverage* sehingga dapat membuktikan teori MM tersebut.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode statistik regresi untuk melihat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Model. Dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua model, yaitu

1. Model 1: Pengujian akan dilakukan untuk melihat hubungan antara *leverage*, *leverage* kuadrat, dan ketiga faktor FF dengan *stock return*.
2. Model 2: Pengujian akan dilakukan untuk melihat hubungan antara delta *leverage*, dan delta *leverage* kuadrat dengan *stock return*.

Model pada penelitian juga akan menggunakan variabel *size*, *beta* dan *book to market value* sebagai variabel control.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *abnormal stock return*. Variabel untuk menghitung *abnormal stock return* antara lain : *return individual*, *expected return*, tingkat *return* pasar, tingkat bunga bebas risiko, dan beta saham. *Leverage* merupakan variabel independen utama dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh saham perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan didapatkan 38 sampel. Pada uji ini akan dilakukan tiga pengujian yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi

Penelitian ini akan membagi penelitian menjadi tiga model. Model tersebut adalah:

Model 1: Pengujian akan dilakukan untuk melihat hubungan antara *leverage* dan *stock return*.

Model 2: Pengujian akan dikembangkan dengan mengikuti kuadrat dari *leverage* yang bertujuan untuk menguji hubungan non linear dari *leverage* terhadap *stock return*.

Fungsi regresi dalam penelitian ini dimodelkan sebagai berikut:

1. Model 1 :  $R_{it} = \alpha + \beta_1 LEVERAGE$
2. Model 2:  $R_{it} = \alpha + \beta_1 LEVERAGE + \beta_2 LEVERAGE^2$

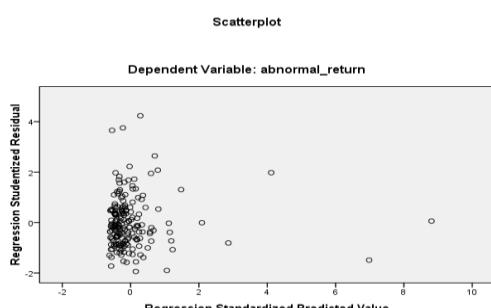
Dari hasil tahapan regresi pada setiap model tersebut, maka akan dapat diketahui pengaruh dari masing-masing variabel independen pada setiap model terhadap variabel dependennya.

### Pembahasan

Model pertama dalam penelitian ini akan melibatkan *stock return* sebagai variabel dependen dan *leverage* sebagai variabel independen. Model kedua dalam penelitian ini melibatkan *stock return* sebagai variabel dependen dan untuk variabel independen adalah *leverage* dan *leverage kuadrat* untuk hubungan non linear dari *leverage* terhadap *stock return*. Pengujian multikolinearitas pada model kedua menunjukkan nilai VIF sebesar 6,463 atau masih dibawah 10 sehingga variabel tersebut tidak memiliki persoalan multikolinearitas.

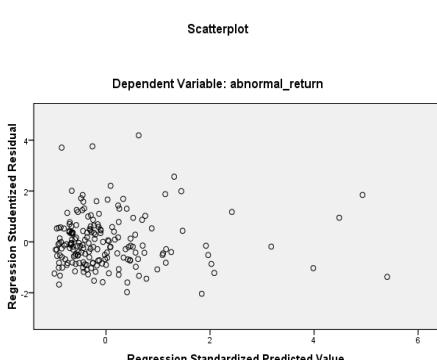
Pada graphik 1 terlihat sebaran titik pada diagram pencar untuk model 1 tidak beraturan. Kondisi ini menunjukkan tidak terdapat persoalan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi dapat terus untuk dilanjutkan.

*Grafik 1  
Heteroskedastisitas pada model 1*



Pada model kedua penelitian ini menunjukkan sebaran titik pada diagram pencar tidak beraturan. Kondisi ini menunjukkan pada model kedua tidak terdapat persoalan heteroskedastisitas pada model regresi.

*Grafik 2  
Heteroskedastisitas pada model kedua*



Model yang menunjukkan adanya autokorelasi bila nilai DW lebih besar dari 4 atau kurang dari nol, apabila nilai DW terdapat didalam *range* tersebut, maka variabel tidak menunjukkan adanya autokorelasi.

Dari hasil pengujian Durbin-Watson untuk keseluruhan model terlihat nilai DW dibawah 4 dan diatas 0. Hal ini menunjukkan untuk semua model tidak menunjukkan adanya gejala autokorelasi sehingga model regresi dapat diteruskan.

### Hasil Uji Regresi

Pada tabel 1, untuk model pertama, terlihat angka *adjusted R square* sebesar 0,226 atau 22,6%. Hal ini menunjukkan pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap *return* tergolong rendah.

*Tabel 1 Analisis Korelasi Ganda dan Determinasi pada model 1*

Model	Adjusted R Square
1	0,226

Pada tabel 2, diperoleh angka *adjusted R square* sebesar 0,250 atau 25%. Hal ini menunjukkan persentase sumbang pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap *abnormal return* saham juga tergolong rendah.

*Tabel 2 Analisis Korelasi Ganda dan Determinasi pada model 2*

Model	Adjusted R Square
1	0,250

Hasil dari pengujian atas kedua model di atas juga menunjukkan nilai *adjusted r square* pada model 2 lebih besar dibanding pada model 1 yang berarti model 2 terlihat lebih baik untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* dan *return* dibanding model 1

Hasil uji *F* pada model 1 dengan tingkat signifikansi alfa sebesar 1%, menunjukkan nilai probabilitas (*sig.*) sebesar 0,000. Dengan menggunakan  $\alpha$  sebesar 0,01, terlihat terdapat hubungan yang signifikan positif antara seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap *return* saham seperti terlihat pada tabel 3

*Tabel 3 Uji F pada Model 1*

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,187	5	0,037	12,006
	Residual	0,572	184	0,003	
	Total	0,759	189		

Hasil uji *F* pada model ke-2 dengan tingkat signifikansi alfa sebesar 1% menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,194, berarti variabel *leverage* dan *leverage<sup>2</sup>* secara bersama-sama menunjukkan hubungan yang signifikan positif dengan *return*.

Tabel 4 Uji *F* pada Model 2

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	0,205	5	0,041	13,6	
1 Residual	0,554	184	0,003	13	
Total	0,759	189			

Hasil uji *t* pada model 1 menunjukkan nilai probabilitas untuk variabel *leverage* sebesar 0,446; *leverage<sup>2</sup>* sebesar 0,292; *size* sebesar 0,065; beta sebesar 0,000 dan *bmv* sebesar 0,004. Hasil tersebut menunjukkan variabel *size* memiliki hubungan yang signifikan positif dengan *return* pada tingkat keyakinan  $\alpha$  sebesar 10% dan variabel beta dan *bmv* memiliki hubungan yang signifikan positif pada tingkat keyakinan  $\alpha$  sebesar 10%. Sementara variabel *leverage* dan *leverage* kuadrat tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dengan *return* saham secara parsial. Pengujian pada model 1 juga menunjukkan *leverage* tidak berhubungan dengan *return*, baik secara *linear* maupun *non linear* (berarti hipotesis ditolak).

Hasil dari pengujian merumuskan model regresi untuk model pertama sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Abnormal Return} = & -0,093 + 0,000\text{Lev} + 0,000\text{Lev}^2 \\ & + 0,000 \text{ size} + 0,0072 \text{ beta} \\ & + 0,006\text{Bmv} \end{aligned}$$

Tabel 5 Uji *t* pada Model 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-0,093	0,011		-8,211	0,000
Leverage	0,000	0,004	-0,024	-0,135	0,446
Lev <sup>2</sup>	0,000	0,000	0,096	0,549	0,292
size	0,000	0,000	0,102	1,518	0,065***
beta	0,072	0,011	0,473	6,808	0,000*
bmv	0,006	0,002	0,180	2,688	0,004*

\* signifikan pada  $\alpha = 1\%$  dan \*\*\* pada  $\alpha = 10\%$ . Untuk model ke-2, hasil uji *t* (*1-tailed*) menunjukkan nilai probabilitas (*sig.*) dari delta *leverage* sebesar 0,003; delta *leverage<sup>2</sup>* sebesar 0,076; *size* sebesar 0,079; beta sebesar 0,000 dan *bmv* sebesar 0,003. Dari hasil uji tersebut terlihat variabel delta *leverage* dan delta *leverage<sup>2</sup>*

menunjukkan pengaruh yang signifikan negatif terhadap *return* sementara variabel *size*, beta, dan *bmv* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *return*.

Berdasarkan pengembangan hipotesis diduga terdapat hubungan non linier antara *leverage* dan *return* saham yang berarti diduga koefisien variabel delta *leverage* bertanda positif dan koefisien variabel delta *leverage square* bertanda negatif, sedangkan hasil pengujian menunjukkan delta *leverage* dan delta *leverage square* berpengaruh negatif terhadap *return* saham. Ini juga menunjukkan hipotesis tidak diterima. Tidak terbukti ada hubungan non linier antara *leverage* dan *return* saham, yaitu *leverage* pada tingkat yang relatif rendah akan meningkatkan *return* saham tetapi apabila *leverage* meningkat sampai tingkat tertentu justru akan menurunkan *return* saham. Hubungan negatif tersebut menunjukkan secara umum pasar bereaksi negatif terhadap peningkatan *leverage* yang terjadi di perusahaan.

Hasil dari pengujian ini juga merumuskan model regresi untuk model kedua sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Abnormal Return} = & -0,091 - 0,005 \Delta\text{Lev} + 0,000 \\ & \Delta\text{Lev}^2 + 0,000 \text{ Size} + \\ & 0,070\text{Beta} + 0,006\text{Bmv} \end{aligned}$$

Tabel 6 Uji *t* pada Model 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,091	0,011		-8,105	0,000
Delta Lev	-0,005	0,002	-0,204	-2,728	0,003***
Delta Lev <sup>2</sup>	0,000	0,000	-0,108	-1,432	0,076*
1 size	0,000	0,000	0,094	1,419	0,079*
beta	0,070	0,010	0,460	7,158	0,000***
bmv	0,006	0,002	0,177	2,711	0,003***

\*\*\* signifikan pada  $\alpha = 1\%$ ; \* pada  $\alpha = 10\%$

Pada penelitian ini, selain melihat hasil dari masing-masing model, penelitian ini juga akan membandingkan kedua model ini untuk mendapatkan model mana yang lebih baik digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* dan *return*. Untuk menentukan model yang terbaik di antara kedua model ini, maka ukuran yang digunakan adalah tingkat signifikansi *F* dari kedua model dan nilai *R<sup>2</sup>* terbesar yang telah disesuaikan dengan fungsi logaritma. Perbandingan kedua model ini bertujuan untuk melihat model manakah yang lebih baik dari leverage untuk menjelaskan *return* saham. Penelitian ini menggunakan dua model yaitu model pertama menggunakan ukuran besaran *leverage* untuk menjelaskan *return* saham

dan model kedua menggunakan perubahan dari *leverage* untuk menjelaskan *return* saham.

Berdasarkan hasil perbandingan dengan menggunakan ukuran dari tingkat signifikansi nilai F dan nilai R<sup>2</sup> yang telah disesuaikan dengan fungsi logaritma, model kedua yaitu model yang melibatkan perubahan dari *leverage* terlihat lebih baik dibanding model pertama untuk menjelaskan *return* saham.

Hasil pengujian atas perbandingan kedua model ini diperkuat juga dengan hasil pengujian secara parsial yang menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan antara *leverage* dan *leverage square* terhadap *return* saham pada model pertama, namun terdapat hubungan yang signifikan dari delta *leverage* dan delta *leverage square* terhadap *return* saham seperti yang ditunjukkan pada model kedua. Kondisi ini dapat dijelaskan bahwa nilai dari *leverage* merupakan nilai gabungan dari *leverage* perusahaan sejak perusahaan didirikan sehingga telah memperhitungkan risiko dari perusahaan sebelumnya sementara perubahan dari *leverage* merupakan kondisi per periode dari kebijakan perubahan struktur modal yang diambil oleh manajemen perusahaan.

### Simpulan

Hasil penelitian pada model 1 dan model 2 menunjukkan, secara bersama-sama seluruh variabel independen terlihat signifikan mempengaruhi *return* saham. Namun hasil pengujian secara parsial menunjukkan pada model 1, variabel *leverage* dan *leverage kuadrat* terlihat tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *return* saham sementara pada model 2, terlihat variabel delta *leverage* dan delta *leverage square* memiliki hubungan yang negatif signifikan dengan *return* saham. Penelitian ini tidak berhasil menunjukkan adanya hubungan non linier antara *leverage* dan *return*, yaitu tidak berhasil membuktikan bahwa *leverage* pada tingkat yang relatif rendah akan meningkatkan *return* saham tetapi apabila *leverage* meningkat sampai tingkat tertentu justru akan menurunkan *return* saham. Variabel yang sangat kuat untuk menjelaskan *return* saham perusahaan manufaktur di Indonesia adalah variabel delta *leverage*.

Adanya hubungan negatif antara perubahan dari *leverage* terhadap *return* saham membuktikan bahwa investor turut memperhatikan perubahan dari *leverage* dalam melakukan investasi di saham perusahaan manufaktur di Indonesia dibanding posisi dari *leverage* karena investor menganggap bahwa tingkat *leverage* perusahaan telah mencakup *leverage* perusahaan saat pertama kali perusahaan didirikan sehingga risiko perusahaan telah diperhitungkan pada tingkat besaran *leverage*.

### Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah jumlah sampel perusahaan yang diikutkan

dalam penelitian ini tergolong kecil dimana penelitian ini hanya menggunakan 38 sampel perusahaan dari 155 populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar per tahun 2003. Periode penelitian ini juga tergolong pendek yaitu hanya 5 tahun. Sementara penelitian di luar negeri terutama yang dilakukan atas saham perusahaan yang terdaftar di bursa saham di Amerika umumnya melibatkan lebih dari 1000 sampel perusahaan dengan periode lebih dari 10 tahun.

Keterbatasan dalam penelitian ini juga terdapat pada variabel-variabel yang digunakan untuk melihat pengaruh terhadap *return* hanya terbatas pada *leverage*.

### Daftar Pustaka

- Bahl, Bhavna, (2006), Testing the Fama and French Three Factor-Model and its variant for the Indian stock returns, JEL Classification.
- Bailey, R. E., (2008). Corporate Finance: The Modigliani-Miller Theorems, Economics of Financial Market.
- Bodie, Zvi., Alex dan Alan J Marcus., (2009). Investment, McGraw-Hill, Co Inc.
- Cai, Jie, & Zhe Zhang, (2005). Capital structure dynamics and stock returns, FMA annual meetings, Chicago.
- Damodaran, Aswath, (2002), Investment Valuation, John Wiley & Sons, Inc.
- Fama, Eugene F. dan Kenneth R. French, (1993), Common risk factors in the returns on stocks and bonds, Journal of Financial Economics.
- George Thomas J., dan Chuan-Yang Hwang, (2007), Leverage, financial distress, and the cross sections of returns, Working paper series.
- Gujarati, Damodar N, (2003), Basic Econometrics, McGraw-Hill Book Company.
- Hatfield, Gay B., Louis T.W Cheng, dan Wallace N. Davidson III (1994), The determinant of capital structure: The effect of firm and industry debt ratios on market value, Journal of Finance and Strategic Decisions.
- Huang, Shian-Chang, (2009), Threshold and leverage effects of major asian stock markets based on stochastic volatility models, International Research Journal of Finance and Economics.
- Indonesia Capital Market Directory, Institute Financial Research (2003 – 2007).
- Kayhan, Ayla., Adam Y.C. Lei, dan Ji-Chai Lin, (2005), Leverage, accruals, and cross-sectional stock returns, JEL Classification.
- Lesmond, David A., Philip O'Connor, dan Lemma W. Senbet, (2002), Leverage Recapitalizations and Liquidity, JEL Classification.
- Martono, Cyrilliuss, (2002), Analisis pengaruh profitabilitas industri, rasio leverage keuangan tertimbang dan intensitas modal tertimbang serta pangsa pasar terhadap

<p>ROA dan ROE perusahaan manufaktur yang go public di Indonesia, Universitas Kristen Petra.</p> <p>Mason, Jeffrey K. Mackie, (1990), Do taxes affect corporate financing decision?, The journal of finance.</p> <p>Masulis, Ronald W, (1980), The effect of capital structure change on security prices, Journal of financial economics.</p> <p>Medeiros, Otavio Ribeiro., Paulo Roberto Barbosa Lustosa dan Jose Alves Dantas (2005), The impact of the degree of operating leverage on stock returns: an empirical study in the brazillian market.</p> <p>Modigliani, Franco dan Merton H. Miller, (1958), The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment, The American Economic Review.</p> <p>Muradoglu, Gulnur dan Sheeja Sivaprasad (2006), Capital structure and Firm Value: An empirical analysis of abnormal returns, JEL Classification.</p> <p>Muradoglu, Gulnur dan Sheeja Sivaprasad, (2007), An empirical analysis of capital structure</p>	<p>and abnormal returns, Australian Finance and Banking Conference.</p> <p>Muradoglu, Gulnur dan Sheeja Sivaprasad, (2008), An empirical test on leverage and stock returns, JEL Classification.</p> <p>Pratisto, Arif, (2009), Statistik menjadi mudah dengan SPSS 17, PT. Elex Media Computindo, Jakarta.</p> <p>Priyatno, Dwi (2008), Mandiri belajar SPSS, Media Kom, Yogyakarta.</p> <p>Ross, Stephen A., Randolph W. Westerfield, dan Bradford D. Jordan, (2008), Corporate Finance Fundamentals 8th edition, McGraw-Hill</p> <p>Sivaprasad, Sheja dan Gulnur Muradoglu, (2007), Capital structure and expected stock returns, JEL Classification.</p> <p>Sularso, R. Andi, (2003), Pengaruh perubahan dividen terhadap perubahan harga saham (return) sebelum dan sesudah ex-dividen date di Bursa Efek Jakarta, Jurnal Akuntansi dan Keuangan.</p>
--	--

# PERANCANGAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENERIMAAN DAN PENGELOUARAN KAS BERBASIS CLIENT SERVER

Tri Retnasari

*Program studi Teknik Informatika, STMIK Nusa Mandiri Jakarta  
[retna3sari@gmail.com](mailto:retna3sari@gmail.com)*

Andreas Rizano Brainadi

*Program studi Komputerisasi Akuntansi, AMIK Bina Sarana Informatika Jakarta  
[rizano.andreas73@gmail.com](mailto:rizano.andreas73@gmail.com)*

## Abstract

*Many large companies make complex financial transactions. Companies implement computerized systems on their financial systems to be more efficient than the system that is still manual. However, there are still many organizations and small entrepreneurs who also need the system to avoid recording mistakes and delays in reporting on cash receipts and cash transactions. To overcome this, the authors make accounting information systems to facilitate the recording of cash receipts and disbursements, so it can be used by organizations and small companies. The designed system includes the management of cash inbound transaction data, cash out and cash transfers. Users can also print transaction reports and cash flow statements. The system does not penetrate into complex financial systems, so users do not need to deepen the science of accounting and finance in particular. This system can be an alternative solution for organizations and small companies in recording their cash receipts and cash transactions. The system development model used in the design of this system using the model of Unified Modeling Language (UML), as well as the system designed even client server-based so that it can be applied to the company server or third-party server so users can access it anytime and anywhere.*

**Key Word:** Accounting Information Systems, Cash Receipts and Expenditures, Client Servers

## Abstrak

*Banyak perusahaan besar melakukan transaksi keuangan yang kompleks. Perusahaan menerapkan sistem komputerisasi pada sistem keuangan mereka agar lebih efisien dibandingkan sistem yang masih manual. Namun, masih banyak organisasi dan para pengusaha kecil yang juga membutuhkan sistem agar tidak terjadi lagi kesalahan pencatatan dan keterlambatan dalam pelaporan pada transaksi penerimaan dan pengeluaran kas. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis membuat sistem informasi akuntansi untuk mempermudah pencatatan penerimaan dan pengeluaran kas, sehingga dapat digunakan oleh organisasi maupun perusahaan kecil. Sistem yang dirancang meliputi pengelolaan data transaksi kas masuk, kas keluar dan transfer kas. Pengguna juga dapat mencetak laporan transaksi dan laporan arus kas. Sistem tidak merambah ke sistem keuangan yang kompleks, sehingga pengguna tidak perlu mendalami ilmu akuntansi dan keuangan secara khusus. Sistem ini pun bisa menjadi solusi alternatif bagi organisasi dan perusahaan kecil dalam pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluaran kas mereka. Model pengembangan sistem yang digunakan dalam perancangan sistem ini menggunakan model Unified Modeling Language (UML), serta sistem yang dirancang pun berbasis client server sehingga dapat diterapkan pada server perusahaan atau server pihak ketiga agar pengguna dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja.*

**Kata Kunci:** Sistem Informasi Akuntansi, Penerimaan dan Pengeluaran Kas, Client Server

## Pendahuluan

### Latar belakang

Perusahaan besar melakukan transaksi keuangan dengan sangat kompleks, sehingga dibutuhkanlah seorang akuntan dan staff keuangan untuk melaksanakan berbagai macam transaksi yang kemudian dicatat. Tak hanya itu, Setiap perusahaan mencoba untuk menerapkan sistem informasi agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam proses bisnis, sehingga berinvestasi dalam teknologi informasi sangatlah penting untuk memberikan kekuatan bagi perusahaan agar dapat bersaing dan

dapat mendukung perusahaan dalam mengambil keputusan (Mariani, 2010). Dengan adanya sistem informasi akuntansi yang terkomputerisasi, semua proses transaksi dilakukan secara terpusat dengan komputer, saat melakukan *input*, proses dan *output* data (Aviana, 2012).

Aplikasi-aplikasi keuangan yang mendukung sistem informasi akuntansi dibuat tentu karena tuntutan zaman yang serba cepat. Arus informasi yang serba cepat, menuntut banyak perusahaan menggunakan berbagai macam aplikasi, salah satunya aplikasi keuangan. Hal ini juga menuntut pengembang

aplikasi untuk membuat aplikasi yang dapat diterapkan di perusahaan. Mulai dari aplikasi yang mudah digunakan oleh pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) hingga aplikasi kompleks yang dapat mengatasi berbagai macam transaksi perusahaan besar.

Pencatatan keuangan secara manual kurang praktis, dan transaksi akan semakin tinggi yang membuat perhitungan semakin banyak jumlahnya. Pencatatan secara manual pun tidak dapat dicatat secara aktual. Kertas yang digunakan untuk media mencatat transaksi pun rentan terhadap berbagai macam kerusakan, seperti mudah basah, mudah terbakar, hingga buku kas yang dapat hilang, baik sengaja maupun tidak. Data-data transaksi yang dicatat pun tidak dapat dicatat ulang bila terjadi kerusakan.

Dengan kemajuan teknologi, kerugian-kerugian pencatatan keuangan dengan media kertas pun dapat diminimalisir. Pengembang perangkat lunak mulai merambah dunia keuangan untuk mengatasi permasalahan keuangan yang sering terjadi.

Namun, yang menjadi masalah adalah kurangnya pengembang perangkat lunak yang memberikan layanan keuangan berbasis *cloud* yang terhubung dengan internet. Pada umumnya, pengembang mengembangkan perangkat lunak keuangan yang berbasis desktop, sehingga kurang praktis untuk digunakan dan diakses di mana saja dan kapan saja. Ditambah pula harga lisensi yang cukup mahal dan hampir tidak mungkin dibeli oleh organisasi dan usaha kecil dengan modal yang tidak besar.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat alternatif untuk mengatasi pencatatan keuangan organisasi maupun usaha kecil dengan menyediakan aplikasi keuangan berbasis web, yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Tanpa perlu mengkhawatirkan rusaknya sebuah catatan keuangan. Tentunya aplikasi berbasis web ini hanya melayani berbagai macam transaksi keuangan, tidak merambah ke pencatatan akuntansi secara khusus, sehingga setiap orang dapat menggunakan dan tidak perlu mendalami ilmu akuntansi untuk menggunakan. Nantinya program aplikasi ini diharapkan membantu pencatatan keuangan, khususnya kas masuk dan kas keluar sehingga meningkatkan produktifitas organisasi, maupun usaha kecil.

## Tujuan

Dalam menyusun artikel ilmiah ini ada beberapa macam maksud dan tujuan yang ingin dicapai, adapun maksud dari pembuatan artikel ilmiah tersebut adalah :

- 1 Menganalisa pengembangan perangkat lunak yang memberikan layanan keuangan berbasis *cloud*.
- 2 Membuat rancangan sistem informasi Untuk dijadikansalah satu sumber referensi untuk pengembangan software, yang dikhususkan untuk pengembang aplikasi akuntansi berbasis web.

Membantu masyarakat umum mempermudah pembuatan laporan kas masuk dan kas keluar dengan bantuan aplikasi berbasis web.

## Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mendefinisikan dan merancang teknologi untuk menunjang perangkat lunak yang memberikan layanan keuangan berbasis *cloud*?

Bagaimana implementasi Teknologi Informasi dapat dikembangkan software, yang dikhususkan untuk aplikasi akuntansi berbasis web?

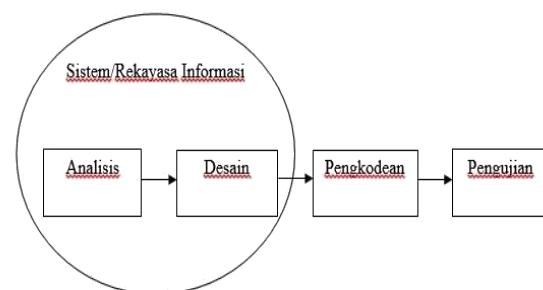
## Review Pustaka

Sistem Informasi adalah alat untuk menyajikan informasi dengan cara sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya. Sementara tujuannya adalah untuk menyajikan informasi guna pengambilan keputusan pada perencanaan, pemrakarsaan, pengorganisasian, pengendalian kegiatan operasi subsistem suatu perusahaan dan menyajikan sinergi organisasi pada proses (Fatta, 2007)

SDLC atau Software Development Life Cycle adalah proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan model-model dan metodologi yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem-sistem perangkat lunak sebelumnya (berdasarkan *best practice* atau cara-cara yang sudah teruji baik) (Rosa dan Shalahuddin, 2013).

SDLC memiliki beberapa model dalam penerapan tahapan prosesnya, yakni:

1. Model Waterfall, model yang sering disebut juga model sekuensial linier (*sequential linear*) atau alur hidup klasik (*classic life cycle*). Model ini menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara terurut mulai dari analisis, desain, pengkodean, pengujian dan tahap pendukung (*support*).

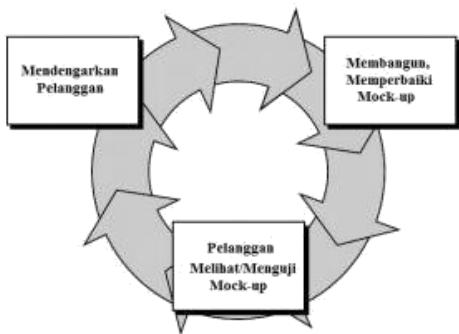


Sumber : (Rosa dan Shalahuddin, 2013)

**Gambar 1 Ilustrasi Model Waterfall**

2. Model Prototipe, model yang digunakan untuk menyambungkan ketidakpahaman pelanggan

mengenai hal teknis dan memperjelas spesifikasi kebutuhan yang diinginkan pelanggan kepada pengembang perangkat lunak.



Sumber : (Rosa dan Shalahuddin, 2013)

**Gambar 2 Ilustrasi Model Prototipe**

3. Model RAD, model proses pengembangan perangkat lunak yang bersifat incremental terutama untuk waktu pengerjaan yang pendek.
4. Model Iteratif, model yang mengkombinasikan proses-proses pada model air terjun dan iterative pada model prototipe.
5. Model Spiral, model yang memasangkan iteratif pada model prototype dengan control dan aspek sistematis yang diambil dari model air terjun

*Unified Modelling Language* (UML) adalah “Sebuah bahasa yang telah menjadi standar dalam industri visualisasi, merancang dan mendokumentasikan sistem piranti lunak. Dengan menggunakan UML dapat dibuat model untuk semua jenis aplikasi piranti lunak, dimana aplikasi tersebut dapat berjalan pada piranti keras, sistem operasi dan jaringan apapun, serta ditulis dalam bahasa pemrograman apapun (Sulistyorini, 2009).

*Logical Record Structure* (LRS) adalah representasi dari struktur record-record pada tabel-table yang terbentuk dari hasil relasi antar himpunan entitas (Fathansyah, 2012).

Perbedaan *Logical Record Structure* (LRS) dan *Entity Relationship Diagram* (ERD) adalah nama tipe *record* berada diluar *field* tipe *record* ditempatkan. *Logical Record Structure* (LRS) terdiri dari link-link diantara tipe *record*. Link ini menunjukkan arah dari satu tipe *record* lainnya. Banyak *link* dari *Logical Record Structure* (LRS) yang diberi tanda *field-field* yang kelihatan pada kedua *link* tipe *record*. Penggambaran *Logical Record Structure* (LRS) mulai dengan menggunakan model yang dimengerti. Dua metode yang digunakan, dimulai dengan hubungan kedua model yang dapat dikonversikan ke *Logical Record Structure* (LRS). Metode lain yang di mulai dengan *Entity Relationship Diagram* (ERD) dan langsung dikonversikan ke *Logical Record Structure* (LRS).

### Metode Penelitian

Tahapan dalam kerangka penelitian dibagi menjadi 4 bingkai dasar, yaitu:

1. Analisa

Penulis melakukan analisa untuk kebutuhan perangkat lunak dengan cara mengumpulkan data, observasi dan mempelajari buku-buku atau literatur-literatur yang berhubungan dengan perangkat lunak yang penulis susun serta mencari informasi yang diperlukan, khususnya mengenai aplikasi penyedia jasa pencatatan keuangan.

2. Desain
- Pada tahap ini penulis membuat desain struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antar muka, yang di dalamnya terdapat halaman master akun kas, transaksi kas masuk dan keluar, transaksi hutang dan piutang, serta laporan yang dapat diakses oleh *user*, lalu admin dapat mengakses halaman daftar user, daftar admin, dan *tracking* dari setiap transaksi *user* dan prosedur pengkodean, berdasarkan analisa kebutuhan perangkat lunak yang dilakukan sebelumnya.
3. Pengkodean
- Desain yang telah penulis buat diubah ke dalam bentuk website. Dalam hal ini Penulis menggunakan bahasa HTML, Javascript dan CSS untuk tampilan dari website dengan dibantu *template*, lalu menggunakan Java sebagai bahasa server site website tersebut
4. Pengujian
- Setelah website berhasil dibuat, penulis melakukan pengujian. Dalam hal ini Penulis menggunakan metode black box dalam pengujian website untuk meminimalisir kesalahan (*bugs/error*), setelah itu penulis segera melakukan perbaikan

### Pembahasan

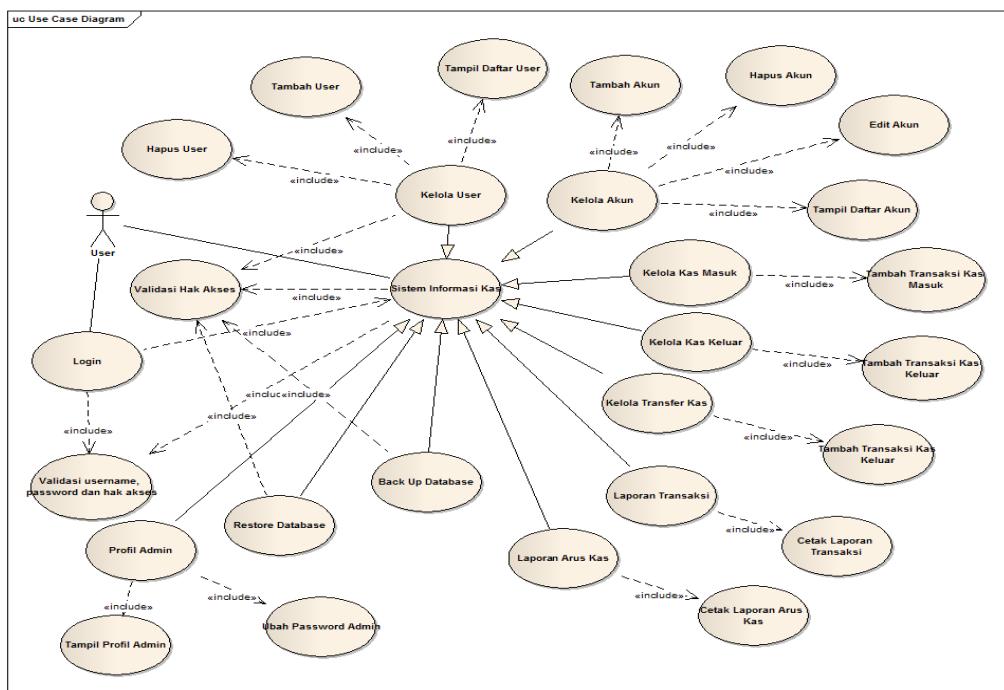
Analisis kebutuhan diperlukan untuk mengetahui lebih jelas gambaran dan cara kerja sistem yang ada. Selain itu analisis kebutuhan bertujuan untuk mendefinisikan dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan suatu perbaikan

#### A. Use Case

**Tabel 1 Deskripsi Use Case Diagram**

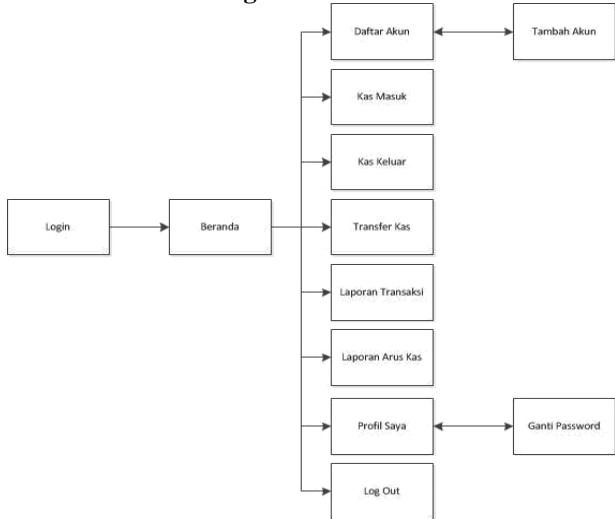
Use Case Narrative Login	
Tujuan	Melakukan Login
Deskripsi	Sistem ini digunakan aktor untuk mengakses sistem informasi kas
Aktor	User
Kondisi Awal	Aktor Membuka Web Sistem Informasi Kas
Aksi Aktor	Reaksi Sistem
1. Aktor Mengisi Username dan Password	-

<b>2. Aktor Memilih Tombol Login</b>	Sistem akan menampilkan alert selamat datang		<b>Kondisi Awal</b>	Aktor melakukan login dan mengakses beranda
<b>Kondisi akhir</b>	Jika perintah sesuai maka sistem akan masuk kedalam web sistem informasi kas dan aktor dapat melakukan aktivitas dalam sistem		<b>Aksi Aktor</b>	<b>Reaksi Sistem</b>
<b>Use Case Narrative Transaksi Kas Masuk</b>			<b>1. Aktor Memilih Transaksi Kas Masuk</b>	Menampilkan Form Kas Masuk
<b>Tujuan</b>	Menambah Informasi Transaksi Kas Masuk Pada Sistem Informasi Kas		<b>2. Aktor Mengisi Form</b>	-
<b>Deskripsi</b>	Sistem ini digunakan aktor untuk menambah transaksi kas masuk pada sistem pada sistem		<b>3. Aktor Memilih Simpan</b>	Sistem Akan Menyimpan Informasi Form dan Kembali ke Beranda
<b>Aktor</b>	User		<b>Kondisi akhir</b>	Jika perintah sesuai maka sistem akan menyimpan informasi form
<b>Use Case Narrative Transaksi Kas Keluar</b>				



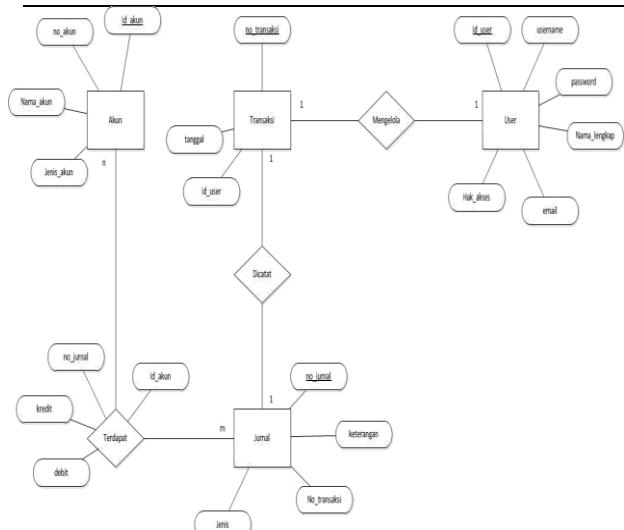
Gambar 3 Ilustrasi Model Prototipe

#### B. Struktur Navigasi User



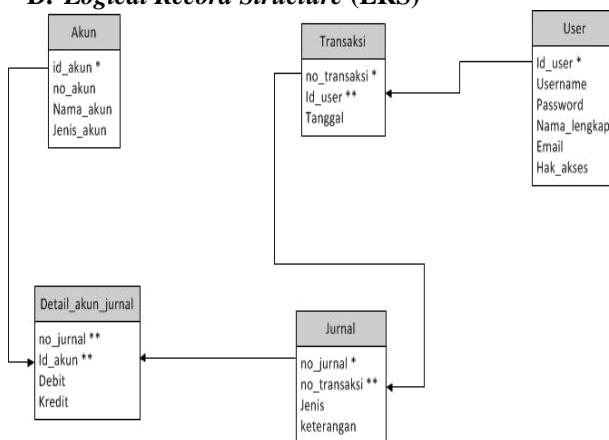
#### C. Struktur Navigasi User

#### C. Entity Relation Diagram (ERD)



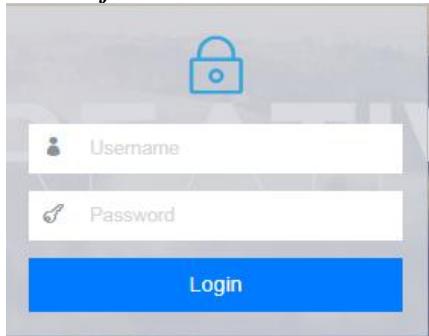
Gambar 5 Entity Relation Diagram

#### D. Logical Record Structure (LRS)



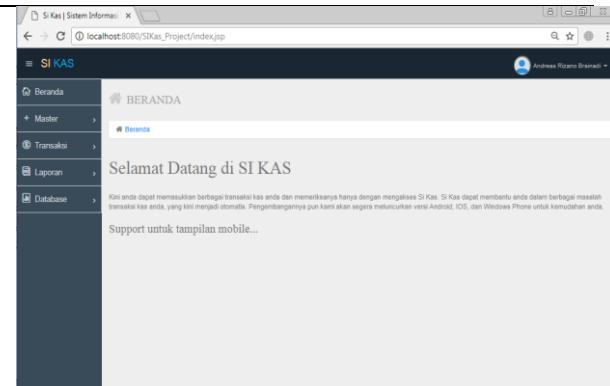
Gambar 6 Logical Record Structure

#### E. User Interface



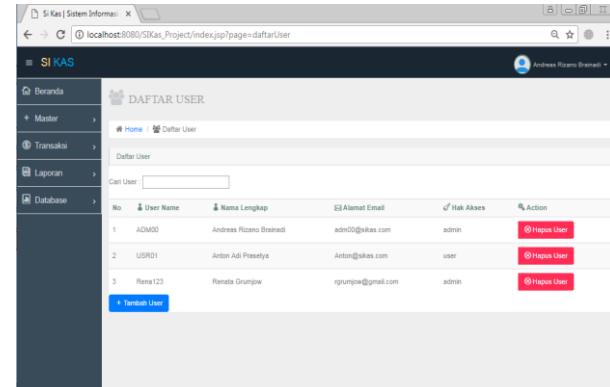
Gambar 7 User Interface Halaman Login

#### F. Halaman Beranda

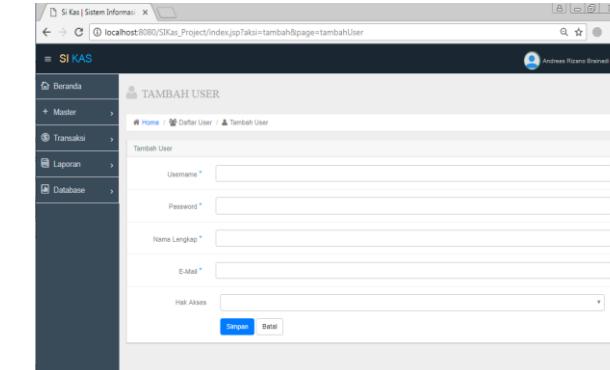


Gambar 8 User Interface Halaman Beranda

#### G. Halaman Daftar User

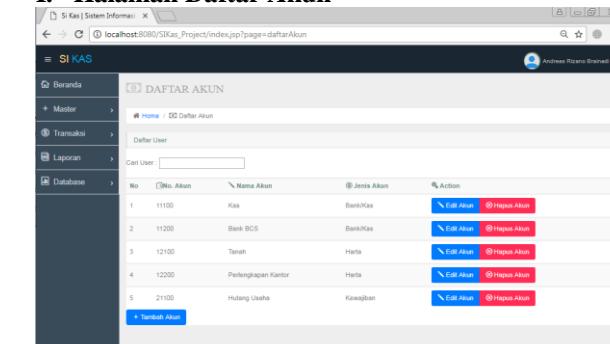


Gambar 9 User Interface Halaman Daftar User  
H. Halaman Tambah User



Gambar 10 User Interface Halaman Tambah User

#### I. Halaman Daftar Akun



Gambar 11 User Interface Halaman Daftar Akun

#### J. Halaman Transaksi Kas Masuk

Gambar 12 User Interface Halaman Kas Masuk

#### K. Halaman Transaksi Kas Keluar

Gambar 13 User Interface Halaman Kas Keluar

#### L. Halaman Transfer Kas

Gambar 14 User Interface Halaman Transfer Kas

#### M. Halaman Cetak Laporan Transaksi

Gambar 15 User Interface Halaman Cetak Laporan Transaksi

#### N. Halaman Cetak Laporan Arus Kas

Gambar 16 User Interface Halaman Cetak Laporan Arus Kas

#### O. Halaman Back Up Database

Gambar 17 User Interface Halaman Back Up Database

#### P. Halaman Restore Database

Gambar 18 User Interface Halaman Restore Database

#### Q. Halaman Ganti Password

Gambar 19 User Interface Halaman Ganti Password

Penulis melakukan pengujian terhadap program menggunakan metode *Black Box* dalam pengujian

website untuk meminimalisir kesalahan (*bugs/error*), setelah itu penulis segera melakukan perbaikan. Berikut tahapan pengujian dilakukan

**Tabel 2 Hasil Pengujian Black Box Testing**

<b>Hasil Pengujian Black Box Testing Form Login User</b>					
No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Mengosongkan semua isian data saat login user.	Username : (kosong) Password: (kosong)	Sistem akan menolak akses login.	Sesuai harapan	Valid
2.	Hanya mengisi username dan mengosongkan password.	Username : usr001 Password: (kosong)	Sistem akan menolak akses login.	Sesuai harapan	Valid
3.	Hanya mengisi password dan mengosongkan username.	Username : (kosong) Password: 123456	Sistem akan menolak akses login.	Sesuai harapan	Valid
4.	Menginputkan dengan kondisi salah satu data benar, dan satu lagi salah.	Username : (benar) Password: (salah)	Sistem akan menolak akses login.	Sesuai harapan	Valid
5.	Menginputkan dengan data login yang benar.	Username : (benar) Password: (benar)	Sistem menerima akses login kemudian langsung masuk ke beranda	Sesuai harapan	Valid
<b>Hasil Pengujian Black Box Testing Form Transaksi Kas Masuk</b>					
No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Mengosongkan semua textbox	No. Bukti : (kosong) No. Referensi : (kosong) Tanggal : (kosong) Akun Kas : (kosong) Keterangan : (kosong) Nominal Kas : (kosong) Nomor dan Nama Akun : (kosong) Nominal Alokasi : (kosong)	Akan ada notifikasi “ <i>Fill out this field</i> ”	Sesuai Harapan	Valid
2.	Mengisi manual kolom Nominal Kas	Nominal Kas : 10000	Tidak dapat diisi secara manual	Sesuai Harapan	Valid
3.	Mengisi Nominal Alokasi dengan huruf	Nominal Alokasi : ABCDE	Tidak dapat diisi dengan huruf, hanya dengan angka	Sesuai Harapan	Valid
<b>Hasil Pengujian Black Box Testing Form Transaksi Kas Keluar</b>					
No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Mengosongkan semua textbox	No. Bukti : (kosong) No. Referensi : (kosong) Tanggal : (kosong) Akun Kas : (kosong) Keterangan : (kosong) Nominal Kas : (kosong) Nomor dan Nama Akun : (kosong) Nominal Alokasi : (kosong)	Akan ada notifikasi “ <i>Fill out this field</i> ”	Sesuai Harapan	Valid
2.	Mengisi manual kolom Nominal Kas	Nominal Kas : 10000	Tidak dapat diisi secara manual	Sesuai Harapan	Valid
3.	Mengisi Nominal Alokasi dengan huruf	Nominal Alokasi : ABCDE	Tidak dapat diisi dengan huruf, hanya dengan angka	Sesuai Harapan	Valid
<b>Hasil Pengujian Black Box Testing Form Transaksi Transfer Kas</b>					
No	Skenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan

1.	Mengosongkan semua textbox	No. Bukti : (kosong) No. Referensi : (kosong) Tanggal : (kosong) Dari Akun Kas : (kosong) Ke Akun Kas : (kosong) Keterangan : (kosong) Nominal Kas : (kosong)	Akan ada notifikasi “Fill out this field”	Sesuai Harapan	Valid
2.	Mengisi Nominal Kas dengan huruf	Nominal Kas : ABCDE	Tidak dapat diisi dengan huruf, hanya dengan angka	Sesuai Harapan	Valid

### Kesimpulan

Dari analisis sampai implementasi sistem maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Penulis mendesain Web Sistem Informasi Penerimaan dan Pengeluaran Kas untuk pengelolaan kas masuk dan keluar.
- Penulis membuat Web Sistem Informasi Kas Masuk dan Kas Keluar menggunakan berbagai bahasa pemrograman antara lain HTML, Javascript, CSS, dan JAVA. Untuk database, Penulis menggunakan MySQL, yang terdiri dari 1 Database yang di dalamnya terdapat 5 tabel.
- Dengan adanya Aplikasi Sistem Informasi Penerimaan dan Pengeluaran Kas Berbasis Web ini, diharapkan dapat mempermudah user dalam pencatatan keuangan khususnya dalam pencatatan kas masuk dan kas keluar.

### Daftar Pustaka

Aviana, P. M. (2012). Penerapan Pengendalian Internal Dalam Sistem Informasi

- Akuntansi Berbasis Komputer. *JIMA*, 65-70.
- Fathansyah. (2012). *Basis Data*. Bandung: Informatika Bandung.
- Fatta, A. H. (2007). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan dan Organisasi Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mariani, V. D. (2010). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan, Piutang Dan Penerimaan Kas Pada CV. Dekatama. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi* (pp. B-23). Yogyakarta: SENATI 2010.
- Rosa dan Shalahuddin, M. (2013). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika Bandung.
- Sulistyorini, P. (2009). Pemodelan Visual Menggunakan UML dan Rational Rose. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK Volume XIV, No.1*, 23-29.

# PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN SOLVABILITAS DALAM MEMPREDIKSI FINANCIAL DISTRESS PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI LQ 45 PERIODE 2013-2016.

Dara Agata Rosyit  
[agatadara@gmail.com](mailto:agatadara@gmail.com)

Husnil Barry  
Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta  
[husnil.barry71@gmail.com](mailto:husnil.barry71@gmail.com)

## Abstrak

*Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas dalam Memprediksi Financial Distress Perusahaan yang Terdaftar di LQ 45 Periode 2013-2016. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas dalam memprediksi financial distress perusahaan yang terdaftar di LQ 45 periode 2013-2016. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan uji OLS, uji asumsi klasik, uji chow, uji hausman, dan uji metode efek tetap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji model regresi dari ROA, CR, dan DER berpengaruh signifikan terhadap financial distress secara simultan. Selain itu hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien variabel profitabilitas yaitu ROA signifikan positif terhadap financial distress dengan probabilitas sebesar 0.000, koefisien variabel likuiditas yaitu CR berpengaruh signifikan negatif terhadap financial distress dengan probabilitas sebesar 0.0000, dan koefisien variabel solvabilitas yaitu DER signifikan positif yang lemah terhadap financial distress dengan probabilitas sebesar 0.0736. Hasil koefisien determinasi dari penelitian ini adalah profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas memiliki pengaruh sebesar 99,12% terhadap financial distress dan sisanya 0,88% dipengaruhi oleh faktor lain seperti bunga bank, inflasi, kebijakan perekonomian, dan lain-lain.*

**Kata kunci:** Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Financial Distress.

## Abstract

*The influence of Profitability, Liquidity and Solvency in predicting Financial Distress companies listed on the LQ 45 2013-2016 Periods. This research conducted to analyze the influence of profitability, liquidity and solvency in predicting financial distress companies listed on the LQ 45 2013-2016 periods. Types of data used are secondary data obtained from www.idx.co.id. While the method of data analysis using multiple regression analysis with test of OLS, classic assumption test, chow test, hausman test, and fixed effect model. The results showed that the regression model test of ROA, CR, and DER had significant effect on financial distress simultaneously. In addition, the results showed that the coefficient of profitability variables are significant positive ROA to financial distress with a probability of 0.000, the coefficient of liquidity variable that is CR has a significant negative effect on financial distress with the probability of 0.0000, and the coefficient of solvency variable is DER significant positive weak to financial distress with probability of 0.0736. The result of determination coefficient from this research is profitability, liquidity, and solvency have influence equal to 99,12% to financial distress and the rest 0,88% influenced by other factor like bank interest, inflation, economic policy, and others.*

**Key words:** Profitability, Liquidity, Solvency, Financial Distress

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Krisis ekonomi pada tahun 2008 telah membawa dampak terhadap kondisi perekonomian lainnya. Krisis yang terjadi bermula dari saat salah satu bank terbesar Perancis BNP Paribas mengumumkan ketidaksanggupan untuk mencairkan sekuritas. Hal ini terkait dengan kredit perumahan berisiko tinggi AS (subprime mortgage) tanggal 9 Agustus 2007. Subprime mortgage adalah fasilitas kredit perumahan dengan syarat ringan namun dengan bunga yang tinggi untuk target golongan menengah ke bawah di Amerika Serikat.

Akhirnya pada penghujung tahun 2008 bank investasi terbesar AS Lehman Brothers mengalami kebangkrutan. Kebangkrutan Lehman Brothers memicu penurunan harga saham di bursa seluruh dunia. Adapun perusahaan yang bangkrut sebelum krisis ekonomi tahun 2008. Perusahaan yang mengalami kebangkrutan tersebut ialah HSBC dan New Century. HSBC mengatakan terjadinya lonjakan kredit di pasar perumahan AS pada tanggal 8 Februari 2007 dan membuat perusahaan ini bangkrut.

Sedangkan New Century dinyatakan bangkrut pada 21 Juni 2007. Kejadian penurunan kondisi ekonomi

yang lainnya dapat dilihat dari perkembangan bursa saham yang terus menurun hingga awal tahun 2009 seperti pada gambar berikut ini:

**Gambar 1.1** Grafik Perkembangan Bursa Saham



Sumber: Bank Indonesia Official Web Site

Kejadian-kejadian tersebut membuat peneliti ingin memprediksi financial distress perusahaan lebih dalam. Namun, peneliti memprediksi kondisi financial distress dengan menggunakan rasio keuangan yaitu profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas. Perusahaan yang selalu terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2016 menjadi pilihan peneliti untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan membahas mengenai "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Solvabilitas dalam Memprediksi Financial Distress Perusahaan yang Terdaftar di LQ 45 Periode 2013-2016".

### Tujuan

Analisis seberapa besar pengaruh profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas dalam memprediksi kondisi dimana perusahaan dikatakan dalam kondisi financial distress yang memungkinkan perusahaan mengalami kebangkrutan.

### Permasalahan

Apakah analisis profitabilitas, likuiditas dan solvabilitas dapat memprediksi financial distress pada perusahaan yang selalu tercatat dalam LQ45 pada tahun 2013-2016?

### KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini didasarkan pada beberapa teori sebagai berikut.

### Pengertian Rasio Keuangan

Menurut James C Van Horne dalam Kasmir (2012:104) pengertian rasio keuangan adalah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Menurut Hanafi dan Halim (2014:74) pada dasarnya analisis rasio bisa dikelompokkan ke dalam lima macam kategori, yaitu:

1) Rasio Likuiditas

Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

2) Rasio Aktivitas

Rasio yang mengukur sejauh mana efektivitas penggunaan aset dengan melihat tingkat aktivitas aset.

3) Rasio Solvabilitas

Rasio yang mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

4) Rasio Profitabilitas

Rasio yang melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba (profitabilitas).

5) Rasio Pasar

Rasio ini melihat perkembangan nilai perusahaan relatif terhadap nilai buku perusahaan.

### Pengertian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2012:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Sedangkan menurut Keown, dkk (2011:89) profitabilitas dapat dihitung dengan rumus ROA (Return On Asset), yaitu:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aktiva}}$$

### Pengertian Likuiditas

Menurut Sundjaja, dkk (2013:179) rasio likuiditas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo. Menurut Sudana (2011:21) *liquidity ratio* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek.

Besarnya rasio dapat diukur dengan cara:

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

### Pengertian Solvabilitas

Menurut Horne dan Wachowicz (2009:180) rasio solvabilitas adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang. Menurut Sudana (2011:20) *leverage ratio* mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan. Besarnya *leverage ratio* dapat diukur dengan:

$$\text{Debt ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

### Financial Distress

Menurut Hanafi dan Halim (2014:260) *financial distress* dapat digambarkan dari dua titik ekstrem yaitu kesulitan keuangan (likuiditas) jangka pendek sampai tidak solvable (utang lebih besar daripada aset). Menurut Rayenda (2007) *financial distress* terjadi karena perusahaan tidak mampu mengelola dan menjaga kestabilan kinerja keuangan perusahaannya. Menurut Wahyu (2009) persaingan antar perusahaan yang semakin ketat menyebabkan tingginya biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi kinerja

perusahaan khususnya laba perusahaan. Apabila perusahaan tidak mampu bersaing, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Kerugian tersebut membuat perusahaan mengalami kondisi *financial distress*.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas ( $X_1$ ), Likuiditas ( $X_2$ ) dan Solvabilitas ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas. Sedangkan *Financial Distress* sebagai variabel terikat ( $Y$ ).

### Populasi dan Sampel

Menurut Sanusi (2011:87) populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Sedangkan menurut Sanusi (2011:87) bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih disebut sampel.

### Populasi

Populasi yang akan diamati dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Indeks LQ 45 Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013 sampai tahun 2016. Jumlah populasi sebanyak 45 perusahaan.

### Sampel

Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan yang selalu terdaftar dalam indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 sampai 2016. Jumlah sampel sebanyak 27 perusahaan. Berikut ini adalah sampel dari penelitian:

**Tabel 4.1** Sampel Penelitian

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ADRO	Adaro Energy Tbk.
3	AKRA	AKR Corporindo Tbk.
4	ASII	Astra International Tbk.
5	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk.
6	BBCA	Bank Central Asia Tbk.
7	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
8	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
9	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.
10	BMTR	Global Mediacom Tbk.
11	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk.
12	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
13	GGRM	Gudang Garam Tbk.
14	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
15	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
16	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.
17	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.
18	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
19	LPKR	Lippo Karawaci Tbk.
20	LSIP	PP London Sumatera Tbk.
21	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
22	PGAS	Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk.
23	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk.
24	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.
25	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.
26	UNTR	United Tractors Tbk.
27	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.

Sumber: Data diolah, 2017

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis untuk menguji hipotesis. Menurut Sanusi (2011:134) regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah

variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas.

Menurut Sanusi (2011:135) regresi linier berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut:

$$Y = C + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + T\epsilon$$

Keterangan:

$Y$  : Laba operasi perusahaan

$C$  : Konstanta

$bX_1$  : Koefisien regresi *Return On Asset*

$bX_2$  : Koefisien regresi *Current Ratio*

$bX_3$  : Koefisien regresi *Debt Ratio*

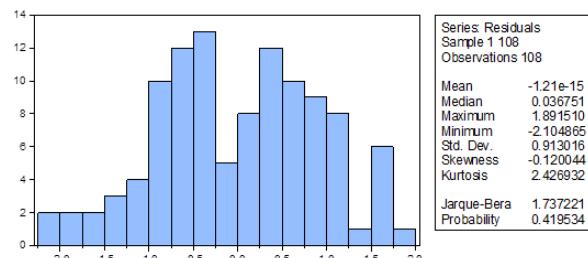
$T\epsilon$  : Total Error

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan menggunakan program Eviews 9. Uji yang dilakukan antara lain uji asumsi klasik, uji *chow*, uji *hausman*, dan uji *fixed effect model*.

### Uji Normalitas

**Gambar 4.1** Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil uji normalitas sesuai menunjukkan angka Prob. JB sebesar  $0.4195 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.3** Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient	Uncentered	Centered
	Variance	VIF	VIF
C	0.144573	18.20562	NA
LOG(ROA)	0.018210	17.61418	1.455519
LOG(CURRENT_RATIO)	0.014837	1.831051	1.620980
LOG(DER)	0.014662	1.784132	1.783364

Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat dari tabel 4.3 kolom Centered VIF. Nilai VIF untuk variabel ROA yaitu 1.4555, Current Ratio yaitu 1.6209, dan DER yaitu 1.7833. Dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada ketiga varibel bebas tersebut.

### Uji Autokorelasi

**Tabel 4.4** Hasil Uji Autokorelasi

F-statistic	34.53716	Prob. F(2,102)	0.0000
Obs*R-squared	43.60693	Prob. Chi-Square(2)	0.0000

Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Prob. F sebesar 0.0000 lebih kecil dari tingkat alpha 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak, maka dapat dikatakan terjadi autokorelasi.

### ***Uji Heteroskedastisitas***

**Tabel 4.5** Hasil Uji Heteroskedastisitas

F-statistic	1.430294	Prob. F(3,104)	0.2382
		Prob. Chi-Square(3)	0.2328

Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil dari uji heteroskedastisitas yaitu nilai Prob. F sebesar 0.2382 lebih besar dari 0.05 yang berarti  $H_0$  diterima, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### ***Hasil Penelitian***

Penulis menggunakan uji *chow* dan uji *hausman* untuk mengurangi kesalahan *error* model regresi linier yang sudah ditentukan sebelumnya.

### ***Uji Chow***

**Tabel 4.6** Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: CHOW

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	174.559534	(26,78)	0.0000
Cross-section Chi-square	440.714916	26	0.0000

Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil output uji *chow* menghasilnya nilai chi square sebesar 0.0000 lebih kecil dari 0.05 yang berarti  $H_0$  ditolak, maka dapat dikatakan  $H_1$  adalah *fixed effect model*.

### ***Uji Hausman***

**Tabel 4.7** Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: HAUSMAN

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	11.799029	3	0.0081

Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil uji *hausman* memiliki nilai Prob. sebesar 0.0081 yang berarti  $H_0$  ditolak, maka dapat dikatakan  $H_1$  adalah *fixed effect model*.

### ***Fixed Effect Model***

**Tabel 4.8** Hasil Fixed Effect Model

Dependent Variable: LOG(LABA\_OPERASI)

Method: Panel Least Squares

Sample: 2013 2016

Periods included: 4

Cross-sections included: 27

Total panel (balanced) observations: 108

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	17.63875	0.119107	148.0914	0.0000
LOG(ROA)	0.831497	0.043322	19.19322	0.0000
LOG(CURRENT_RATIO)	-0.173563	0.022416	-7.742815	0.0000
LOG(DER)	0.088560	0.048800	1.814747	0.0736

Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Period fixed (dummy variables)				
Adjusted R-squared	0.991270			
F-statistic	380.6931			
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data Olahan Eviews 9, 2017

Hasil model regresi yaitu:

$$\text{Log (Laba Operasi)} = 17.63 + 0.83 * \text{Log (ROA)} - 0.17 * \text{Log (CR)} + 0.08 * \text{Log (DER)}.$$

Penjelasan lebih rinci mengenai hasil dari uji *fixed effect model* yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- Hasil uji F dapat dilihat dari tabel 4.8 hasil *fixed effect model*. Nilai prob. F (statistic) sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model estimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh ROA, Current Ratio, DER terhadap laba operasi.
- Hasil uji T dapat dilihat pada tabel diatas. Nilai prob. t hitung variabel ROA sebesar 0.0000 lebih kecil dari 0.1 sehingga variabel bebas ROA berpengaruh signifikan positif terhadap variabel terikat laba operasi. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Orina Andre (2013). Dan nilai prob. t hitung variabel current ratio sebesar 0.0000 lebih kecil dari 0.1 sehingga variabel bebas current ratio berpengaruh signifikan negatif terhadap variabel terikat laba operasi. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ni Luh Made Ayu Widhiari dan Ni K. Lely Aryani Merkusiwati (2015). Selanjutnya, nilai prob. t hitung variabel DER sebesar 0.0736 lebih kecil dari 0.1 sehingga variabel bebas DER berpengaruh signifikan positif yang lemah terhadap variabel terikat laba operasi. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Evanny Indri Hapsari (2012).
- Koefisien determinasi dapat dilihat dari angka Adjusted R-squared sebesar 0.9912. Hal ini menunjukkan variabel bebas yaitu ROA, Current Ratio, dan DER mempengaruhi variabel terikat yaitu laba

operasi sebesar 99.12% dan 0.88% dipengaruhi oleh faktor lain seperti bunga bank, inflasi, kebijakan perekonomian, dan sebagainya.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Profitabilitas yaitu ROA mempunyai pengaruh signifikan positif dalam memprediksi *financial distress* dengan tingkat keyakinan sebesar 0.0000 lebih kecil daripada tingkat alpha 0.1 pada perusahaan yang terdaftar di LQ 45 periode 2013-2016.
- b. Likuiditas yaitu *current ratio* mempunyai pengaruh signifikan negatif dalam memprediksi *financial distress* dengan tingkat keyakinan sebesar 0.0000 lebih kecil daripada tingkat alpha 0.1 pada perusahaan yang terdaftar di LQ 45 periode 2013-2016.
- c. Solvabilitas yaitu DER mempunyai pengaruh signifikan positif yang lemah dalam memprediksi *financial distress* dengan tingkat keyakinan sebesar 0.0736 lebih kecil daripada tingkat alpha 0.1 pada perusahaan yang terdaftar di LQ 45 periode 2013-2016.
- d. Profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas berpengaruh terhadap laba operasi. Pengaruh ketiga variabel bebas yaitu ROA, *current ratio*, dan *debt ratio* terhadap variabel terikat yaitu *financial distress* sebesar 99.12% dan 0.88% dari faktor lain diluar model regresi seperti bunga bank, kebijakan perekonomian, dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Keown, Arthur J dkk. 2011. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Indeks.
- Munawir, S. 2012. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Libert
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sundjaja, Ridwan. S dkk. 2013. *Manajemen Keuangan 1*. Jakarta: Literata Lintas Media.

Van Horne, James C dan John M Wachowicz. 2012 *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

### Jurnal

Andre, Orina. 2013. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage dalam Memprediksi Financial Distress". E-Jurnal Universitas Negeri Padang, No 1. (Februari, II), Padang. (<http://www.scholar.google.co.id> diakses 4 April 2017).

Hapsari, Evany Indri. 2012. "Kekuatan Rasio Keuangan dalam Memprediksi Kondisi Financial Distress Perusahaan Manufaktur di BEP". Jurnal Dinamika Manajemen, No 2. (September, III), Semarang. (<http://www.scholar.google.co.id> diakses 4 April 2017).

Hariyati, Ida Fitriyah. 2013. "Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Properti dan Real Estate". Jurnal Ilmu Manajemen, No 3. (Mei, I), Surabaya. (<http://www.scholar.google.co.id> diakses 4 April 2017).

Ni Luh Made Ayu Widhiari dan Ni K Lely Aryani Merkusiwati. 2015. "Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Operating Capacity, dan Sales Growth Terhadap Financial Distress". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. (<http://www.scholar.google.co.id> diakses 4 April 2017).

### Internet

Bank Indonesia. 2013. "Krisis Ekonomi Global dan Dampaknya terhadap Perekonomian Indonesia." (<http://www.bi.go>) diakses 5 April 2017).

Bursa Efek Indonesia. 2010. "LQ 45." (<http://www.idx.co.id> diakses 22 Maret 2017).

Google Cendekia.

(<http://www.shcolar.google.co.id>) diakses 22 Maret 2017)

IDX. 2015. "Pengumuman Saham yang Masuk dan Keluar dalam Perhitungan Indeks LQ 45." (<http://www.sahamok.com> diakses 3 April 2017).

May, Ellen. 2016. "Mengenal LQ 45." (<http://www.detik.com> diakses 4 April 2017).

# KAJIAN EKONOMI STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH KOTA TEGAL MENGHADAPI PASAR INTERNASIONAL ASEAN

**Yeni Priatna Sari**

*Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal*

Email : yeni.priatna@gmail.com

**Andri Widiyanto**

*Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal*

**Ririh Sri Harjanti**

*Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggali sejauh mana potensi pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kota Tegal sekaligus memberikan masukan kepada para pemangku kepentingan di Kota Tegal pada khususnya dan di Indonesia pada umumnya untuk pengembangan pemasaran produk Industri Kecil dan Menengah (IKM) agar dapat menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Pemerintah Kota Tegal dan juga Dinas terkait dengan pengembangan IKM untuk dapat lebih memberdayakan serta mengembangkan IKM.

**Kata kunci :** potensi, pengembangan, Industri Kecil dan Menengah, Masyarakat Ekonomi ASEAN.

## Abstract

This study aimed to study the potential development of Small and Medium Enterprises in Tegal City. This research also give the input to the government of Tegal City and the local government in Indonesia how to increase the marketing of the Small and Medium Enterprises facing the ASEAN Economic Community.

This research using the descriptif qualitative methode and the fenomenology approach. The result of the study are that the local government should improve the coordination and networking among the Small and Medium Enterprises. The local government should empower the Small and Medium Enterprises by build the system informations between the Local government and the Small and Medium Enterprises.

**Kata kunci :** potential, development, Small and Medium Enterprises, ASEAN Economic Community

## Pendahuluan

### Latar Belakang Masalah

Kota Tegal terkenal sebagai Jepang nya Indonesia mempunyai potensi yang luar biasa dalam pengembangan Industri Kecil dan Menengah nya yang memproduksi berbagai peralatan dan perlengkapan yang terbuat dari besi sebagainya. Saat ini banyak upaya pemerintah dalam menggerakkan potensi UMKM untuk dapat mengangkat posisi UMKM. Penelitian ini akan menggali lebih jauh tentang potensi IKM (Industri Kecil dan Menengah) yang ada di Kota Tegal serta produk-produk apa saja yang berpotensi untuk dikembangkan. Pada sesi diskusi dengan para CEO perusahaan di bidang TI dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN-AS di California, Presiden Indonesia Joko Widodo menyampaikan pandangannya mengenai teknologi dan ekonomi digital yang harus membawa manfaat untuk rakyat, khususnya Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia. IKM harus mendapat akses terhadap

teknologi dan ekonomi digital Indonesia. Pemerintah memiliki visi untuk menjadikan Indonesia sebagai digital ekonomi terbesar pada tahun 2020. Indonesia telah meluncurkan *Roadmap E-commerce Nasional* yang merupakan hasil kolaborasi delapan kementerian dengan nilai 130 miliar dolar AS dan menciptakan 1.000 *entrepreneurs* dengan nilai bisnis 10 miliar dolar AS pada tahun 2020. "Ini adalah langkah besar untuk mendorong inovasi teknologi sehingga bermanfaat bagi rakyat,"

Indonesia sendiri memiliki potensi yang besar di bidang ekonomi digital. Pada tahun 2014, tercatat transaksi *e-commerce* Indonesia mencapai USD 12 miliar. Ini berarti Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari 2013 yang berada pada posisi USD 8 miliar. Diprediksi, di 2016 ini jumlahnya mencapai USD 24,6 miliar [2]

Kota Tegal memiliki jumlah IKM (Industri Kecil Menengah) sebanyak lebih dari 1000 IKM besar dan kecil yang tersebar di 4 (empat) wilayah Kecamatan dan berbagai produksi mulai

dari industri logam, kuliner, konveksi, kerajinan tangan, alat olah raga, alat transportasi, fashion dan masih banyak lagi dan menyerap sebesar 6.480 pekerja

(<http://tegalkota.bps.go.id/linkTabelStatistik/view/id/14>). Data tersebut diperoleh dari pendataan yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tegal pada Tahun 2016.

Dari sekian banyak IKM yang ada di Kota Tegal hampir mayoritas produk dari IKM dipasarkan melalui transaksi klasik atau model transaksi konvensional, masih banyak produsen yang belum bisa mempromosikan sekaligus memasarkan produknya secara *on-line* dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki oleh para pengelola usaha tersebut tentang pemanfaatan teknologi informasi khususnya internet. Hal tersebut menyebabkan para produsen secara sadar atau tidak sadar melewatkannya kesempatan *market share* yang begitu besar dan terus berkembang dari pasar *on-line*. Secara tidak langsung bisa dikatakan para pemilik IKM di Kota Tegal belum dapat memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi dalam berbisnis secara *on-line*. Atau biasa disebut dengan *e-commerce*.

*E-Commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronis yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-C”).[3]

Artinya internet dengan melalui media seperti *website* mampu melakukan tugas sebagai penghubung antara pelaku bisnis dengan konsumen maupun antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis yang lain.

Pemanfaatan *website* sebagai alat bantu dalam sistem *e-commerce* sangat diperlukan, karena dengan media tersebut banyak keunggulan yang dimiliki, tidak hanya melakukan promosi produk jasa atau barang namun dapat pula melakukan transaksi secara lebih luas tanpa terkendala oleh masalah jarak dan waktu. *Website* memiliki banyak kelebihan dibandingkan media massa yang lain. Media ini demikian mudah digunakan, memiliki kecepatan tinggi dan jangkauan yang mendunia. Berkommunikasi lewat web dapat diakses sangat mudah melalui internet, kemudian memproduksi serta dengan mudah pula di distribusikan (disebarluaskan). Dibandingkan dengan media lain menurut Andrey Andoko (*Kompas Cyber media*) untuk menjangkau sejumlah 60 juta orang, radio membutuhkan 30 tahun, kemudian televisi membutuhkan 15 tahun, sedangkan melalui internet hanya membutuhkan 3 tahun. Pernyataan Andrey di atas meletakkan media ini terunggul sebagai media untuk penyebaran informasi dibandingkan media-media konvensional lain [4].

Dengan banyaknya IKM di Kota Tegal dan teknologi *e-commerce* yang sangat memungkinkan dapat dibangun dan dikembangkan,

penggabungan keduanya dapat menjadipotensi yang sangat besar untuk bisa diterapkan dibangunnya sebuah *e-commerce* yang akan menyatukan para pelaku bisnis IKM di Kota Tegal untuk memperoleh pasar yang lebih luas dan dapat membantu para pelaku bisnis IKM memperoleh *market share* di pasar *on-line* yang memiliki potensi semakin luas dari tahun ke tahun. Dengan meningkatkan potensi pasar *on-line* secara langsung berdampak menjadikan produktifitas IKM meningkat dan tentunya berdampak pula perekonomian di Kota Tegal ikut meningkat dan tentunya akan berdampak positif dan ikut mendukung program pemerintah tentang ekonomi digital.

## Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam kegiatan penelitian ini adalah :

1. Seberapa besarkah potensi pemasaran produk IKM Kota Tegal ?
2. Adakah dukungan dari dinas-dinas terkait dengan pengembangan produk IKM terhadap pengembangan IKM?
3. Bagaimanakah potensi pemasaran produk IKM Kota Tegal melalui media *on-line*?

## Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan nya penelitian ini adalah :

1. Untuk dapat mengetahui seberapa besar potensi pemasaran produk IKM di Kota Tegal.
2. Untuk mengetahui apakah ada dukungan dari dinas ataupun lembaga swasta untuk pengembangan produk IKM Kota Tegal
3. Untuk mengetahui seberapa besar potensi pemasaran produk IKM apabila di pasarkan melalui media *on-line*.

## Manfaat Penelitian

- a. Berdasarkan segi teori, sebagai sumbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam permasalahan pengelolaan dan pengembangan ekonomi Industri Kecil dan Menengah.
- b. Berdasarkan segi praktik, sebagai sumbangan bagi Politeknik Harapan Bersama Tegal serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tegal sebagai bahan studi bagi pengembangan perekonomian Kota Tegal.

## Pembatasan Masalah

Untuk mempertajam permasalahan dalam penelitian ini, peneliti akan membatasi permasalahan pada analisa potensi Industri Kecil dan Menengah Kota Tegal dalam menggunakan media online sebagai sarana pemasaran.

## Tinjauan pustaka

Pengertian IKM

Definisi Industri Kecil

Sebelum memasuki definisi industri kecil, lebih dahulu mengetahui definisi industri.

<p>Secara umum industri dapat didefinisikan sebagai suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Hasil dari industri tidak hanya berupa barang melainkan juga ada dalam bentuk jasa. Industri kecil memiliki banyak definisi, sehingga topik industri kecil selalu menarik untuk dibicarakan. Berbagai badan pemerintah serta berbagai macam instansi menggunakan definisi industri kecil yang berbeda-beda. Berbagai macam definisi industri kecil tersebut antara lain:</p> <p>Oleh karena Industri Kecil dan Menengah tergolong batasan Usaha Kecil dan Menengah menurut Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, maka batasan Industri Kecil dan Menengah didefinisikan sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. <b>Industri Kecil</b> adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).</li> <li>b. <b>Industri Menengah</b> adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).</li> </ul> <p>Menurut Biro Pusat Statistik (2003), mendefinisikan industri kecil adalah usaha rumah tangga yang melakukan kegiatan mengolah barang dasar menjadi barang belum jadi atau setengah jadi, barang setengah jadi menjadi barang jadi, atau yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual, dengan jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan yang paling banyak 19 orang termasuk pengusaha. Batasan mengenai skala usaha menurut BPS, yaitu berdasarkan kriteria jumlah tenaga kerja sebagai berikut:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Industri Kecil : 5-19 orang</li> <li>b. Industri Menengah : 20-99 orang</li> </ul> <h3>Kategori Industri Kecil</h3> <p>Kategori industri kecil menurut Departemen Perindustrian seperti dalam Wulandari (2006) adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Industri Kecil Modern</b></li> </ol> <p>Industri kecil modern meliputi industri kecil yang menggunakan teknologi proses madya (<i>intermediate process technologies</i>), mempunyai skala produksi yang terbatas, tergantung pada dukungan industri besar dan menengah dan dengan sistem pemasaran domestik dan ekspor, menggunakan mesin khusus dan alat-alat perlengkapan modal lainnya. Dengan kata lain, industri kecil yang modern telah mempunyai akses untuk menjangkau sistem pemasaran yang relatif telah berkembang baik di pasar domestik ataupun pasar ekspor.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <b>Industri Kecil Tradisional</b></li> </ol> <p>Industri kecil tradisional pada umumnya mempunyai ciri-ciri antara lain, proses teknologi yang digunakan secara sederhana, mesin yang digunakan dan alat perlengkapan modal lainnya relatif sederhana, lokasi di daerah pedesaan, akses untuk menjangkau pasar yang berbeda di luar lingkungan yang berdekatan terbatas.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Industri Kerajinan Kecil</b></li> </ol> <p>Industri kecil ini sangat beragam, mulai dari industri kecil yang menggunakan proses teknologi yang sederhana sampai industri kecil yang menggunakan teknologi proses madya atau malahan sudah menggunakan proses teknologi yang tinggi.</p> <h3>Perdagangan Elektronik (E-Commerce)</h3> <p>. Memahami ekonomi digital sebagai lingkungan makro dari bisnis di dunia maya (dimana internet merupakan medium utama dalam berinteraksi) tidak semudah membaca sebuah konsep atau teori dari bermacam-macam referensi, tetapi lebih jauh merupakan suatu tantangan untuk merubah pola pikir konvensional yang selama ini telah melekat di pikiran masing-masing orang.</p> <p>E-Commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik (Munawar, 2009:1). Sedangkan pengertian E-Commerce (Perdagangan Elektronik) menurut Jony Wong (2010:33) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet.</p> <p>Menurut Vermaat (2007:83) E-Commerce merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Siapapun yang mempunyai jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan E-Commerce.</p>
---	---

Menurut Kalakota dan Winston (Suyanto, 2003:11), definisi E-Commerce dapat ditinjau dari beberapa perspektif, yaitu:

1. Dari perspektif komunikasi, e-commerce adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.
2. Dari perspektif proses bisnis, e-commerce adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
3. Dari perspektif layanan, e-commerce merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (service cost) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
4. Dari perspektif online, e-commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui internet dan sarana online lainnya.

## Metode penelitian

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder akan diperoleh dari tegalkota.bps.go.id dan Disperindag atau dari sumber-sumber lain yang terpercaya. Data sekunder akan digunakan untuk melihat data besaran potensi pasar dari masing-masing industri kecil dan menengah yang ada selama ini Sedangkan data primer diperoleh dari wawancara tidak terstruktur dengan para pelaku bisnis pada industri kecil dan menengah Kota Tegal.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data adalah sebagai berikut :

- 1) Wawancara  
Menurut Sugiyono (2010) wawancara yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara akan peneliti lakukan dengan pelaku IKM di kota Tegal serta kepada para pemangku kepentingan dalam hal ini adalah Disperindag Kota Tegal untuk pengembangan IKM.
- 2) Observasi  
Menurut Indriantoro dan Suppomo (2002), observasi yaitu data utama penelitian ini diperoleh melalui penelitian lapangan, peneliti memperoleh data langsung dari pihak pertama (data primer). Observasi dalam penelitian ini akan langsung menuju tempat IKM berada untuk melihat sejauh mana kondisi pemasaran serta permasalahan pengembangan yang ada.
- 3) Dokumentasi  
Menurut Sugiyono (2010) dokumen yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau

karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi dalam penelitian ini akan berupa catatan dan rekaman wawancara dan dokumentasi bentuk-bentuk promosi untuk memasarkan produk IKM.

### 4) Studi Pustaka

Menurut Indriantoro dan Suppomo (2002) studi pustaka yaitu bahan utama dalam penelitian data sekunder. Peneliti memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti melalui buku, jurnal/literatur, internet dan perangkat lain yang berkaitan dengan pengembangan IKM dan strategi menghadapi pasar Internasional.

## Model Penelitian

Model penelitian ini adalah dengan menggunakan model penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Menurut Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Hasil dari penelitian deskriptif adalah gambaran yang detil dari suatu fenomena yang diteliti. Contohnya, temuan penelitian deskriptif yang mampu menggambarkan jumlah persentase tertentu, misalkan bahwa 10 persen orangtua terlibat dalam kekerasan fisik atau seksual terhadap anak-anak mereka (Neuman, 2000: 22).

Penelitian deskriptif adalah upaya untuk mendapatkan penjelasan mengapa suatu fenomena dapat terjadi atau untuk mengeksplorasinya tidak terlalu menjadi minat penelitian deskriptif, selain bahwa tujuannya untuk mendapatkan deskripsi tadi. Penelitian deskriptif juga umumnya menggunakan hampir semua teknik pengumpulan data: survei, studi lapangan, observasi, analisis isi, dan semacamnya, mungkin hanya eksperimen saja yang dirasa kurang tepat untuk penelitian deskriptif ini (Neuman, 2000: 22).

Berikut ini adalah tahap-tahap Penelitian Kualitatif (Sujarwani, 2015) yang dilakukan :

1. Kegiatan Pra Lapangan
  - a. Menyusun rancangan
  - b. Memilih lapangan
  - c. Mengurus perijinan
  - d. Menjajagi dan menilai keadaan
  - e. Memilih dan memanfaatkan informasi
  - f. Menyiapkan instrumen
  - g. Persoalan etika dalam lapangan
2. Lapangan
  - a. Memahami dan memasuki lapangan
  - b. Pengumpulan data
3. Pengolahan Data
  - a. Reduksi data
  - b. Display data
  - c. Mengambil kesimpulan dan verifikasi

d. Kesimpulan akhir  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Deskripsi Responden

**a. Profil IKM Kota Tegal**

NO	PROFIL	JUMLAH
1	Usia ≤ dari 40 tahun	1 orang
2	Usia > 40 tahun	17 orang
3	Laki-laki	9 orang
4	Perempuan	9 orang
5	Jenis usaha sandang	7 orang
6	Jenis usaha makanan	7 orang
7	Jenis usaha lain	5 orang
8	Memiliki pembukuan	14 orang
9	Memiliki pembukuan komputerisasi	1 orang
10	Belum memiliki pembukuan	4 orang
11	Sudah melakukan promosi usaha	9 orang
12	Belum melakukan promosi usaha	9 orang
13	Mengenal dunia internet	5 orang
14	Sudah promosi usaha lewat internet	6 orang
15	Berhubungan dengan dunia perbankan	15 orang
16	Mendapatkan pinjaman dari dunia perbankan	14 orang
17	Omzet perbulan ≥ Rp100.000.000	3 orang
18	Omzet per bulan sd Rp1.000.000	12 orang
		Rp20.000.000

**b. Profil Pemangku Kepentingan**

NO	PROFIL	JUMLAH
1	Pendidikan S1	3 orang
2	Pendidikan S2	1 orang
3	Laki-laki	3 orang
4	Perempuan	1orang

**Kondisi Usaha di Indonesia**

Kebijakan pemerintah untuk masuk dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN telah di canang kan

sejak lama. Akan tetapi mulai disadari serta di sikapi oleh masyarakat Indonesia baru saja, terutama setelah pemberlakuan MEA pada tahun 2015. Hal tersebut tentunya membawa konsekuensi pada banyak hal. Diantaranya adalah bahwa Indonesia harus memperbaiki kondisi daya saing Indonesia dibandingkan dengan negara-negara lain se ASEAN.

Berikut ini adalah kondisi daya saing Indonesia :

Grafik 4.1 Kondisi Daya Saing Indonesia



Sumber : [www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com) | World Economic Forum

Indonesia mengalami penurunan tingkat daya saing di antara seluruh negara, yaitu dari tahun 2015 pada posisi 34 menjadi posisi 37 di tahun 2016. Tingkat daya saing ini diperoleh dari *World Economic Forum* yang telah melakukan penelitian terhadap tingkat daya saing negara-negara di seluruh dunia. *Competitiveness* atau daya saing disini didefinisikan sebagai kumpulan lembaga, kebijakan dan faktor-faktor yang dapat menentukan tingkat produktifitas ekonomi yang selanjutnya dapat meningkatkan kesejahteraan suatu negara.

*Global Competitiveness Index* (GCI) juga menemukan hubungan erat antara daya saing dan kemampuan ekonomi untuk memelihara, menarik, memperluas dan mendukung potensi yang ada. Negara-negara dalam peringkat atas umumnya memiliki nilai baik. Bagi negara-negara yang berada di peringkat rendah, hal tersebut diakibatkan karena terlalu sedikit penduduk yang memiliki akses ke pendidikan yang berkualitas tinggi dan kurangnya pelatihan, dan juga pasar tenaga kerja yang tidak cukup fleksibel.

Di antara negara berkembang dan negara berkembang di Asia, tren daya saing sebagian besar positif, meskipun banyak tantangan dan kesenjangan intra-regional yang mendalam. Lima negara terbesar anggota ASEAN – Malaysia di posisi 18, Thailand di posisi 32, Indonesia di posisi 37, Filipina di posisi 47, Vietnam di posisi 56, secara keseluruhan berada di posisi menengah (Klaus Schwab, *World Economic Forum 2015*)

Berikut ini adalah kondisi kemudahan bisnis yang ada di Indonesia :

Grafik 4.2 Kondisi Kemudahan Bisnis Di Indonesia



Sumber : [www.tradingeconomics.com/Bank](http://www.tradingeconomics.com/Bank) Dunia

Kondisi tingkat kemudahan bisnis di Indonesia mengalami kenaikan peringkat dari peringkat 120 di tahun 2014 menjadi peringkat 109 di tahun 2015. Survey tingkat kemudahan bisnis ini dilakukan oleh Bank Dunia pada tahun 2015. Hal tersebut menandakan bahwa Indonesia mempunyai potensi untuk pengembangan Usaha Kecil dan Menengah ataupun investasi baik yang datang dari dalam negeri ataupun dari luar negeri.

Untuk melihat tingkat kemampuan masyarakat dalam berpenghasilan dapat dilihat dari tingkat *Produk Domestik Bruto* (PDB). Produk domestik bruto (PDB) adalah nilai pasar semua barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara pada periode tertentu. PDB merupakan salah satu metode untuk menghitung [pendapatan nasional](#). Bagaimana potensi tingkat pendapatan masyarakat Indonesia yang diukur dari tingkat Pendapatan Domestik Bruto per kapita sehingga akan terlihat tingkat kemampuan masyarakat Indonesia dalam hal pendapatan sekaligus potensi daya beli masyarakat.

Grafik 4.3 Produk Domestik Bruto per kapita



Sumber : [www.tradingeconomics.com/](http://www.tradingeconomics.com/) / Bank Dunia

Produk domestik bruto per kapita di Indonesia terakhir tercatat adalah sebesar 3834.06 US dollar di tahun 2015. Produk domestik bruto per kapita di Indonesia equivalent dengan rata-rata 30% produk domestik bruto dunia. Hasil pencatatan Produk domestik bruto per kapita ini telah dilaporkan oleh Bank Dunia. Trend PDB Indonesia terlihat bergerak positif serta naik dari tahun ke tahun nya. Kenaikan tersebut karena adanya perkembangan yang positif mempengaruhi produksi barang dan jasa perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hal tersebut memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki potensi untuk berkembang dari tahun ke tahun.

#### 4.1.3 Gambaran Umum dan Kondisi Usaha di Kota Tegal

#### a. Luas Wilayah Administrasi

Secara administratif, Kota Tegal terdiri dari 4 Kecamatan, 27 Kelurahan, 159 RW dan 1.071 RT. Jumlah kelurahan terbanyak ada di kecamatan Tegal Selatan yaitu 8 Kelurahan, disusul Kecamatan Tebal Barat dan Kecamatan Margadana masing-masing ada 7 Kelurahan. Sedangkan Kecamatan Tegal Timur mempunyai jumlah Kelurahan terkecil yaitu 5 Kelurahan.

Sektor yang paling dominan pada tahun 2014 adalah sektor perdagangan yang paling banyak menyerap tenaga kerja. Serapan tenaga kera pada lapangan usaha lain nya yaitu pertanian, industri, jasa dan lapangan usaha lain nya hanya dibawah kisaran 18 persen bahkan pertanian hanya menyerap sekitar 8,49 persen. Hal ini wajar, karena Kota Tegal adalah merupakan daerah perkotaan yang sangat terbatas lahan pertanian nya. Serapan di sektor pertanian ini pun disumbang oleh sub sektor perikanan karena Kota Tegal sendiri sebagian juga terdiri dari daerah pesisir pantai.

Sektor industri di Kota Tegal di dominasi oleh Industri Kecil dan menengah. Jumlah Industri kecil dan menengah pada tahun 2014 ada sebanyak 4.036 perusahaan atau meningkat sebesar 6,97 persen bila dibandingkan dengan tahun 2013. Banyaknya tenaga kerja yang terserap oleh industri kecil dan menengah pada tahun 2014 ada sebanyak 15.690 orang atau meningkat sebesar 1,81 persen dari tahun 2013.

#### b. Karakteristik Kependudukan

Data BPS 2015 menerangkan bahwa menurut hasil perhitungan proyeksi penduduk, tahun 2014 penduduk Kota Tegal sebanyak 244.998 jiwa yang terdiri dari 121.328 penduduk laki-laki dan 123.670 jiwa penduduk perempuan. Dari komposisi ini didapatkan perbandingan penduduk laki-laki dengan penduduk perempuan atau sex ratio sebesar 98,11 ini menunjukkan secara rata-rata untuk setiap 100 penduduk perempuan berbanding dengan 98 penduduk laki-laki. Perbandingan antara jumlah penduduk dengan luas wilayah menggambarkan kepadatan penduduk wilayah tersebut. Dengan luas sekitar 39,68 km<sup>2</sup> maka rata-rata tingkat kepadatan penduduk di Kota Tegal Tahun 2014 sebesar 6.174 jiwa per km<sup>2</sup>. Kecamatan Tegal Timur sebagai pusat pemerintahan, perekonomian dan juga pusat pendidikan masih merupakan kecamatan paling padat penduduknya dengan rata-rata kepadatan 11.082 jiwa per km<sup>2</sup>, sedangkan kecamatan Margadana memiliki kepadatan penduduk paling rendah yaitu 3.899 jiwa per km<sup>2</sup> (Disperindag, 2016)

Persebaran penduduk menurut umur menunjukkan bahwa 25,41 persen penduduk kota Tegal berusia muda (umur 0-14 tahun), 69,16 persen berusia produktif (umur 15-64 tahun), dana hanya 5,43 persen yang berumur 65 tahun lebih. Berdasarkan angka mutlaknya diperoleh angka ketergantungan (*dependency ratio*) penduduk kota Tegal sebesar 44,59 artinya setiap 100 penduduk

usia produktif menanggung 45 penduduk usia tidak produktif (Disperindag, 2016)

#### 4.1.4 Strategi Pengembangan IKM Kota Tegal

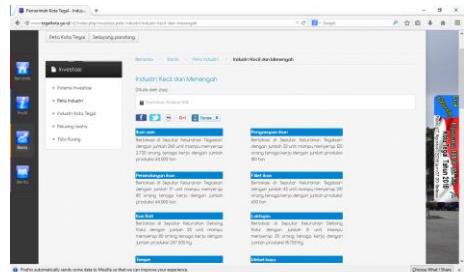
Berikut ini adalah gambaran tentang strategi pengembangan IKM Kota Tegal yang telah dirintis oleh Disperindag Kota Tegal dan strategi pengembangan IKM yang telah dirintis oleh masing-masing IKM di Kota Tegal.

Strategi secara umum yang telah dilakukan oleh Disperindag untuk mengembangkan IKM diantaranya adalah dengan memberikan penyelenggaraan pembinaan melalui kegiatan pelatihan (teknis dan non teknis), temu usaha, studi banding dan promosi serta penyediaan fasilitas yang diberikan kepada IKM yang selama ini telah terdata oleh Disperindag.

Sedangkan strategi pengembangan IKM yang telah dilakukan oleh IKM sendiri selama ini adalah melakukan pengembangan pasar dengan melakukan berbagai macam sistem pemasaran baik melalui iklan baik radio maupun televisi, memasang spanduk, melakukan penjualan *door to door* dari toko ke toko ataupun pemasaran melalui internet. Selain itu para pelaku IKM juga melakukan pemasaran dengan melalui pelatihan serta informasi dari teman-teman partner kerja, melalui relasi bisnis, bahkan dibantu oleh Disperindag dalam melakukan pemasaran, melalui pameran yang dilakukan.

Berikut ini adalah peta IKM Kota Tegal yang telah tertampil dalam website kota Tegal :

Gambar 4.1. Gambar Peta Industri Kecil dan Menengah Kota Tegal



Sumber : <http://www.tegalkota.go.id>

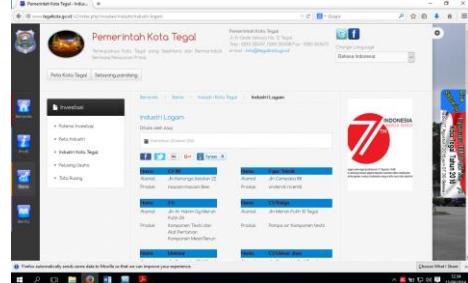
Dari peta industri diatas dapat diketahui beberapa produk yang telah dihasilkan oleh IKM kota Tegal. Lokasi produk serta jumlah serapan tenaga kerja nya. Hal yang belum disampaikan dalam website tersebut adalah profil masing-masing IKM binaan Disperindag dan *personal contact* dari IKM sehingga dapat membantu pemasaran masing-masing IKM.

##### 4.1.4.1. Pembuatan Sistem Pemasaran Bersama

Sistem Pemasaran Bersama adalah suatu proses pemasaran yang dilakukan secara bersama baik oleh Disperindag beserta IKM binaan Disperindag yang diharapkan dapat meningkatkan segmentasi pasar yang selama ini ada. Berikut ini adalah kegiatan pembuatan cikal bakal sistem pemasaran bersama yang telah dilakukan oleh

Disperindag Kota Tegal difasilitasi oleh Pemerintah Kota Tegal :

Gambar 4.2. Peta Industri Kota Tegal



Sumber : <http://www.tegalkota.go.id>

Website Pemerintah Kota Tegal juga telah memuat alamat untuk masing-masing binaan IKM Disperindag Kota Tegal. Berikut jenis produk ataupun spesifikasi sederhana. Sedangkan data nomor telepon yang dapat dihubungi untuk melakukan pemesanan tidak ditampilkan, serta tidak ada layanan pemesanan dalam website tersebut. Dalam website hanya menampilkan tentang data perusahaan saja.

Sistem pemasaran bersama pernah dilakukan oleh Disperindag dalam rangka membantu pemasaran IKM binaan Disperindag yaitu dengan melakukan pameran dan promosi produk IKM untuk peningkatan dan pengembangan pasar lokal ke luar daerah.

##### 4.1.4.2 Pembuatan Sistem Informasi Terpadu

Sistem Informasi Terpadu berguna untuk melakukan penyebaran informasi strategis yang lebih cepat kepada para binaan IKM apabila ada peluang dan kesempatan yang bisa diambil oleh para pelaku IKM.

Informasi mengenai IKM Kota Tegal dapat diperoleh pada website kota Tegal atau dapat diakses langsung ketika masyarakat datang ke Disperindag Kota Tegal. Website Disperindag Kota Tegal saat ini sedang mengalami perbaikan sehingga akses untuk mengetahui data binaan IKM Kota Tegal belum dapat diakses melalui website Disperindag. Selain melalui website, masyarakat luas juga dapat memperoleh informasi mengenai IKM Kota Tegal dan kegiatan-kegiatannya melalui brosur yang terdapat di Disperindag Kota Tegal serta kegiatan-kegiatan pameran yang dilakukan oleh Disperindag Kota Tegal.

Strategi yang dilakukan oleh Disperindag terkait dengan penyediaan informasi perkembangan sentra IKM kota Tegal diantaranya adalah dengan menyediakan fasilitas khusus bagi pengembangan IKM seperti website dan jaringan pasar online sentra IKM.

Saat ini pelaksanaan strategi tersebut masih terhambat kendala karena rusaknya website Disperindag oleh hacker dan saat ini masih dalam proses perbaikan. Sedangkan kegiatan pameran-pameran untuk produk IKM sampai saat ini masih dapat terus dilakukan oleh Disperindag Kota Tegal.

Sedangkan kantor pusat informasi terpadu yang dipergunakan untuk memberi kemudahan bagi masyarakat sekaligus dapat menjadi sarana pemasaran bagi IKM binaan Disperindag saat ini belum ada. Akan tetapi kantor pusat tersebut masih dalam proses pengusulan. Dan saat ini telah ada pusat batik di kota Tegal yang terdapat di Tegal Selatan berupa Kampung Batik dan pusat Informasi IKM Gazebo yang juga terdapat di Tegal Selatan. Yang dibutuhkan untuk Kampung Batik dan Pusat Informasi adalah sosialisasi yang lebih luas kepada masyarakat akan keberadaan nya sehingga semua lapisan masyarakat dapat mendapatkan keuntungan nya.

Berbeda dengan pandangan para pelaku IKM yang sebagian besar mengatakan bahwa sistem informasi terpadu yang telah dibuat oleh Disperindag Kota Tegal belum cukup memadai dan sesuai dengan keinginan mereka. Ada juga yang menyampaikan bahwa belum pernah mendapatkan informasi apa pun dari Disperindag Kota Tegal tentang informasi pengembangan IKM. Akan tetapi ada juga responden / pelaku IKM yang menyampaikan bahwa informasi yang diberikan oleh Disperindag sangat bermanfaat untuk pengembangan IKM.

Untuk ketersediaan kantor yang menyediakan informasi bagi pengembangan IKM selama ini pelaku IKM berpendapat bahwa kantor Disperindag lah sebagai tempat pusat informasi bagi pengembangan IKM. Para pelaku IKM belum mengetahui tentang adanya Kampung Batik (bagi pengusaha batik) atau pusat informasi Gazebo.

#### 4.1.4.3. Penciptaan Iklim Usaha Yang Baik

Penciptaan iklim usaha yang baik disini adalah bagaimana strategi yang telah dilakukan oleh Disperindag Kota Tegal untuk dapat mengembangkan IKM dengan iklim usaha yang kondusif. Berikut ini adalah beberapa pendapat dari para pemangku kepentingan dari Disperindag. “Iklim usaha yang ada saat ini sangat mendukung pengembangan IKM namun kapasitas dan prioritasnya belum cukup memadai”. “Perkembangan nya ada, akan tetapi belum sesuai”. Atau “Iklim usaha sudah sesuai hanya belum maksimal, perlu untuk ditingkatkan”.

Strategi yang telah dilakukan oleh Disperindag Kota Tegal untuk menciptakan iklim usaha yang baik bagi IKM Kota Tegal diantaranya adalah menyiapkan sinergitas program pembinaan yang menyatu antar SKPD pembina terkait. Selain itu ada juga yang berpendapat strategi berupa adanya sistem pendekatan dan pembinaan kepada para pelaku usaha, adanya regulasi perundungan adanya Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk IKM, pelatihan dan pemberian modal.

Adapun kendala yang dialami oleh Disperindag Kota Tegal dalam melaksanakan strategi tersebut adalah kurangnya sinergitas program pembinaan antar SKPD, dana pembinaan IKM yang kurang memadai, kendala internal pelaku usaha seperti belum dipenuhinya merk produk dan

packaging yang memadai, SDM Disperindag Kota Tegal yang masih kurang, serta permasalahan barang IKM berupa ketersediaan barang dan kontinyuitas barang, dan terakhir adalah kurangnya dukungan anggaran.

Jika strategi yang dilakukan oleh Disperindag Kota Tegal tersebut dapat berjalan dengan lancar output yang diharapkan akan diperoleh adalah berupa kondisi IKM yang mulai berkembang melalui berbagai pembinaan baik teknis maupun non teknis, kemajuan dan perkembangan IKM ke arah yang lebih mandiri serta meningkatnya kemajuan para pelaku usaha (IKM).

Keberhasilan strategi yang selama ini dilakukan oleh Disperindag Kota Tegal dapat ditunjukkan dengan semakin berkembangnya taraf sosial ekonomi para pelaku usaha. Data perkembangan IKM dapat diperoleh di Disperindag Kota Tegal.

Bagi para pelaku IKM peran Disperindag dalam menciptakan iklim usaha yang yang baik selama ini diantaranya adalah dengan memberikan kebijakan yang dapat mendukung perkembangan usaha seperti memberikan bimbingan teknis kepada para teknisi usaha, pemberian bantuan berupa peralatan kepada para pelaku IKM, mengikuti sertakan IKM binaan dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti pameran, pelatihan dan seminar-seminar cara mensukseskan IKM, memberikan bantuan dan sertifikat halal serta memberikan jalan bagi perkembangan IKM. Demikian pula sebaliknya bagi para pelaku IKM yang belum mengenal Disperindag Kota Tegal, mereka belum dapat mengakses semua kemudahan yang diberikan.

#### 4.1.4.4. Pendirian Pusat Konsultasi dan Pengembangan UMKM

Pusat konsultasi dan pengembangan UMKM disini berguna selain sebagai tempat konsultasi bagi para pelaku IKM di Kota Tegal juga sebagai pusat informasi dan sarana *showroom* atas produk-produk pelaku IKM Kota Tegal.

Menurut para pemangku kepentingan yaitu Disperindag Kota Tegal, saat ini belum ada suatu tempat yang secara definitif digunakan sebagai pusat konsultasi dan pengembangan UMKM untuk para pelaku IKM di Kota Tegal.

Sedangkan menurut para pelaku IKM merasa membutuhkan akan adanya pusat konsultasi dan pengembangan UMKM karena SDM yang dimiliki masih minim, banyak permasalahan UMKM yang belum ada solusi seperti permodalan, kondisi cuaca dan tenaga kerja, kurang nya tenaga kerja terlatih (*skill labour*) untuk usaha tertentu (sebagai contoh batik), pengadaan bahan baku yang masih mengandalkan kondisi cuaca (sebagai contoh nelayan), produktifitas SDM yang menurun, permasalahan mengelola pelanggan (*customer service*) dsb.

## Pembahasan

### 4.2.1 Profil Responden

Dari hasil penelitian diatas dapat dikupas lebih lanjut tentang kondisi responden secara umum adalah bahwa usia para pelaku IKM yang sebagian besar berusia lebih dari 40 tahun. Dimana ketika semakin bertambah usia, semakin matang pengalaman dalam berwirausaha, sekaligus penuh tantangan apa bila pada saat usia tersebut kondisi usaha masih membutuhkan adanya inovasi dan terobosan untuk meningkatkan omzet.

Dari keseluruhan responden pelaku IKM sebagian besar telah menggunakan pembukuan manual dalam operasional usaha mereka masing-masing. Para pelaku IKM sudah sadar akan pentingnya pencatatan yang baik untuk pengembangan usaha mereka.

Dari keseluruhan responden juga sebagian telah melakukan promosi usaha melalui berbagai media, baik berupa iklan di radio, pemasangan spanduk, pembuatan leaflet, mengikuti pameran dan sebagainya sebagai sarana meningkatkan penjualan mereka. Dari total 18 responden terdapat 6 orang atau 33% telah melakukan promosi usaha melalui internet.

Berikut ini adalah gambaran secara grafis tentang potensi IKM yang telah melakukan promosi melalui media online :

Grafik 4. 4. Data IKM yang Melakukan Promosi Melalui Media Online



Sumber : data primer yang diolah 2015

Dari data tersebut terlihat masih banyak para pelaku IKM yang sudah melakukan promosi akan tetapi belum dilakukan secara online. Hal tersebut merupakan potensi yang masih dapat dikembangkan oleh Disperindag Kota Tegal untuk dapat memfasilitasi para pelaku IKM binaan Kota Tegal agar dapat memulai promosi melalui media online.

Sebagian besar responden pelaku IKM telah berhubungan dengan dunia perbankan serta telah mengakses pinjaman dari dunia perbankan. Hal tersebut merupakan salah satu pertanda bahwa pelaku IKM bersemangat dalam peningkatan usaha mereka serta mau mencoba untuk melakukan pencatatan transaksi agar dapat memperoleh pinjaman dari pihak perbankan. Karena salah satu syarat untuk memperoleh pinjaman dari Perbankan, adalah pelaku IKM harus dapat melaporkan kondisi usaha mereka.

Sebagian besar pelaku IKM masih memiliki omzet yang membutuhkan untuk ditingkatkan yaitu baru sebesar Rp 5.000.000 hingga Rp. 20.000.000. Hanya 3 orang saja pelaku IKM atau 16% saja yang telah meraih omzet perbulan diatas Rp.100.000.000 per bulan. Hal itu merupakan potensi sekaligus tantangan bagi Disperindag Kota Tegal untuk dapat meningkatkan omzet para pelaku IKM agar dapat mengalami perbaikan.

Grafik 4.5. Omzet Usaha Pelaku IKM Kota Tegal



Sumber : data primer yang diolah untuk penelitian 2015

Dari data omzet penjualan para pelaku IKM Kota Tegal diatas terlihat masih banyak potensi IKM yang membutuhkan support dan dukungan dari dinas terkait terutama dalam aspek peningkatan pemasaran melalui berbagai media terutama media online seperti Disperindag Kota Tegal dan lembaga-lembaga lain yang memiliki perhatian terhadap kegiatan pengembangan IKM di Kota Tegal.

#### 4.2.2 Profil Pemangku Kepentingan

Dapat dilihat dari profil pemangku kepentingan, semua responden kompeten dalam bidangnya serta mempunyai tingkat pendidikan yang cukup untuk melakukan pembinaan serta pengambilan kebijakan dalam sektor pemerintahan untuk pengembangan IKM.

#### 4.2.3. Kondisi Usaha di Indonesia

Kondisi daya saing Indonesia yang dilihat dari Global Competitiveness Index (GCI) mengalami penurunan dari peringkat 34 pada tahun 2015 dan peringkat 37 pada tahun 2016. Hal tersebut memperlihatkan sedikitnya penduduk yang memiliki akses ke pendidikan yang berkualitas tinggi dan kurangnya pelatihan. Hal tersebut dapat ditangkap sebagai peluang bagi Disperindag Kota Tegal untuk dapat menggarap potensi pelaku IKM yang membutuhkan pelatihan-pelatihan sebagai peningkatan kapasitas mereka.

Kondisi tingkat kemudahan bisnis di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Kemudahan dalam berbisnis diantaranya adalah adanya berbagai sarana prasarana yang memberikan kemudahan bagi para

pelaku IKM untuk mengembangkan usaha nya baik secara nasional ataupun secara lokal di kota Tegal misalnya. Tingkat kemudahan berbisnis ini akan dapat terus meningkat nilai nya apabila semakin banyak SKPD dan dinas yang terkait atau lembaga swasta dan NGO lain yang terkait dengan pengembangan IKM bersinergi untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku IKM.

Produk domestik bruto yang berarti adalah tingkat pendapatan per kapita seluruh rakyat Indonesia selama ini mengalami trend kenaikan. Hal ini dapat ditangkap sebagai peluang berarti potensi pasar dalam negeri pun akan meningkat, seiring dengan perbaikan ekonomi masyarakat Indonesia secara umum atau masyarakat kota Tegal pada khususnya.

#### 4.2.4. Strategi Pengembangan IKM Kota Tegal

Pemangku kepentingan untuk pengembangan IKM dalam hal ini Disperindag Kota Tegal telah melakukan strategi yang dibutuhkan untuk pengembangan IKM seperti adanya pembinaan kepada pelaku IKM, temu usaha, studi banding, promosi serta kegiatan pemasaran bersama seperti pameran tahunan dsb. Hal tersebut sudah cukup bagus hanya perlu ditingkatkan lagi terutama kepesertaan para pelaku IKM. Tidak hanya pelaku IKM yang selama ini telah dibina, akan tetapi sebaiknya Disperindag Kota Tegal terus melakukan penjaringan terhadap semua pelaku IKM di kota Tegal. Baik pelaku baru ataupun pelaku lama akan tetapi belum terdata dalam database Disperindag Kota Tegal. Strategi tersebut juga telah didukung penuh oleh Pemerintah Kota Tegal, hal ini telah ditunjukkan dengan tampilan IKM binaan Disperindag dalam *website* Kota Tegal.

Pembuatan sistem informasi terpadu amat dibutuhkan oleh para pelaku IKM juga Disperindag dalam berhubungan satu sama lain, yang diharapkan dengan adanya sistem informasi terpadu tersebut dapat meningkatkan omzet dari para pelaku IKM binaan Disperindag Kota Tegal. Sistem informasi terpadu ini dapat diwujudkan berupa aplikasi dalam media sosial seperti *fans page*, ataupun grup *whatsapp* yang dapat saling berbagi pengetahuan dan juga informasi tentang pemasaran. Sedangkan untuk memberikan kesempatan kepada para pelaku IKM untuk memperoleh kesempatan pemasaran yang lebih luas, Disperindag Kota Tegal dapat membuat sebuah website khusus yang berisi tentang produk-produk IKM binaan serta profil dan berikut harganya atau Disperindag Kota Tegal dapat memfasilitasi para IKM binaan untuk turut serta dalam pasar online yang saat ini telah tersedia secara free seperti *bukalapak.com*, *olx.co.id*, *lazada.co.id* dsb

Demikian pula pendirian pusat konsultasi dan pengembangan UMKM yang dibutuhkan oleh para pelaku IKM Kota Tegal. Diharapkan pendirian pusat konsultasi tersebut dapat menjadi sarana pembelajaran (*training centre*) serta tempat konsultasi untuk permasalahan yang tidak dikuasai

oleh para pelaku IKM seperti permasalahan SDM, permodalan, pengadaan bahan baku, manajemen operasional dan sebagainya.

### Kesimpulan dan saran

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini akan menjawab beberapa pertanyaan penelitian yang telah disampaikan di awal.

1. Potensi pemasaran produk IKM Kota Tegal cukup besar dilihat dari trend tingkat Produk Domestik Bruto Indonesia yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Hal itu merupakan potensi dari dalam negeri yang dapat digali dan dikembangkan bagi pelaku IKM untuk terus meningkatkan penjualan nya.
2. Dukungan dari dinas terkait telah ditunjukkan dengan adanya pembinaan dan pelatihan oleh Disperindag Kota Tegal serta kegiatan-kegiatan lain berupa temu usaha, pembinaan teknis dan non teknis serta adanya pemasaran bersama berupa pameran-pameran.
3. Potensi pemasaran produk IKM Kota Tegal melalui media online masih sangat besar dengan melihat separuh dari responden telah mengenal internet serta hampir 30% dari keseluruhan responden telah melakukan promosi melalui internet. Hal tersebut juga di dukung dengan sebagian besar pelaku IKM Kota Tegal telah melakukan administrasi pencatatan usaha dengan melakukan pembukuan meskipun masih secara manual.

#### 5.2 Saran

1. Diharapkan bagi pemangku kepentingan dalam hal ini adalah Disperindag Kota Tegal untuk dapat memperluas jaringan dalam memberikan kontribusi serta menjaring para pelaku IKM Kota Tegal yang masih membutuhkan pembinaan juga *networking* untuk pengembangan usaha nya. Karena masih banyak para pelaku IKM yang masih belum menikmati pembinaan-pembinaan ataupun informasi-informasi yang berkaitan dengan pengembangan IKM. Untuk itu dapat dibuat suatu sistem informasi terpadu apakah berbentuk jaringan media sosial sehingga memudahkan bagi Disperindag dalam menyalurkan informasi kepada seluruh pelaku IKM.
2. Diharapkan pula ada sebuah tempat yang dijadikan pusat informasi, pusat konsultasi dan pengembangan UMKM. Hal ini dapat dibantu difasilitasi oleh pihak ketiga yaitu pihak swasta dan dunia akademis yang mungkin dapat mengambil selain itu pihak-pihak yang dapat memfasilitasi adanya *showroom* untuk menampilkan produk IKM sekaligus IKM *centre*. Sehingga kelak di salah satu sudut kota Tegal akan dapat dilihat pusat-pusat usaha IKM sehingga berpotensi untuk menjadi

<p>alternatif destinasi wisata dan belanja selain destinasi wisata dan belanja yang sudah ada.</p> <p>3. Untuk para pelaku IKM diharapkan dapat lebih proaktif dalam mencari informasi tentang pengembangan IKM dan dapat langsung menghubungi Disperindag apabila membutuhkan info pembinaan dan pameran.</p> <p>4. Sudah waktunya bagi Pemerintah Kota Tegal terutama Disperindag Kota Tegal untuk dapat memfasilitasi para pelaku IKM agar dapat melakukan kegiatan pemasaran bersama melalui media online (pembuatan website) sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan omzet penjualan. Karena tingkat penjualan para pelaku IKM yang masih harus tingkatkan lagi omzet penjualan nya untuk dapat mengembangkan usaha.</p> <p><a href="http://www.republika.co.id">www.republika.co.id</a> Selasa, 16 Februari 2016, 14:18 WIB</p> <p>ASEAN-US Summit Presiden Obama dan Tiga CEO Bahas Ekonomi Digital. Achmad Rouzni Noor II – detikinet Selasa, 16/02/2016 11:49 WIB</p> <p>Hartman, Amir, John G. Sifonis, and John Kador. <i>Net Ready: Strategies for Success in the Economy</i>. New York: McGraw-Hill, 2000.</p> <p>Istanto, Freddy H. "Potensi dan Kaidah Perancangan Situs-Web Sebagai Media Komunikasi Visual." <i>Nirmana</i> 3.1 (2004).</p> <p><i>Tradingeconomics.com / bank Dunia</i>  <i>Tradingeconomics.com/World Economic Forum</i>  <a href="http://www.tegalkota.go.id">www.tegalkota.go.id</a></p> <p>Nueuman, W. Lawrence (2000). <i>Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach</i>. Allyn and Bacon.</p>	<p>5. Kegiatan untuk menggalang kerja yang sinergis antara pemerintah dan swasta perlu untuk ditingkatkan karena pekerjaan rumah membangun ekonomi kota Tegal merupakan tugas bersama yang dapat diselesaikan apabila</p> <p>6. semua elemen masyarakat menyumbangkan kemampuan nya untuk peningkatan ekonomi warga Kota Tegal.</p>
---	---

### Daftar pustaka

Indonesia Ditargetkan Jadi Pusat Ekonomi Digital pada 2020 Rep: Halimatus Sa'diyah/ Red: Nur Aini

- Munawar, Kholil. 2009. E-commerce. <http://staff.uns.ac.id>.
- Wong, Jony, 2010, Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo, Jakarta
- Varmaat, Shelly Cashman, 2007, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental* Edisi 3, Salemba Infotek, Jakarta.
- Suyanto M, 2003, Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi, Yogyakarta.
- V.Wiratna Sujarweni, 2015, Metodolog Penelitian Bisnis dan Ekonomi, Pustakabarupress, Yogyakarta
- Studi Kelayakan Pengembangan Sentra Batik Kota Tegal Tahun Anggaran 2016, Disperindag Kota Tegal.

# **ANALISIS PENGARUH EARNING PER SHARE (EPS), PRICE EARNING RATIO (PER) TERHADAP RETURN SAHAM PROPERTI DAN REAL ESTATE PERIODE 2012-2014**

Sri Megawati Elizabeth.P

*Program Studi Manajemen, STIE MDP Palembang*

*[srimegawati@stie-mdp.ac.id](mailto:srimegawati@stie-mdp.ac.id), [elizabeth.meiza@yahoo.com](mailto:elizabeth.meiza@yahoo.com)*

## **Abstract**

*This research aims to analyze the effect of Earning Per Share, Price Earning Ratio on stock return property and real estate period 2012-2014. This study uses secondary data that is data of property companies and real estate that listed on Indonesia Stock Exchange period 2012-2014. The population used in this study as 50 companies with sampling method using purposive sampling use some criteria, so the sample used in research as 36 companies. Analysis data method used in this research is by using program of SPSS. The result of this research partially price earning ratio (PER) has no effect on stock return and earning per share (EPS) influence to stock return with significant level less than 0,05. While simultaneously EPS and PER have positive and significant influence.*

**Key Word:** EPS, PER, Return

## **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Earning per share, Price earning ratio terhadap return saham properti dan real estate periode 2012-2014. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu data perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 perusahaan. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu mengambil sampel dengan kriteria tertentu sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 36 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian secara parsial Price Earning Ratio (PER) tidak berpengaruh terhadap return saham dan Earning Per Share berpengaruh terhadap return saham dengan tingkat signifikan kurang dari 0,05. Sedangkan secara simultan EPS dan PER berpengaruh secara positif dan signifikan.*

**KataKunci :** EPS, PER, Return

## **Pendahuluan**

### **Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi suatu negara merupakan tolak ukur untuk mengetahui sejauh mana perkembangan suatu negara. Pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 pertumbuhan ekonomi Indonesia berkisar 6% yakni 6,1% pada tahun 2010, 6,5% pada tahun 2011 dan pada tahun 2012 sebesar 6,2%. Pada tahun 2013 perekonomian Indonesia hanya sebesar 5,8% atau mengalami penurunan sebesar 0,4% dari tahun 2012. Sama halnya pada tahun 2014 pertumbuhan Indonesia hanya sebesar 5% atau turun sebesar 0,8% dari tahun 2013 (Bank Indonesia, 2015). Pada tahun 2012 sektor properti Indonesia bertumbuh cepat, dan akan memberikan keuntungan bagi para developer properti, sebanyak 26 perusahaan mencatat pertumbuhan laba bersih lebih dari 50% hal ini dikarenakan produk domestik bruto (PDB) sebesar 6% dan daya beli masyarakat menguat. Hal ini mengimplikasikan bahwa semakin banyak orang Indonesia yang mampu membeli properti. Belanja masyarakat kelas menengah yang kuat membuat segmen bisnis hunian menjadi kontributor terbesar untuk pertumbuhan properti Indonesia yaitu mencakup sekitar 60% dari total sektor properti. Selain faktor tersebut, tingkat suku bunga bank sentral yang rendah antara Februari 2012 sampai dengan pertengahan 2013 yaitu sebesar

5,75%. Pertumbuhan ekonomi di tahun 2013 tidak sebaik pertumbuhan ekonomi tahun 2012. Tingkat suku bunga naik menjadi 7,5% serta kebijakan Bank Indonesia untuk menaikkan persyaratan uang muka minimum dan memotong pinjaman hipotek untuk kepemilikan rumah kedua (untuk mencegah peningkatan berlebihan dari pinjaman untuk hunian). Pada tahun 2014 pertumbuhan ekonomi Indonesia memiliki kinerja yang cukup baik yaitu sebesar 5,1% namun hal ini tidak didukung dengan pertumbuhan properti dan *real estate* yang mengalami penurunan hal ini dikarenakan Indonesia mengadakan pemilihan legislatif dan presiden pada pertengahan 2014 yang mengakibatkan ketidakjelasan politik. Menjelang pemilihan ini para pengembang Indonesia cenderung menunda proyek-proyek baru selain itu inflasi di Indonesia juga naik 8,4%, hal ini yang mengakibatkan Indeks Harga Properti Hunian dari Bank Indonesia menurun sebesar 6,3% (Indonesia Investment, 2015)

Salah satu sektor yang membuat perekonomian Indonesia mampu tumbuh adalah sektor properti. Pada tahun 2012 pertumbuhan sektor properti dan *real estate* mencapai 60,11% dan mengalami penurunan pada tahun 2013 menjadi sebesar 22,26%, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2014 sebesar 55,76% (IDX annualy

2012-2014). Investasi di bidang properti dan *real estate* pada umumnya bersifat jangka panjang dan akan bertumbuh sejalan dengan pertumbuhan ekonomi serta merupakan suatu investasi yang menjanjikan. Pertumbuhan sektor properti dapat dilihat dari peningkatan jumlah perusahaan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sebanyak 50 perusahaan. Pertumbuhan sektor properti merupakan derivatif dari kondisi makro ekonomi. Jika makro ekonomi sebuah negara baik, pertumbuhan sektor properti juga akan baik, demikian sebaliknya. Sektor properti juga memiliki *multiplier effect* yang luar biasa terhadap perkembangan sektor -sektor perekonomian lainnya.

### **Perumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap *return* saham properti dan *real estate*?
2. Bagaimana pengaruh *price earning ratio* (PER) terhadap *return* saham properti dan *real estate*?
3. Bagaimana pengaruh EPS dan PER terhadap *return* saham properti dan *real estate*?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis pengaruh *earning per share* (EPS) terhadap *return* saham properti dan *real estate*?
2. Menganalisis pengaruh *price earning ratio* (PER) terhadap *return* saham properti dan *real estate*?
3. Menganalisis pengaruh EPS dan PER terhadap *return* saham properti dan *real estate*?

### **Review Pustaka**

#### **Teori Sinyal**

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah untuk mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dibandingkan pihak luar seperti investor dan kreditor. Kurangnya informasi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh

manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Sari dan Zuhrotun, 2006).

#### **Konsep *Return* Saham**

Menurut Jogiyanto (2003), *return* saham dibedakan menjadi dua yaitu *return* realisasi (*realized return*) dan *return* ekspektasi (*expected return*). *Return* realisasi merupakan *return* yang sudah terjadi yang dihitung berdasarkan data historis dan digunakan sebagai salah satu alat pengukur kinerja perusahaan. Sedangkan *return* ekspektasi merupakan *return* yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa mendatang.

*Return* realisasi penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja keuangan dan juga berguna sebagai dasar penentuan *return* ekspektasi dan risiko di masa mendatang. Investor yang melakukan investasi dihadapkan pada ketidakpastian (*uncertainty*) antara *return* yang akan diperoleh dengan risiko yang akan dihadapi. Semakin besar *return* yang diharapkan, semakin besar pula risikonya sehingga dapat dikatakan bahwa *return* ekspektasi memiliki hubungan positif dengan risiko. *Return* terdiri dari *capital gain (loss)* dan *yield*. *Capital gain (loss)* merupakan selisih untung atau rugi dari harga investasi sekarang dengan harga periode yang lalu. *Yield* merupakan persentase penerimaan kas periodik terhadap harga investasi periode tertentu dari suatu investasi (Jogiyanto, 2003).

Dalam penelitian ini *return* saham yang diperhitungkan adalah *return* saham yang berasal dari *capital gain* tanpa memperhitungkan adanya dividen. Konsep *return* saham yang dipergunakan adalah *realized return* yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Jogiyanto, 2003) :

$$R_t = \frac{P_t - P(t-1)}{P(t-1)}$$

Dimana:

Rt = *Return* saham pada periode ke-t

Pt = Harga penutupan saham pada periode ke-t

P(t-1) = Harga penutupan saham pada periode ke t-1

#### **Analisis Rasio Keuangan**

Analisis rasio merupakan cara yang digunakan dalam analisis laporan keuangan. Laporan keuangan yang dibentuk memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan. Rasio keuangan dikelompokkan dalam lima jenis yaitu : (1) rasio likuiditas; (2) rasio aktivitas; (3) rasio rentabilitas; (4) rasio solvabilitas; (5) rasio pasar (Robert Ang, 1997). Dalam penelitian ini analisis rasio keuangan yang digunakan adalah rasio pasar yaitu rasio yang menggambarkan harapan-harapan investor terhadap investasi yang ditanamkan diantaranya *earning per share* (EPS) dan *price earning ratio* (PER). Rasio nilai pasar menghubungkan harga saham perusahaan

dengan laba dan nilai buku per saham. Rasio ini memberikan manajemen petunjuk mengenai apa yang dipikirkan investor atas kinerja perusahaan di masa lalu serta prospek di masa mendatang (Brigham dan Houston, 2001).

### 1. *Earning Per Share (EPS)*

*Earning per share (EPS)* merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah saham beredar. Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2006), EPS dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

Saham yang memberikan *return* tertinggi pada umumnya memiliki pendapatan yang lebih besar sedangkan saham dengan *return* rendah memiliki pendapatan dibawah perkiraan. Harga saham cenderung mengantisipasi dengan cepat pengumuman pendapatan (*earning*). *Earning per share* memiliki hubungan positif dengan harga saham, sehingga apabila jumlah *earning per share* meningkat maka harga saham akan naik begitu juga tingkat pengembalian investasi dan sebaliknya (Tendi, 2005).

### 2. *Price Earning Ratio (PER)*

*Price Earning Ratio (PER)* adalah rasio harga saham dengan pendapatan setiap lembar saham, PER juga sebagai indikator untuk mengetahui perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Semakin tinggi rasio PER, semakin tinggi pertumbuhan laba yang diharapkan oleh investor. Rasio PER dapat diformulasikan sebagai berikut (Husnan dan Pudjiastudi, 2004):

$$PER = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

## Hubungan Antar Variabel dan Rumusan Hipotesis

### Pengaruh *Earning per Share (EPS)* Terhadap *Return* Saham

EPS merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak pada satu tahun buku dengan jumlah saham yang diterbitkan. Semakin tinggi EPS maka akan semakin tinggi permintaan akan saham suatu perusahaan dan akan menaikkan harga dan *return* saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Tendi Haruman dkk (2005) menunjukkan bahwa EPS, PER mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengembalian saham individu. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Mila Chistanty (2009) menunjukkan bahwa variabel bebas berupa PER, NPM, EPS, dan EVA mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI.

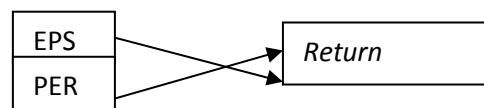
**H1 = *Earning per Share (EPS)* berpengaruh secara positif terhadap *return* saham**

### 1. Pengaruh *Price Earning Ratio (PER)* Terhadap *Return* Saham

PER merupakan perbandingan antara harga pasar saham dengan EPS dari saham yang bersangkutan. Semakin besar PER suatu saham maka harga saham tersebut akan semakin mahal. Jika PER meningkat maka harga saham juga akan semakin besar begitu juga dengan *return* saham.

**H2 = *Price Earning Ratio (PER)* berpengaruh positif terhadap *return* saham**

Kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



## Metode Penelitian

### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Saham properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014 yang berjumlah 50 perusahaan. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan statistik dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu mengambil sampel dengan suatu kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014
2. Tersedianya laporan keuangan dan harga saham secara lengkap selama periode penelitian 2012-2014

Dari kriteria pemilihan sampel tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 36 perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yakni data yang telah diolah dan diterbitkan oleh perusahaan dan dipublikasikan kepada masyarakat. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari publikasi yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dengan cara mengumpulkan, mencatat dan mengkaji data sekunder yang berupa harga saham serta laporan keuangan tahunan perusahaan properti dan *real estate*.

### Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS menggunakan data yang sebelumnya telah diuji dan memenuhi asumsi klasik.

$$Return = \alpha + \beta EPS + \beta PER + e_1$$

## Pembahasan

### Analisis Data

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi linier berganda, model yang akan digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik yang terdiri dari:

##### a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rasio *Skewness* dan rasio *Kurtosis* sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

	N	Skewness Statistic	Std. Error	Kurtosis Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	62	-0.54	0.304	1.00	0.599
		9		1	
Valid N (listwise)	62				

Berdasarkan hasil output tabel *descriptive statistics* diperoleh rasio *skewness* sebesar  $-0.549/0.304 = -1.805$ , sedangkan rasio *kurtosis*  $= 1.001/0.599 = 1.671$ . Karena rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* berada di antara -2 hingga +2, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi yaitu dengan menggunakan VIF (*variance inflation factor*)

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
EPS	0.999	1.001
PER	0.999	1.001

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 2 diatas memperlihatkan bahwa nilai VIF pada variabel EPS dan PER sebesar 1.001 dan nilai *tolerance* sebesar 0.999. Artinya, karena nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1, maka dalam model ini tidak terjadi multikolinearitas.

##### c. Uji Heterokedastisitas

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas adalah dengan menggunakan Uji Glejser sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas  
Uji Glejser

Model	Sig.
EPS	0.60

PER 0.815

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas memperlihatkan bahwa secara statistik variabel penjelas (bebas) tidak signifikan karena  $> 0.05$ , hal ini menunjukkan bahwa model sudah terbebas dari gejala heteroskedastisitas .

##### d. Uji Autokorelasi

Untuk melihat ada tidaknya gejala autokorelasi digunakan uji Durbin Watson (DW tes)

Tabel 4. Uji Autokorelasi  
Durbin Watson

Model	Durbin Watson
	1.985

Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan derajat kesalahan 5%, maka diperoleh nilai  $dl = 1.5232$  dan  $du = 1.6561$ . Karena nilai DW 1.985 lebih besar dari batas atas du (1.6561) dan kurang dari  $4 - 1.6561$  (4-du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi

##### e. Uji Liniearitas

Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linier. Uji linieritas yang digunakan yaitu dengan Anova atau *test for linearity* sebagai berikut:

Tabel 5 Uji Liniearitas

Anova	Sig.
Linearity	0.41

Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada F-linearity sebesar 0.41 . Karena signifikansi  $< 0.05$  maka dapat disimpulkan memiliki hubungan yang linier.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui apakah EPS dan PER berpengaruh terhadap *return*

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std.Error
Constant	21.521	12.019
EPS	0.171	0.047
PER	0.011	0.046

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Return = 21.521 + 0.171EPS + 0.011 PER + e$$

Koefisien regresi untuk variabel EPS adalah sebesar 0.171, PER sebesar 0.011 dengan nilai konstanta sebesar 21.521.

## 3. Uji Hipotesis

**a. Uji t**

Uji t bertujuan untuk menguji apakah setiap variabel bebas (independen) secara masing-masing (parsial) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut disajikan tabel 7. Hasil uji T untuk penelitian ini.

Model	Tabel 7. Hasil Uji T				
	Unstandardized Coefficients		Stand ardize d Coeffi cients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Cons.	21.52 1	12.01 9		1.791	0.076
EPS	0.171	0.47	0.334	3.627	0.000
PER	0.011	0.46	0.022	0.235	0.815

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel EPS mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* dimana nilai signifikan t sebesar  $0.000 < 0.05$ , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H1 diterima atau ada pengaruh signifikan EPS terhadap *return*. Sedangkan variabel PER tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* dimana nilai signifikan t sebesar  $0.815 > 0.05$ .

**b. Uji F**

Uji F bertujuan untuk menguji apakah antara variabel EPS dan variabel PER secara bersama-sama berpengaruh terhadap *return*. Kriteria pengambilan keputusan bahwa apabila nilai Fhitung  $>$  nilai Ftabel dengan tingkat signifikansi  $< 0.05$  maka hipotesis dapat diterima. Berikut tabel 8. Uji F untuk penelitian ini.

Tabel 8. Uji F

Model Regression	F	Sig.
	6.632	0.002

Berdasarkan hasil uji Anova, maka dapat disimpulkan bahwa Fhitung (6.632)  $>$  Ftabel (3.08) dengan tingkat signifikansi 0.002. Hal ini berarti bahwa variabel EPS, PER berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap *return* saham properti dan *real estate*.

**c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adj.RSquare
1	0.335	0.112	0.095

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0.112 dan nilai *adjusted R Square* sebesar 0.095. Hal ini berarti bahwa 9,5% variabel *return* saham dijelaskan oleh variabel bebas yaitu *earning per share* (EPS) dan *price earning ratio* (PER) dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

**Pembahasan****Pengaruh EPS Terhadap *Return* Saham**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh nilai t hitung EPS sebesar 3.627 dengan signifikansi 0.000 maka hipotesis diterima karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham properti dan *real estate*.

*Earning per share* (EPS) merupakan informasi yang dianggap paling mendasar dan berguna, karena bisa menggambarkan prospek *earning* di perusahaan di masa yang akan datang (Eduardus Tandelin, 2001). *Earning per share* (EPS) menunjukkan tingkat keuntungan yang diperoleh untuk setiap lembar saham. Semakin besar EPS menyebabkan semakin besar laba yang diterima pemegang saham, hal tersebut menunjukkan semakin baik kondisi operasional perusahaan (Darmadji dan Fakhruddin, 2006).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Insi Kamilah (2012) yang menyatakan bahwa EPS memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap harga saham. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Noer Sasongko dan Nila Wulandari (2006) menyatakan bahwa EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Hal ini mengindikasikan apabila nilai *earning per share* (EPS) meningkat maka akan berdampak pada kenaikan harga dan *return* suatu saham.

**Pengaruh PER Terhadap *Return* Saham**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh nilai t hitung PER sebesar 0.235 dengan signifikansi 0.815 maka hipotesis ditolak karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa PER tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham properti.

*Price earning ratio* (PER) digunakan untuk mengukur nilai perusahaan pada saat tertentu berdasarkan laba yang dicapainya yang dihitung dengan membagi harga saham dipasar dengan labanya. *Price earning ratio* (PER) yang rendah mengindikasikan bahwa harga sahamnya murah, sehingga layak untuk dibeli. Jika perusahaan mempunyai PER yang terlalu tinggi tidak akan menarik karena harga saham kemungkinan tidak

naik lagi berarti kemungkinan memperoleh *capital gain* akan lebih kecil (Hanafi Mahmud M. dan Abdu Halim, 2003:85). *Price earning ratio* menjadi tidak mempunyai makna apabila perusahaan mempunyai laba yang sangat rendah atau menderika kerugian. Pada keadaan ini PER perusahaan akan begitu tinggi atau bahkan negatif (Dwi Prastono dan Rifky Juliati, 2002:96).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M.Muzid (2013) bahwa PER berpengaruh negatif terhadap *return* saham.

### Kesimpulan

*Earning per share* (EPS) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham properti dan *real estate*. Semakin tinggi EPS maka semakin tinggi harga saham dan akan memberikan *return* yang tinggi juga bagi investor, EPS yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan sehingga banyak investor yang akan tertarik dengan saham perusahaan. Bagi perusahaan properti dan *real estate* yang ingin mengambil keputusan fundamental hendaknya berupaya menghasilkan EPS yang tinggi.

*Price earning ratio* (PER) tidak berpengaruh terhadap *return* saham properti dan *real estate*. PER yang tinggi mencerminkan rendahnya kapasitas pemilik saham untuk memperoleh kembali nilai sahamnya. Perusahaan dengan nilai PER yang tinggi berarti memiliki laba yang rendah sedangkan perusahaan dengan nilai PER yang rendah berarti memiliki laba yang tinggi dengan kata lain PER berbanding terbalik dengan laba perusahaan . Perusahaan dengan PER yang rendah berarti memiliki laba yang tinggi, hal ini akan menarik minat investor karena akan memperoleh *return* yang tinggi.

Secara bersama-sama *Earning Per Share* dan *Price Earning Ratio* berpengaruh terhadap *return* saham. Dalam mengambil keputusan investasi di saham perusahaan *real estate* dan properti sebaiknya investor juga harus memperhatikan variabel lain dalam keputusan investasi selain *earning per share* dan *price earning ratio* karena jika terjadi perubahan jumlah saham yang beredar kemungkinan *earning per share* dan *price earning ratio* juga akan berubah . Maka seorang investor juga bisa mencari informasi lain seperti kondisi perekonomian secara mikro maupun makro yang berpengaruh terhadap pengambilan kebijakan investasi suatu saham perusahaan.

Saham: Uji Liquidation Option Hypothesis”. Simposium Nasional Akuntansi9, Padang. Sasongko, N., & Wulandari, N. (2006). Pengaruh EVA dan rasio-rasio profitabilitas terhadap

### DaftarPustaka

- Brigham, Eugene F., and Joel F. Houston. "Manajemen Keuangan. Buku 1 edisi 8." Jakarta: Erlangga (2001).
- Christanty, Mila. *Analisis Pengaruh Faktor Fundamental Dan Economic Value Added (EVA) Terhadap Return Saham (Studi Pada Saham Perusahaan Yang Tercatat Aktif Dalam Lq 45 Di Bei Periode 2003-2007)*. Diss. UNIVERSITAS DIPONEGORO, 2009
- Damardji, Tjiptono dan Hendry M. Fakhruddin. 2006. Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Eduardus, Tandelin. "Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio." Yogyakarta: BPFE (2001).
- Hanafi Mahmud M. & Abdul Halim . 2003. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Revisi. Yogyakarta: AMP YKPN
- Haruman, Tendi, Stevanus Andree, and Maya Ariyanti. "Pengaruh Faktor Fundamental, Indikator Ekonomi Makro, dan Risiko Sistematis terhadap Tingkat Pengembalian Saham di PT. Bursa Efek Jakarta." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 6.3 (2005): 462-477.
- Husnan, Suad, and Enny Pudjiastuti. "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, edisi pertama, cetakan pertama, edisi pertama, cetakan pertama." Penerbit: UPP AMP YKPN, Yogyakarta (2004).
- Jogiyanto, Hartono M. "Teori portofolio dan analisis investasi." Yogyakarta: BPFE (2003).
- KAMILAH, INSI Kamilah, and DEWI PRASTIWI. "Analisis Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Subsektor Semen yang Terdaftar di BEI." *Jurnal Akuntansi UNESA* 1.1 (2012).
- Muhammad Muzid Afwani. 2013. Pengaruh PER,Dividend Yield dan Market to BookValue Ratio Terhadap Return Saham pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2010. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- NATHANIEL SD, N. I. C. K. Y. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return Saham (studi pada saham-saham real estate and property di Bursa Efek Indonesia periode 2004-2006)*. Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2008.
- Sari, Ratna Chandra dan Zuhrotun. 2006. "Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan harga saham. *Jurnal Empirika*, 19(1), 64-80.

## ANALISIS SAHAM LQ45 SEBAGAI ALTERNATIF INVESTASI

**Hilda Leily Febrianti**  
[leilyhilda@gmail.com](mailto:leilyhilda@gmail.com)

**Ali Masjono**  
[amasjono@gmail.com](mailto:amasjono@gmail.com)

**Jhonny Marbun**  
[jhonnymarbun@yahoo.com](mailto:jhonnymarbun@yahoo.com)

**Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Jakarta**

### **Abstract**

*This study was aimed to determine the more favorable investment among stocks, fund deposits, gold and Indonesian retail bonds and to identify the profits generated on each investment instrument. The population in this research is LQ45 companies period from February to July 2017. While the research sample used was cluster sampling method, by taking sample of 10 companies from different sub sectors. This research was an experimental research using online stock simulation trading for three months, then compared with fund deposit, gold and Indonesia retail bonds. Based on calculation of data, the percentage of potential return on investment shares reached 2.2%. The results showed that stock investment was highest compared with 1.5% return on deposits and 1.4% of Indonesian retail bonds, while gold investment experienced has a potential loss of 3.3%.*

**Keyword :** Stock, LQ45, Investment

### **Abstrak**

*Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan investasi yang lebih menguntungkan antara saham deposito, emas dan obligasi ritel Indonesia serta mengidentifikasi persentase keuntungan yang dihasilkan pada tiap instrumen investasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ45 periode Februari – Juli 2017. Sedangkan sampel penelitian diambil dengan metode cluster sampling dengan mengambil sampel 10 perusahaan dari berbagai sub sektor yang berbeda. Penelitian ini merupakan penelitian eksperimen yang menggunakan simulasi saham online selama tiga bulan, kemudian dibandingkan dengan deposito, emas dan obligasi ritel Indonesia. Berdasarkan perhitungan data, persentase potensi return investasi saham mencapai 2,2%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa investasi saham paling tinggi dibandingkan dengan return deposito yang sebesar 1,5% dan obligasi ritel Indonesia sebesar 1,4%, sementara investasi emas mengalami potensi kerugian sebesar 3,3%.*

**Kata kunci :** Saham, Indeks LQ45, Investasi

### **Pendahuluan**

Saham merupakan salah satu instrumen pasar modal yang populer. Hingga saat ini Bursa Efek Indonesia (BEI) terus berupaya untuk mensosialisasikan tentang saham kepada masyarakat luas di seluruh Indonesia. Saham dapat menjadi pilihan untuk berinvestasi.

### **Latar Belakang**

Investasi merupakan cara untuk menanamkan dana pada suatu surat berharga yang diharapkan nilainya dapat meningkat di masa mendatang. Pihak yang melakukan investasi disebut sebagai investor. Investasi perlu dilakukan karena nilai uang yang dimiliki saat ini lambat laun akan menyusut akibat inflasi. Namun setiap bentuk investasi memiliki risiko yang akan dihadapi. Tujuan dari investasi diharapkan dapat menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang. Macam-macam bentuk investasi

terdiri dari properti, emas, deposito, tabungan dan juga pasar modal. Pihak yang melakukan investasi disebut sebagai investor.

Investasi pada pasar modal dapat menjadi pilihan yang tepat. Investasi pada pasar modal khususnya saham memiliki *return* yang lebih besar jika dibandingkan investasi yang lain. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), persentase rata-rata keuntungan per tahun dari periode 2006-2016, menunjukkan bahwa investasi saham menghasilkan *return* sebesar 17,52%, ORI sebesar 8,47%, emas sebesar 7,76%, deposito sebesar 6,91%, tabungan sebesar 2,42%. Setiap instrumen investasi mempunyai risiko, semakin besar *return* yang dihasilkan maka semakin besar pula risiko yang akan dihadapi. Dalam dunia pasar modal, seringkali mendengar istilah tentang Indeks Harga Saham Gabungan atau biasa disingkat dengan IHSG. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) adalah acuan dari

keseluruhan pergerakan saham yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ketika IHSG mengalami kenaikan, hal ini berarti secara umum harga-harga saham yang ada di Indonesia sedang mengalami peningkatan, dan begitu pula sebaliknya.

Dalam waktu 10 tahun terakhir, hampir 70% dari saham-saham yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia mengalami kenaikan harga saham. Bahkan hampir setengah dari saham-saham yang harganya naik tersebut mengalami peningkatan diatas 10% per tahun. Menurut Bursa Efek Indonesia berdasarkan data *End of Year tahun 2006–2016* saham yang mengalami kenaikan harga saham berjumlah 367 saham sedangkan saham yang mengalami penurunan harga berjumlah 147 dari total 541 saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Desember 2016. Berdasarkan return harga saham pada tahun 2006-2016, Bursa Efek Indonesia (BEI) masih tercatat sebagai bursa yang memberikan keuntungan tertinggi dibandingkan bursa dunia lainnya, seperti Thailand, India, United State (US), China, United Kingdom (UK). Pada sepuluh tahun terakhir IHSG BEI tercatat sebesar 193,36%, sementara bursa Thailand mencatat pertumbuhan 126,96%, bursa India sebesar 93,13%, Bursa US sebesar 57,85%, bursa China sebesar 16% dan bursa UK sebesar 14,82% pada periode sepuluh tahun yang sama.

Saham yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia hingga tahun 2016 berjumlah 537 saham. Saham yang termasuk dalam indeks LQ45 merupakan saham yang banyak diminati oleh para investor. Indeks ini hanya terdiri dari 45 saham yang telah terpilih setelah melalui beberapa kriteria pemilihan dengan kapitalisasi besar dan likuiditas tinggi.

### Tujuan

- a. Menentukan investasi yang lebih menguntungkan antara saham dengan deposito, emas dan Obligasi Ritel Indonesia
- b. Mengidentifikasi perbedaan persentase keuntungan antara investasi saham, deposito, emas dan Obligasi Ritel Indonesia

### Permasalahan

Penelitian ini dilakukan dengan dasar bahwa pasar modal khususnya saham di Indonesia kini terus menunjukkan perkembangannya. Investasi saham dapat menjadi investasi yang menguntungkan. Namun demikian, masih banyaknya masyarakat yang kurang memahami tentang investasi saham serta rendahnya minat untuk berinvestasi saham. Risiko yang tinggi membuat masyarakat enggan berinvestasi saham dan lebih memilih berinvestasi yang lebih aman.

### Review Pustaka

#### 2.1 Investasi

Investasi adalah mengelola aset yang aset tersebut dapat memberikan hasil di kemudian hari. Tujuan

investasi menurut Utami (2010:2) adalah untuk mendapatkan tingkat pengembalian dari uang yang disimpan agar dapat digunakan untuk pemakaian yang ditunda. Kebutuhan dimasa yang akan datang akan lebih besar daripada saat ini, sehingga diperlukan pengelolaan keuangan secara lebih cerdas dan bijak. Tantangan lain di masa yang akan datang ialah adanya laju inflasi yang tinggi. Adanya instrumen investasi memungkinkan seseorang dapat memenuhi kebutuhan masa depannya dengan menentukan kebutuhan prioritas, menetapkan perencanaan yang baik, serta melaksanakannya secara disiplin dan sesuaikan instrumen investasi dengan karakter dan tujuan keuangan.

#### 2.1.1. Jangka Waktu Investasi

Investasi dapat terencana dengan baik maka tentukan terlebih dahulu tujuan keuangan dengan berdasarkan jangka waktu pencapaiannya. Berikut ini tujuan keuangan berdasarkan jangka waktu pencapaian (Utami, 2010:5):

- a. Tujuan jangka pendek  
Rentang jangka waktu investasi ini adalah kurang dari setahun. Pada tujuan jangka pendek ini, sebaiknya memilih investasi yang aman dan tidak berisiko, seperti tabungan dan deposito.
- b. Tujuan jangka menengah  
Rentang waktu investasi ini adalah satu hingga tiga tahun. Konsep investasi untuk tujuan jangka menengah ini adalah secara rutin dan berkala.
- c. Tujuan jangka panjang  
Rentang waktu tujuan investasi jangka panjang adalah lebih dari tiga tahun. Instrumen yang digunakan pada investasi jenis ini adalah tipe yang agresif, yaitu yang perputaran hasilnya relatif tinggi. Produk yang biasa digunakan pada tujuan investasi jangka panjang ini adalah saham dan reksa dana.

#### 2.1.2 Tipe Investor

Berdasarkan dari tujuan investasi, menurut Untung (2011:74-76) investor dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok, yaitu:

1. Pemodal yang bertujuan memperoleh dividen.  
Bagi pemodal yang membeli saham suatu perusahaan untuk memperoleh dividen biasanya mengincar perusahaan-perusahaan yang sudah sangat stabil. Keadaan perusahaan yang demikian menjamin kepastian adanya keuntungan yang relatif stabil, yang diharapkan akan memberikan dividen yang relatif stabil. Dilatarbelakangi keinginan yang demikian, maka pemodal dari kelompok ini tidak aktif dalam perdagangan saham di bursa.
2. Pemodal yang bertujuan berdagang.  
Pada dasarnya, harga saham-saham yang diperdagangkan di bursa efek bergerak secara tidak tetap. Perubahan harga itu menarik bagi beberapa kalangan pemodal untuk mengambil posisi sebagai pedagang, dengan

<p>memperjualbelikan saham-saham di bursa. Tujuan pembelian saham adalah untuk memperoleh keuntungan dari selisih positif harga beli dengan harga jual (<i>capital gain</i>). Kelompok pemodal seperti inilah yang aktif dalam kegiatan berdagang di bursa.</p> <p>3. Kelompok yang berkepentingan dalam pemilikan perusahaan.</p> <p>Ada kelompok pemodal yang tidak tertarik untuk memperoleh dividen atau capital gain, melainkan hanya untuk memiliki perusahaan. Keikutsertaan mereka dalam suatu perusahaan adalah sebagai pemilik perusahaan (<i>owners</i>). Oleh karena itu, pemodal pada kelompok ini cenderung memilih saham perusahaan-perusahaan yang sudah punya nama dan reputasi baik.</p> <p>4. Kelompok Spekulator</p> <p>Kelompok spekulator adalah kelompok orang atau individu yang melakukan aksi beli atau aksi jual suatu saham berdasarkan faktor-faktor spekulasi. Dalam praktiknya, memang sebagian pemodal yang tergolong spekulator ini sering mengambil keputusan investasi tanpa rasional sehingga masyarakat sering menganggap para pemodal tersebut berbuat judi.</p> <h3>2.2 Saham</h3> <p>Saham merupakan salah satu instrumen investasi dari pasar modal. Menurut Rahman (2011:164) menyatakan bahwa saham adalah sertifikat yang menunjukkan bukti seseorang atau suatu perusahaan, yang pemegang saham perusahaan tersebut memiliki hak klaim atas penghasilan dan aktiva perusahaan.</p> <h4>2.2.1 Keuntungan Saham</h4> <p>Saham dapat memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan investasi lain. Menurut Rahman (2011:165) investasi saham dapat memperoleh keuntungan yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dividen</li> </ol> <p>Adalah hasil keuntungan perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham. Jumlah dividen yang dibagikan diusulkan oleh dewan direksi dan disetujui dalam rapat umum pemegang saham. Bentuk dari dividen ada dua yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Dividen tunai</li> </ol> <p>Perusahaan membagikan keuntungan perusahaan dalam bentuk uang tunai</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>b. Dividen saham</li> </ol> <p>Perusahaan membagikan saham dalam bentuk saham baru yang meningkatkan jumlah saham yang dipegang pemodal sebelumnya. Dengan ini nantinya hasil investasi sahamnya pun meningkat.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <i>Capital Gain</i></li> </ol> <p>Harga jual saham lebih tinggi daripada harga beli.</p>	<p>2.2.2 Risiko Saham</p> <p>Menurut Rahman (2011:166) investasi saham dikenal dengan tingkat risiko yang tinggi. Beberapa bentuk risiko dari investasi yang harus diketahui sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Tidak ada pembagian dividen</li> </ol> <p>Jika perusahaan mengalami kerugian atau laba yang diputuskan dalam rapat umum pemegang saham akan digunakan untuk ekspansi.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>b. <i>Capital loss</i></li> </ol> <p>Investor akan mendapatkan keuntungan jika harga jual sahamnya lebih tinggi dari harga beli, tapi jika sebaliknya maka investor akan mengalami <i>capital loss</i> alias rugi.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>c. Risiko likuidasi</li> </ol> <p>Jika perusahaan bangkrut atau likuidasi, para pemegang saham memiliki hak klaim terakhir terhadap aktiva perusahaan setelah seluruh kewajiban perusahaan dibayar. Terburuk jika tidak ada lagi aktiva yang tersisa, maka pemegang saham tidak memperoleh apa-apa.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>d. Saham <i>delisting</i> dari bursa</li> </ol> <p>Karena alasan tertentu saham dihapus dari bursa dan tidak dapat diperdagangkan. Otomatis investor mengalami kerugian.</p> <p>Menghindari risiko-risiko dalam berinvestasi saham yang akan dihadapi maka perlu dilakukan analisis saham. Tidak adanya suatu jaminan yang jika suatu perusahaan mempunyai jumlah laba yang baik, maka harga sahamnya akan stabil naik. Analisis investasi saham merupakan hal yang mendasar yang harus diketahui oleh pemilik modal ataupun para investor. Teknik yang benar dalam analisis akan mengurangi risiko bagi investor dalam berinvestasi. Dalam berinvestasi saham ada dua jenis cara analisis saham, yaitu analisis fundamental dan teknikal.</p> <h3>Metode Penelitian</h3> <h4>3.1 Jenis Penelitian</h4> <p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksperimen yaitu dengan mengadakan kegiatan percobaan untuk melihat suatu hasil. Dalam penelitian ini menggunakan <i>software</i> simulasi saham <i>online</i>. <i>Software</i> tersebut dapat diakses melalui <a href="http://www.pnj.idxcode.com">www.pnj.idxcode.com</a>.</p> <h4>3.2 Pengumpulan Data</h4> <p>Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data sekunder, data yang diperoleh dari berbagai sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah peneliti melakukan studi pustaka dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian dan juga melihat laporan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan melalui website Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu <a href="http://www.idx.co.id">www.idx.co.id</a>. Melalui aplikasi simulasi saham, dapat mengetahui harga saham di berbagai perusahaan yang telah tercatat pada Bursa Efek Indonesia. Hanya dengan mengetahui kode perusahaan maka dapat diketahui harga saham saat itu. Pada <i>software</i> aplikasi</p>
--	---

simulasi saham ini, peneliti membeli 10 macam saham dari berbagai sub sektor perusahaan (emiten). Saham-saham tersebut akan dijadikan bahan penelitian selama tiga bulan.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin meyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah (area) atau objek penelitiannya (Muri, 2014:145). Populasi yang digunakan sebagai objek penelitian ialah perusahaan yang termasuk dalam Indeks LQ45 periode Februari – Juli 2017. Menariknya indeks LQ 45 hanya terdiri dari 45 saham yang telah terpilih setelah melalui beberapa kriteria pemilihan dari saham-saham dengan likuiditas tinggi. Indeks LQ 45 dibuat dan diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia. Indeks LQ 45 sebagai salah satu indikator indeks

saham di BEI yang dapat dijadikan acuan sebagai bahan untuk menilai kinerja perdagangan saham. Indeks LQ 45 dihitung setiap enam bulan oleh Bursa Efek Indonesia dan dipublikasikan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia.

Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *cluster sampling*. *Cluster sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana pemilihan mengacu pada kelompok bukan pada individu. Penelitian ini mengambil sampel 10 perusahaan (emiten) yang termasuk dalam indeks LQ45 periode Februari – Juli 2017. Perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian ini terdiri dari berbagai sub sektor yang berbeda-beda sehingga dapat mengetahui perkembangan saham dari berbagai sub sektor yang berbeda. Daftar sampel yang digunakan pada penelitian dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1  
Daftar Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan	Sub Sektor
1	ANTM	PT Aneka Tambang (persero) Tbk	Metal & Mineral Mining
2	ASII	PT Astra International Tbk	Automotive & Components
3	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	Bank
4	BUMI	PT Bumi Resource Tbk	Coal Mining
5	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Food & Beverages
6	JSMR	PT Jasa Marga Tbk	Toll Road, Airport, Harbour & Allied Products
7	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	Pharmaceuticals
8	PGAS	PT Perusahaan Gas Negara Tbk	Energy
9	TLKM	PT Telekomunikasi Indonesia Tbk	Telecommunication
10	WSKT	PT Waskita Karya Tbk	Building Construction

Sumber : Bursa Efek Indonesia, *Laporan LQ45 Februari 2017*

### 3.4 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis sebagai berikut:

#### a. Analisis Fundamental

Penelitian ini menitik beratkan pada rasio keuangan perusahaan.

Analisis fundamental pada penelitian ini menggunakan lima rasio yaitu *Earning per Share (EPS)*, *Price Earning Ratio (PER)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*.

#### b. Analisis Teknikal

Analisis teknikal adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk memprediksi tren suatu harga saham dengan cara mempelajari data historis yang lampau, seperti pergerakan harga dan volume perdagangan. Penelitian ini melakukan analisis teknikal selama lima bulan yaitu dari Januari hingga Mei 2017. Analisis teknikal ini dapat menunjukkan pergerakan harga-harga saham selama lima bulan.

### 3.5 Teknik Pengolahan Data Analisis

Data saham yang dijadikan bahan penelitian kemudian dikumpulkan dan selanjutnya akan

dilah. Semua data yang terkumpul kemudian disajikan dalam susunan yang baik dan rapi dalam bentuk tabel. Data penelitian tersebut diliat perkembangannya setiap bulannya dan dilihat perkembangan selama beberapa tahun kebelakang. Setelah menganalisis perusahaan, langkah selanjutnya yaitu:

- Membeli saham pada 10 perusahaan dari sub sektor yang berbeda-beda melalui website [www.pnj.idxcode.com](http://www.pnj.idxcode.com). Harga beli setiap emiten sebesar kurang dari Rp2.000.000.
- Setelah melakukan pembelian maka data saham emiten dicatat dengan berupa tabel agar lebih mudah dipahami.
- Kemudian dilakukan pencatatan secara berkala perkembangan harga saham setiap akhir bulan.
- Setelah tiga bulan, data yang dihasilkan akan dikelola
- Data saham yang telah dikelola kemudian dibandingkan dengan deposito, emas dan ORI

### Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Pengujian Data

Dalam penelitian ini, dilakukan penelitian eksperimen dengan membeli saham melalui

[www.pnj.idxcode.com](http://www.pnj.idxcode.com) kemudian didiamkan selama tiga bulan dari Februari hingga Mei 2017. Pembelian saham terhadap sepuluh saham yang

dijadikan sebagai objek penelitian dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2  
Data Pembelian Saham

No	Tanggal	Kode	Harga	Vol.	Sub Total	Biaya	Total
1	14/2/2017	ANTM	Rp 820	20	Rp 1.640.000	Rp 4.920	Rp 1.644.920
2	13/2/2017	ASII	Rp 8.125	2	Rp 1.625.000	Rp 4.875	Rp 1.629.875
3	14/2/2017	BBRI	Rp 11.975	1	Rp 1.197.500	Rp 3.593	Rp 1.201.093
4	13/2/2017	BUMI	Rp 422	40	Rp 1.688.000	Rp 5.064	Rp 1.693.064
5	13/2/2017	INDF	Rp 8.050	5	Rp 1.610.000	Rp 4.830	Rp 1.614.830
6	14/2/2017	JSMR	Rp 4.810	4	Rp 1.924.000	Rp 5.772	Rp 1.929.772
7	14/2/2017	KLBF	Rp 1.490	12	Rp 1.788.000	Rp 5.364	Rp 1.793.364
8	13/3/2017	PGAS	Rp 2.720	6	Rp 1.632.000	Rp 4.896	Rp 1.636.896
9	13/2/2017	TLKM	Rp 3.910	5	Rp 1.955.000	Rp 5.865	Rp 1.960.865
10	14/2/2017	WSKT	Rp 2.620	7	Rp 1.834.000	Rp 5.502	Rp 1.839.502
<b>Total Portofolio</b>							<b>Rp 16.944.181</b>

Sumber: [www.pnj.idxcode.com](http://www.pnj.idxcode.com)

Total pembelian pada sepuluh saham yaitu sebesar Rp16.944.181. Setelah dilakukan pembelian saham, setiap bulannya dilakukan penyajian perkembangan harga-harga saham hingga akhir Mei 2017.

Perkembangan harga-harga saham pada bulan Maret 2017 dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3  
Perkembangan Investasi Saham  
31 Maret 2017

No	Code	Avg. Price	Vol.	Market Price	Market Value	Lost/Gain
1	ANTM	Rp 820	20	Rp 730	Rp 1.460.000	Rp (180.000)
2	ASII	Rp 8.125	2	Rp 8.625	Rp 1.725.000	Rp 100.000
3	BBRI	Rp 11.975	1	Rp 12.975	Rp 1.297.500	Rp 100.000
4	BUMI	Rp 422	40	Rp 332	Rp 1.328.000	Rp (360.000)
5	INDF	Rp 8.050	2	Rp 8.000	Rp 1.600.000	Rp (10.000)
6	JSMR	Rp 4.810	4	Rp 4.620	Rp 1.848.000	Rp (76.000)
7	KLBF	Rp 1.490	12	Rp 1.540	Rp 1.848.000	Rp 60.000
8	PGAS	Rp 2.720	6	Rp 2.530	Rp 1.518.000	Rp (114.000)
9	TLKM	Rp 3.910	5	Rp 4.130	Rp 2.065.000	Rp 110.000
10	WSKT	Rp 2.620	7	Rp 2.370	Rp 1.659.000	Rp (175.000)
<b>TOTAL</b>					<b>Rp 16.348.500</b>	<b>Rp (545.000)</b>

Sumber: data diolah penulis

Pada akhir Maret 2017, penelitian mengalami kerugian sementara sebesar Rp545.000. Dalam penelitian ini, terdapat enam perusahaan yang mengalami penurunan harga yaitu terjadi pada saham ANTM, BUMI, INDF, JSMR, PGAS, dan

WSKT sedangkan harga saham yang mengalami peningkatan terjadi pada saham ASII, BBRI, KLBF, TLKM. Perkembangan harga saham pada bulan April 2017 dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4  
Perkembangan Investasi Saham  
28 April 2017

No	Code	Avg. Price	Vol.	Market Price	Market Value	Lost/Gain
1	ANTM	Rp 820	20	Rp 695	Rp 1.390.000	Rp (250.000)
2	ASII	Rp 8.125	2	Rp 8.950	Rp 1.790.000	Rp 165.000
3	BBRI	Rp 11.975	1	Rp 12.900	Rp 1.290.000	Rp 92.500
4	BUMI	Rp 422	40	Rp 448	Rp 1.792.000	Rp 104.000
5	INDF	Rp 8.050	2	Rp 8.375	Rp 1.675.000	Rp 65.000
6	JSMR	Rp 4.810	4	Rp 4.640	Rp 1.856.000	Rp (68.000)
7	KLBF	Rp 1.490	12	Rp 1.585	Rp 1.902.000	Rp 114.000
8	PGAS	Rp 2.720	6	Rp 2.430	Rp 1.458.000	Rp (174.000)
9	TLKM	Rp 3.910	5	Rp 4.370	Rp 2.185.000	Rp 230.000
10	WSKT	Rp 2.620	7	Rp 2.390	Rp 1.673.000	Rp (161.000)
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 17.011.000</b>	<b>Rp 117.500</b>	

Sumber: data diolah penulis

Pada bulan April kerugian investasi saham semakin berkurang sehingga pada bulan April 2017 mendapatkan laba sebesar Rp117.500. Terdapat empat perusahaan yang mengalami penurunan

harga saham yaitu ANTM, JSMR, PGAS, WSKT. Pada akhir penelitian dapat diketahui jumlah laba yang didapatkan dengan melihat tabel 5.

Tabel 5  
Hasil Penelitian  
31 Mei 2017

No	Code	Avg. Price	Vol.	Market Price	Market Value	Lost/Gain
1	ANTM	Rp 820	20	Rp 775	Rp 1.550.000	Rp (90.000)
2	ASII	Rp 8.125	2	Rp 8.750	Rp 1.750.000	Rp 125.000
3	BBRI	Rp 11.975	1	Rp 14.475	Rp 1.447.500	Rp 250.000
4	BUMI	Rp 422	40	Rp 384	Rp 1.536.000	Rp (152.000)
5	INDF	Rp 8.050	2	Rp 8.750	Rp 1.750.000	Rp 140.000
6	JSMR	Rp 4.810	4	Rp 5.250	Rp 2.100.000	Rp 176.000
7	KLBF	Rp 1.490	12	Rp 1.540	Rp 1.848.000	Rp 60.000
8	PGAS	Rp 2.720	6	Rp 2.400	Rp 1.440.000	Rp (192.000)
9	TLKM	Rp 3.910	5	Rp 4.350	Rp 2.175.000	Rp 220.000
10	WSKT	Rp 2.620	7	Rp 2.380	Rp 1.666.000	Rp (168.000)
<b>TOTAL</b>				<b>Rp 17.262.500</b>	<b>Rp 369.000</b>	

Sumber: data diolah penulis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari bulan Februari hingga Mei 2017 menunjukkan bahwa potensi keuntungan investasi saham sebesar Rp369.000 atau 2,2%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan investasi saham yang didiamkan selama tiga bulan dapat menjadi pertimbangan untuk dijadikan sebagai alternatif investasi.

#### 4.2 Perbandingan Investasi Lain

Pada penelitian ini, akan dilakukan perbandingan investasi saham dengan investasi lain yaitu:

##### a. Deposito

Dalam penelitian ini, diasumsikan membandingkan hasil persentase keuntungan investasi saham dengan deposito dengan jangka waktu tiga bulan. Pada saat dilakukan penelitian, suku bunga deposito pada Bank Negara Indonesia dengan saldo kurang dari Rp100.000.000 yaitu sebesar 6% dengan jangka waktu tiga bulan. Jika diasumsikan melakukan investasi deposito pada Bank Negara Indonesia

sebesar Rp16.944.181 tanpa menghitung pajak, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:
Saldo deposito                                   Rp16.944.181
Bunga deposito                                   6%
Bunga simpanan $(\frac{Rp16.944.181 \times 6\% \times 90}{360}) = Rp 254.163$

Asumsi diatas menunjukkan bahwa potensi keuntungan investasi deposito sebesar Rp254.163 atau 1,5%. Namun jika dibandingkan dengan investasi saham, potensi keuntungan investasi saham masih lebih tinggi.

b. Emas

Penelitian ini membandingkan investasi saham dengan emas. Emas yang akan dijadikan perbandingan yaitu logam mulia Antam. Pada tanggal 13 Februari 2017 harga logam mulia Antam 1gr seharga Rp589.000/gr, semakin banyak jumlah gram yang akan dibeli, maka semakin murah harga logam mulia. Jika pada penelitian ini diasumsikan membeli logam mulia Antam pada 13 Februari 2017 membeli 5gr dengan harga Rp2.800.000 dan 25gr dengan harga Rp13.800.000, total pembelian sebesar Rp16.600.000. Jika dilakukan pembelian logam mulia Antam 5gr maka harga logam mulia menjadi Rp560.000/gr dan untuk 25gr seharga Rp552.000/gr. Kemudian pada tanggal 31 Mei harga *buyback* logam mulia Antam seharga Rp 535.000/gr, maka jika logam mulia Antam dijual akan berpotensi mengalami kerugian sebesar Rp 550.000. Sehingga investasi logam mulia Antam selama tiga bulan mengalami potensi kerugian sebesar Rp 550.000 atau 3,3%. Pada tanggal 31 Mei 2017, harga logam mulia masih sama dengan harga pada saat membeli yaitu seharga Rp 589.000/gr.

c. Obligasi Retail Indonesia (ORI)

Diasumsikan dilakukan investasi Obligasi Retail Indonesia sebesar Rp15.000.000 dengan seri ORI013 yang masa waktu penawaran 29 September – 20 Oktober 2016 dengan kupon sebesar 6,6% per tahun dengan tidak menghitung pajak, maka dapat dilihat sebagai berikut:

$$\text{Bunga 1 tahun : } 6,6\% \times (1-15\%) = 5,61\%$$

Bunga 1 bulan :  $5,61/12 = 0,4675\%$

Hasil bunga 1 bulan :

$$Rp15.000.000 \times 0,4675\% = Rp70.125$$

Jika hasil bunga selama 3 bulan :

$$Rp70.125 \times 3 = Rp210.375$$

Maka, hasil dari perhitungan potensi keuntungan bunga Obligasi Retail Indonesia selama tiga bulan yaitu sebesar Rp210.375 atau 1,4%.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari bulan Februari – Mei 2017 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada saat dilakukan penelitian, investasi saham lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan investasi deposito, emas dan Obligasi Ritel Indonesia (ORI).
2. Pada penelitian yang dilakukan ini, investasi saham dengan modal yang diinvestasikan sebesar Rp16.944.181 mendapatkan potensi keuntungan sebesar 2,2%, sedangkan investasi deposito dengan jumlah modal yang sama mendapatkan potensi keuntungan sebesar 1,5%, kemudian obligasi ritel Indonesia dengan modal investasi sebesar Rp15.000.000 mendapatkan potensi keuntungan 1,4% dan investasi logam mulia Antam dengan total investasi sebesar Rp16.600.000 mengalami potensi kerugian sebesar 3,3% jika logam mulia tersebut dijual. Oleh karena itu, pada penelitian yang dilakukan dari Februari hingga Mei 2017, investasi saham menghasilkan potensi keuntungan yang lebih besar sehingga dapat dijadikan alternatif dalam investasi.

### Daftar Pustaka

Bursa Efek Indonesia (2017). *Yuk Nabung Saham*.  
Rahman, Arif (2011). *Investasi Cerdas*. Jakarta:  
Gagasan Media

Untung, Budi (2011). *Hukum Bisnis Pasar Modal*.  
Yogyakarta: CV Andi Offset

Utami, Endah Tri (2010). *Cara cerdas berinvestasi via online trading*. Jakarta: TransMedia Pustaka  
Yusuf, A. Muri (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*.  
Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandirior.

# PENGARUH BEBAN PIUTANG TAK TERTAGIH TERHADAP LABA (STUDI KASUS PADA PT. BFI FINANCE INDONESIA TBK)

**Agus Kusumaramdhani**  
*Email: guskus@akuntansi.pnj.ac.id*

*Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.*

## Abstrak

Piutang merupakan klaim suatu perusahaan pada pihak lain, hampir semua entitas memiliki piutang kepada pihak lain baik yang terkait dengan transaksi penjualan/pendapatan maupun merupakan piutang yang berasal dari transaksi lainnya. Perusahaan yang sebagian besar atau bahkan seluruh pembayarannya dilakukan secara kredit selalu mewaspada akan adanya risiko tidak tertagih piutang usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah beban piutang tak tertagih terhadap laba pada PT BFI Finance Indonesia Tbk.. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Data yang dianalisis menggunakan uji normalitas, uji linieritas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari persamaan regresi nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 168771,744 menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai nol atau diabaikan. Maka nilai laba adalah sebesar 168771,744. Koefisien regresi untuk variabel Piutang Tak Tertagih bernilai 3,101 yang berarti piutang Tak Tertagih memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel piutang Tak Tertagih dengan Laba setiap pertambahan satu persen piutang Tak Tertagih maka akan meningkatkan laba sebesar 3,101. Hasil dari korelasi nilai berada pada interval 0,60-0,799 yang memiliki tingkat hubungan kuat. Dengan kata lain variabel beban piutang Tak Tertagih memiliki tingkat hubungan kuat terhadap variabel laba, sedangkan hasil dari koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai  $R = 0,659$  dan nilai  $R^2 = 0,434$ . Nilai  $R^2$  ini menunjukkan bahwa 43,4% perubahan yang terjadi pada piutang Tak Tertagih yang dapat mempengaruhi variabel laba dan sisanya 46,6% (didapat dari 100% - 43,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Berdasarkan hasil dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung piutang tak tertagih sebesar  $6,111 > 4,795$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel piutang Tak Tertagih dengan laba rugi.

**Kata Kunci :** Beban Piutang Tak Tertagih, Laba

## Abstract

Receivables are claims of a company on the other hand, almost all entities have receivables to other parties either associated with sales / revenue transactions or are receivables derived from other transactions. Companies that most or even all payments made on credit are always wary of the existence of the risk of uncollectible accounts receivable. This study aims to determine whether the expense of bad debt accounts to earnings at PT BFI Finance Indonesia Tbk. The method used by writer in this research is descriptive and verifikatif method. The data were analyzed using normality test, linearity test, simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, and coefficient of determination analysis. The result of the regression equation of the constant value ( $\alpha$ ) = 168771,744 indicates that if the independent variable is zero or omitted. Then the value of profit is equal to 168771,744. The regression coefficient for variable Bad debt Receivables is 3.101, which means hesitant receivables have positive value. This indicates a unidirectional relationship between the variable of bad debt accounts with Profit of each increase of one percent of bad debt receivables will increase the profit of 3.101. The results of the correlation values are at intervals of 0.60-0.799 which have a strong relationship level. In other words, the variable of bad debt accounts receivable has a strong relationship to the profit variable. While the results of the coefficient of determination showed that the value of  $R = 0.659$  and  $R^2 = 0.434$ . The value of  $R^2$  shows that 43.4% of the changes that occur in bad debt receivables that can affect the variable earnings and the remaining 46.6% (obtained from 100% - 43.4%) influenced by other variables not examined in this study. Based on the result of t test result obtained t value of bad debts receivable equal to  $6,111 > 4,795$  with significance value  $0,000 < 0,05$ . Then  $H_a$  is rejected and  $H_0$  is accepted. This means that there is a significant relationship between the variable of bad debt accounts and profit and loss.

**Key words:** Bad Debt, Profit

## Pendahuluan

Perusahaan merupakan badan usaha yang menjalankan kegiatan di bidang perekonomian (keuangan, industri, dan perdagangan), yang dilakukan secara terus menerus atau teratur terang-terangan, dan dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Dengan adanya laba yang cukup tinggi dan didukung oleh nilai perusahaan yang semakin baik maka kredibilitas dan kontinuitas perusahaan (*Going concern*) dapat dipertahankan serta perusahaan dapat tumbuh terus dan melakukan ekspansi dalam bisnisnya.

Meski terjadi persaingan antara perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (*Going concern*), namun hal inilah yang pada dasarnya memacu setiap perusahaan untuk memberikan pelayanan dan kualitas lebih baik lagi demi memenangkan pasar.

Akibat dari kebijakan penyediaan fasilitas kredit akan menimbulkan hak penagihan piutang. adanya bunga pinjaman terkait dengan piutang serta akan bertambahnya risiko berupa penjualan kredit yang tidak terbayar oleh pelanggan atau piutang yang tidak tertagih (*bad debt*), sehingga biasanya mengurangi jumlah penjualan bersih perusahaan dari total besarnya piutang yang dimiliki.

Piutang terjadi kerena adanya penyediaan fasilitas secara kredit. Banyak perusahaan yang menjual barang dagang atau jasa mereka secara kredit karena penjualan secara kredit tersebut merupakan suatu upaya untuk meningkatkan (untuk mencegah penurunan) penjualan. Dengan penjualan secara kredit meningkat maka piutang pun meningkat dan diharapkan laba juga meningkat. Penjualan atas dasar selain penjualan tunai memang memiliki risiko menimbulkan kegagalan dalam menagih piutang. Menurut Kieso, Weygandt, Warfield dalam buku Akuntansi *Intermediate* (2007:390).

"Piutang usaha tak tertagih adalah kerugian pendapatan, yang memerlukan, melalui ayat jurnal pencatatan yang tepat dalam akun, penurunan aktiva piutang usaha serta penurunan yang berkaitan dengan laba dan ekuitas pemegang saham, kerugian pendapatan dan penurunan laba diakui dengan mencatat beban piutang tak tertagih. Tanpa memperhatikan kriteria yang digunakan dalam pemberian kredit dan prosedur yang diterapkan, biasanya sebagian dari penjualan kredit dipastikan tidak akan tertagih.

Dalam hal piutang tidak tertagih, meskipun perusahaan telah berhati-hati dalam hal memberikan kebijakan fasilitas kredit pembiayaan, misalnya mengharuskan calon debitur untuk memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, namun perusahaan tidak dapat lepas dari adanya piutang yang tidak dapat ditagih (*bad debt*). Piutang yang tidak dapat ditagih ini merupakan konsekuensi nyata dari kebijakan penyediaan fasilitas kredit dalam hal pembiayaan.

Kerugian yang timbul dari piutang yang tidak tertagih ini oleh akuntansi diakui sebagai kerugian

piutang. Penyebab piutang tak tertagih dari segi pemilik piutang karena kurangnya usaha penagihan, kurangnya kontrol dari pemberi piutang, kurangnya analisis seleksi dalam pemberian kredit, atau perusahaan tersebut memiliki piutang di perusahaan lain tetapi perusahaan lain juga belum bisa membayar piutangnya sehingga perusahaan tersebut menunggu piutangnya dibayar oleh pihak lain, dan jika piutangnya dibayar oleh pihak lain maka perusahaan tersebut akan membayar piutangnya kepada perusahaan yang bersangkutan, sedangkan dari segi pihak yang berutang penyebabnya bisa bermacam-macam, misalnya pihak yang berutang tiba-tiba mengalami kesulitan keuangan, kebangkrutan usaha atau pihak yang berutang memang mempunyai motif untuk secara sengaja tidak membayar utangnya.

Dalam kondisi ketidakpastian, merupakan suatu hal yang wajar jika ada sejumlah piutang dagang perusahaan yang tak tertagih pada saat jatuh tempo dan bahkan ada yang benar-benar tidak dapat dibayar oleh pihak yang berutang, sehingga terpaksa dihapuskan oleh pemilik piutang. Tetapi perusahaan biasanya tidak dapat mengetahui dengan tepat berapa besar nilai piutang yang dapat ditagih maupun yang tidak dapat ditagih.

Akibat dari adanya piutang yang tidak tertagih ini maka akan sangat berpengaruh pada laba. Dimana semakin besar biaya yang disisihkan untuk kerugian piutang tidak tertagih, maka semakin sedikit laba yang didapatkan.

Begitu pun juga dengan PT BFI Finance Indonesia, Tbk. (BFI) yang didirikan pada tahun 1982 sebagai perusahaan patungan dengan Manufacturer Hanover Leasing Corporation (MHLC), Amerika Serikat. BFI juga berperan sebagai lembaga pembiayaan untuk memberikan permodalan bagi masyarakat, kemudian pada tahun 1990, BFI mendapatkan izin sebagai perusahaan Multi Finance, dari sebelumnya hanya sebagai perusahaan leasing; kemudian berganti nama menjadi PT. Bunas Finance Indonesia.

PT. BFI Finance Indonesia Tbk mulai melebarkan sayap di bidang *leasing* (sewa guna usaha), *consumer financing* (pembiayaan konsumen). Produk-Produk di PT BFI Finance Indonesia, Tbk, adalah sebagai berikut :

1. DE (Dana Express). Adalah pembiayaan konsumen yang bergerak di dalam pemberian kredit dalam bentuk dana untuk memenuhi kebutuhan atas pengadaan barang yang di inginkan oleh konsumen dengan sistem pembayaran secara angsuran, di mana konsumen yang membutuhkan pinjaman dana diwajibkan untuk menyerahkan BPKB Mobil sebagai jaminan.

2. KCM (Kredit Cicilan Mobil). Adalah usaha pembiayaan dalam bentuk penyediaan barang khususnya mobil, untuk kepentingan konsumen. Di mana konsumen di wajibkan untuk membayar

angsuran atau cicilan dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan dengan PT BFI Finance Indonesia Tbk.

Setelah melaksanakan restrukturisasi keuangan antara tahun 1998 hingga 2000 sebagai akibat dari krisis ekonomi yang terjadi di Asia termasuk Indonesia. PT BFI Finance Indonesia Tbk menyelesaikan proses restrukturisasi keuangan tersebut pada tahun 2001, dan mendapat dukungan yang besar dari para pemegang saham baru. Sebagai dampaknya PT BFI Finance Indonesia Tbk tumbuh menjadi perusahaan dengan neraca yang sehat dan bersih, didukung oleh para profesional yang mempunyai kemampuan di bidangnya, dan memiliki jaringan bisnis yang luas dalam mengejar peluang bisnis baru di Indonesia. Lebih lanjut, bisnis PT BFI Finance Indonesia Tbk beralih ke pembiayaan mobil bekas baik untuk produktif maupun komersial, terutama bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) maupun wirausaha. Strategi tersebut dinilai berhasil, terbukti dengan peningkatan pertumbuhan perusahaan, performa keuangan yang sehat dan kualitas kredit yang baik.

Per Maret 2008, PT BFI Finance Indonesia Tbk memiliki lebih dari 60 cabang yang tersebar diseluruh Indonesia, dan didukung oleh lebih dari 1,300 karyawannya, PT BFI Finance Indonesia Tbk mampu mendapatkan dan memproses aplikasi serta menagih piutang secara efisien dan terbukti dengan beberapa penghargaan PT BFI Finance Indonesia Tbk (BFI) adalah perusahaan pembiayaan, yang menawarkan kepada para pelanggannya berbagai rangkaian produk jasa keuangan dalam bentuk sewa guna usaha dan pembiayaan konsumen dengan jangkauan pelayanan hampir disebagian besar propinsi di Indonesia. Untuk dapat memenuhi peran tersebut PT BFI Finance Indonesia Tbk senantiasa memelihara kepercayaan dengan para pemegang saham, karyawan, pelanggan dan stakeholder lainnya secara profesional dan berintegritas serta bertindak dengan penuh kehati-hatian. Untuk mencapai keberhasilan, diperlukan tingkat perilaku yang dapat diterima semua pihak. Prinsip-prinsip berusaha yang tercantum dalam pedoman ini menetapkan standar perilaku tersebut.

Pedoman Prinsip-Prinsip Berusaha ini berlaku bagi seluruh kegiatan PT BFI Finance Indonesia Tbk baik di pusat maupun dikantor-kantor cabang, serta bagi setiap karyawannya. Semua pihak yang berwenang didalam PT BFI Finance Indonesia Tbk mempunyai kewajiban untuk memastikan bahwa prinsip-prinsip ini dikomunikasikan secara lengkap kepada karyawannya untuk ditaati dengan sungguh-sungguh. terkait dengan pencapaian tersebut.

Piutang merupakan klaim suatu perusahaan pada pihak lain, hampir semua entitas memiliki piutang kepada pihak lain baik yang terkait dengan transaksi penjualan/pendapatan maupun merupakan piutang yang berasal dari transaksi lainnya, Dwi Martani *et al.* (2012:193).

Ekspektasi perusahaan adalah mencari laba sebanyak-banyaknya yang bertujuan untuk mensejahterakan para pemegang saham dengan deviden yang didapatnya. Sehingga dari hal tersebut perusahaan dapat dikatakan berhasil dan mampu menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Fenomena piutang tak tertagih pada perusahaan PT BFI Indonesia Tbk pada triwulan I Tahun 2013, nilai piutang pembiayaan konsumen BFIN tercatat sebesar Rp 16,120 triliun, pada triwulan II sebesar Rp 11,190 triliun, kemudian pada triwulan III mengalami kenaikan sebesar Rp 12,128 triliun dan pada triwulan IV mengalami kenaikan kembali sebesar Rp 59,922 triliun. Hal ini akan mengakibatkan turunnya nilai perusahaan lingkar pasar modal Indonesia. Pada tabel 1.1 ini dapat dilihat posisi Piutang tak tertagih pada PT BFI Indonesia Tbk pada tahun 2013 dalam triliun (Rp)

**Tabel 1**  
Data Piutang Tak Tertagih  
PT. BFI Finance Indonesia Tbk.  
tahun 2013

Triwulan	Piutang Tak Tertagih
I	16.120
II	11.190
III	12.128
IV	59.922

Tujuan umum perusahaan adalah mencapai/memperoleh laba, laba yang dihasilkan tersebut dapat mempengaruhi *going concern* perusahaan dalam aktifitas operasionalnya. Sedangkan kemampuan perusahaan memanfaatkan *asset* yang ada untuk menghasilkan pendapatan disebut profitabilitas. Variabel ini diprosksi melalui *return on asset*, yang diukur dari laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aktiva. Hal tersebut sesuai dengan salah satu postulat akuntansi adalah *going concern* disebut juga sebagai *continuity*. Postulat ini menganggap bahwa perusahaan akan terus melaksanakan operasinya sepanjang proses penyelesaian proyek, perjanjian dan kegiatan yang sedang berlangsung.

Penjualan kredit yang diberikan perusahaan leasing merupakan piutang. Piutang yang telah melewati masa kontrak dan belum dibayar disebut piutang tak tertagih.

Piutang usaha dapat meningkatkan penjualan, yang selanjutnya dapat meningkatkan laba tetapi dengan meningkatnya jumlah piutang juga meningkatkan biaya pengurusan dan bertambahnya resiko kerugian sebagai akibat piutang yang tak tertagih. Timbulnya atau penghapusan piutang secara wajar sangat ditentukan oleh prosedur pencatatan yang baik. Piutang yang dihapuskan akan diakui sebagai kerugian yang berakibat pada

kenaikan beban, dan berpengaruh pada laba perusahaan.

Laba merupakan salah satu indikator perusahaan, dimana laba diperoleh jika jumlah pendapatan yang diterima perusahaan melebihi biaya yang dikeluarkan. Apalagi pada era globalisasi saat dimana perusahaan juga menghadapi krisis ekonomi beberapa tahun belakangan ini. Krisis ekonomi inilah yang dapat menghambat penjualan perusahaan secara tunai, untuk itulah diperlukan sistem penjualan secara kredit. Sistem penjualan kredit menjadi salah satu cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan sistem penjualan tersebut, diharapkan transaksi yang terjadi dalam partai besar dapat meningkat, selain itu perusahaan juga dapat memperoleh konsumen-konsumen baru sehingga secara tidak langsung laba perusahaan juga akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulthani (2012) menyatakan bahwa terdapat pengaruh beban penyisihan piutang tak tertagih terhadap laba operasional.

### Rumusan masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana besarnya beban piutang tak tertagih pada PT. BFI Finance Indonesia Tbk?
- 2) Apakah beban piutang tak tertagih berpengaruh secara signifikan terhadap laba pada PT. BFI Finance Indonesia Tbk?

### Review Pustaka

Menurut Kieso, Weygandt, Warfield yang diterjemahkan oleh Emil dalam bukunya Akuntansi Intermediate (2007:346). "piutang (*receivable*) adalah klaim uang, barang, atau jasa kepada pelanggan atau pihak-pihak lainnya."

Lalu menurut Sugiyono dalam bukunya Akuntansi dasar (2009:161) "Piutang merupakan semua tagihan kepada seseorang ataupun badan usaha atau pihak lainnya dalam satuan mata uang yang timbul sebagai akibat transaksi dimasa lampau"

Piutang terjadi kerena adanya penjualan secara kredit. Banyak perusahaan yang menjual barang dagang atau jasa mereka secara kredit karena penjualan secara kredit tersebut merupakan suatu upaya untuk meningkatkan (untuk mencegah penurunan) penjualan. Dengan penjualan secara kredit meningkat maka piutang pun meningkat dan diharapkan laba juga meningkat.

Pengertian piutang menurut Dwi Martani (2012:193). Piutang adalah klaim suatu perusahaan pada pihak lain.

Piutang menurut Al Haryono Jusup (2011:71). Piutang merupakan tagihan si penjual kepada si pembeli sebesar nilai transaksi penjual. Piutang bisa juga timbul apabila perusahaan memberi pinjaman sejumlah uang kepada pihak lain.

Jadi secara umum piutang timbul akibat adanya penjualan barang atau jasa secara kredit.

Piutang juga dapat timbul dengan adanya pemberian pinjaman uang kepada individu, perusahaan, atau organisasi atau transaksi-transaksi lainnya yang menciptakan suatu hubungan antara pihak yang memberi pinjaman dengan pihak yang terhutang. Piutang dicatat pada neraca dengan mendebet akun piutang usaha dan diklasifikasikan sebagai aktiva lancar. Pengawasan dilakukan untuk menghindari kerugian-kerugian yang lebih besar dapat timbul dari perkiraan ini akibat adanya piutang yang tak tertagih (*Bad debt expense*).

Menurut Eugene F. Brigham (2006:175), kredit terdiri atas empat variabel berikut ini:

- 1) Masa kredit, yang merupakan jangka waktu yang diberikan kepada pembeli untuk melunasi pembelinya.
- 2) Potongan harga yang diberikan untuk pembayaran lebih cepat, termasuk persentase potongan harga dan seberapa cepat pembayaran harus dilakukan untuk memenuhi persyaratan pemberian potongan harga.
- 3) Standar kredit yang memiliki arti kekuatan keuangan yang disyaratkan atas pelanggan yang menerima fasilitas kredit.
- 4) Kebijakan penagihan, yang diukur oleh seberapa keras perusahaan dalam usaha menagih akun-akun yang lambat pembayarannya.

Piutang tak tertagih timbul karena adanya risiko piutang yang tidak dapat terbayar oleh debitur perusahaan karena berbagai alasan, misalnya pailit/bangkrut, karakteristik pelanggan. Semakin banyak piutang yang diberikan maka semakin banyak pula jumlah piutang yang tak terbayar.

Pengertian piutang tak tertagih menurut para ahli antara lain:

Menurut Keiso (2009:350) piutang tak tertagih adalah kerugian pendapatan yang memerlukan, melalui ayat jurnal pencatatan yang tepat dalam akun, penurunan aktiva piutang serta penurunan yang berkaitan dengan laba dan ekuitas pemegang saham.

Menurut Hery (2013:186) piutang tak tertagih timbul adanya pelanggan yang tidak bisa membayar karena menurunnya omzet penjualan sebagai akibat dari lesunya perekonomian dan kebangkrutan dialami debitur.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan piutang usaha suatu perusahaan tidak tertagih, baik dari sisi pemilik piutang maupun dari sisi pihak yang berhutang. Salah satu penyebab tidak tertagihnya suatu piutang usaha dari sisi pemilik piutang adalah karena kurangnya kontrol dari pemberi piutang, kurangnya seleksi dalam pemberian kredit, sedangkan dari sisi pihak yang berhutang penyebabnya bisa bermacam-macam, misalnya pihak yang berhutang tiba-tiba mengalami kesulitan keuangan bahkan bisa karena kebangkrutan usaha. Dari pendapat diatas piutang tak tertagih merupakan suatu kerugian piutang yang terjadi akibat dari pembayaran pelanggan yang macet sehingga tidak dapat dibayar dan menjadi kerugian perusahaan

yang di hutangkannya. Penyebab piutang tak tertagih karena :

1. Perusahaan gulung tikar (bangkrut) sehingga tidak dapat membayar hutang lagi
2. Perusahaan pindah lokasi tempat usaha dan sulit untuk dihubungi.
3. Perusahaan penipuan tidak mau membayar hutang.

Penyisihan piutang tak tertagih merupakan pembebanan kemungkinan rugi karena tidak tertagihnya piutang. Jumlah yang tercantum di dalamnya merupakan suatu taksiran. Dari cara perhitungan yang telah dibicarakan terlihat bahwa nama-nama pelanggan tidak dapat diidentifikasi, maka penyisihan piutang tak tertagih dicatat dalam akun terpisah.

Dengan cara ini rincian piutang menurut nama debitur berdasarkan jumlah brutonya masih dapat dibuat. Adakalanya telah dapat dipastikan bahwa piutang kepada seseorang pelanggan tertentu tidak akan dapat ditagih. Misalnya karena pelanggan yang bersangkutan telah dinyatakan pailit, bangkrut atau lari ke luar negeri. Terhadap piutang yang demikian, harus dihapuskan, penghapusan piutang berbeda dengan penyisihan piutang tak tertagih. Dalam penghapusan piutang, saldo piutang kepada pelanggan tertentu dikeluarkan dari catatan perusahaan. Dengan penghapusan piutang tersebut, nama dan saldo piutang pelanggan yang bersangkutan tidak akan muncul lagi dalam rincian piutang. Piutang dagang harus dilaporkan sebesar nilai realisasi bersihnya, yaitu : piutang usaha dikurangi piutang yang tak tertagih.

Menurut Al Haryono Jusup (2011:76). Ada dua metode cara memperlakukan piutang tak tertagih, sebagai berikut:

#### A. Metode Penghapusan Langsung

Dalam metode ini kerugian piutang akan dicatat pada saat perusahaan mendapat kepastian bahwa suatu piutang kepada debitur tertentu tidak akan dapat ditagih. Keyakinan itu muncul misalnya ketika perusahaan mendapat informasi bahwa debitur dinyatakan bangkrut atau ketika seorang debitur tidak melaksanakan kewajibannya tidak diketahui lagi. Berbagai hal semacam itu mungkin terjadi dan bisa terjadi sepanjang tahun walaupun metode ini sederhana namun penerapan metode ini akan mengurangi kemanfaatan laporan keuangan, baik laporan laba rugi maupun neraca. Oleh karena itu metode penghapusan langsung tidak diakui untuk pelaporan keuangan, kecuali bila kerugian piutang kecil sekali jumlahnya.

**Tabel 2**  
**Metode Penghapusan Langsung**

Jenis tansaksi	Jurnal	Debit	Kredit
-------------------	--------	-------	--------

	Beban piutang tak tertagih	Beban piutang tertagih	Rp. xxx
	Piutang usaha		Rp. xxx
Penerimaan kas dari piutang yang telah dihapuskan	Piutang usaha	Rp. xxx	
	Kas	Rp. xxx	Rp. xxx
	Piutang usaha		

Menurut Al Haryono Jusuf dalam bukunya Dasar-dasar Akuntansi jilid 2 (2011:76) "dalam metode penghapusan langsung, akun beban kerugian piutang hanya akan menunjukkan jumlah kerugian yang sesungguhnya diderita, dan aset piutang usaha akan dilaporkan dalam neraca sebesar jumlah brutonya."

#### B. Metode Penyisihan/Cadangan

Dalam metode cadangan untuk akuntansi atas piutang tak tertagih, perusahaan harus menaksir besarnya piutang yang diperkirakan tidak dapat ditagih pada setiap akhir tahun. Dengan cara seperti itu akan diperoleh penandingan (*matching*) antara pendapatan dan beban yang lebih tepat. Selain itu dalam laporan posisi keuangan (neraca), piutang dapat disajikan sebesar nilai bersih piutang yang dapat direalisasi. Nilai bersih mencerminkan jumlah bersih kas yang diharapkan perusahaan dapat diterima secara tunai. Dalam jumlah tersebut piutang sudah dikurangi dengan jumlah yang diperkirakan tidak akan dapat ditagih. dengan demikian dalam metode ini piutang usaha dalam neraca harus dikurangi dengan jumlah yang diperkirakan tak tertagih.

Dalam hal ini pihak manajemen tidak menunggu sampai suatu piutang dagang benar-benar tidak dapat ditagih, melainkan membuat suatu perkiraan jumlah piutang yang kemungkinan tidak dapat ditagih. Ada 3 hal penting yang terkandung dalam metode ini:

- 1) Perusahaan menaksir jumlah piutang yang diperkirakan tak tertagih. Taksiran beban ini akan ditandingkan dengan pendapatan dari periode yang sama (periode pencatatan pendapatan).
- 2) Perusahaan mendebet taksiran kerugian piutang kedalam akun beban piutang tak tertagih dan mengkredit akun cadangan piutang tak tertagih melalui jurnal penyesuaian yang dibuat akhir periode.
- 3) Apabila perusahaan akan menghapus piutang tertentu yang sudah tidak dapat ditagih lagi, maka jumlah yang sesungguhnya tidak dapat ditagih tersebut didebetkan ke akun cadangan piutang tak tertagih dan jumlah yang sama di kreditkan ke akun piutang usaha.

Jurnal untuk metode penyisihan atau cadangan piutang adalah:

**Tabel 3**  
**Metode Penyisihan**

Jenis transaksi	Jurnal	Debit	Kredit
Penjualan secara kredit	Piutang usaha Penjualan	Rp. xxx	Rp. xxx
Mencatat penyisihan	bebán piutang tak tertagih cadangan piutang tak tertagih	Rp. xxx	Rp. xxx
Mencatat beban piutang tak tertagih	Cadangan piutang tak tertagih Piutang usaha	Rp. xxx	Rp. xxx
Mencatat kembali piutang yang telah dihapuskan	Piutang usaha Cadangan piutang tak tertagih	Rp. xxx	Rp. xxx
Penerimaan kas dari piutang yang telah dihapuskan	Kas Piutang usaha	Rp. xxx	Rp. xxx

### Hasil dan pembahasan

Penelitian ini dilakukan di PT. BFI Finance Indonesia Tbk (BFIN). Adapun data yang diteliti dalam penulisan skripsi ini adalah laporan keuangan yang berhubungan dengan variabel penelitian. Peneliti mengambil data yang menjadi sampel secara sekunder yang berasal dari PT. BFI Finance Indonesia Tbk, periode 2009-2016 yang diolah dengan menggunakan *SPSS versi 21*. Penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh beban piutang tak tertagih terhadap laba PT. BFI Finance Indonesia Tbk.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh PT. BFI Finance Indonesia Tbk, diperoleh beban piutang tak tertagih dan laba per triwulan periode 2009- 2016 dalam triliun (Rp) sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Data Piutang Tak Tertagih dan Laba Per Triwulan PT. BFI Finance Indonesia Tbk Periode 2009-2016**

<b>Dalam Triliun (Rp)</b>				
No	Tahun	Triwulan	Piutang Tak Tertagih	Laba
1	2009	I	158.000	70.411
		II	41.000	137.468
		III	158.000	205.096
		IV	1.724	301.368
2	2010	I	56.722	91.192
		II	5.251	177.181
		III	12.617	259.185
		IV	16.213	362.077
3	2011	I	7.890	101.336
		II	12.456	201.846
		III	14.909	302.207
		IV	50.432	425.382
4	2012	I	19.252	106.810
		II	32.161	228.900
		III	54.212	353.304
		IV	47.830	490.272
5	2013	I	16.120	123.101
		II	11.190	252.523
		III	12.128	388.099
		IV	59.922	508.619
6	2014	I	38.063	130.275
		II	78.265	259.039
		III	39.737	408.073
		IV	111.945	878.098
7	2015	I	49.891	147.478
		II	107.871	297.506
		III	153.751	454.822
		IV	96.816	650.288
8	2016	I	46.116	159.978
		II	83.898	340.439
		III	134.880	553.697
		IV	122.695	798.365

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

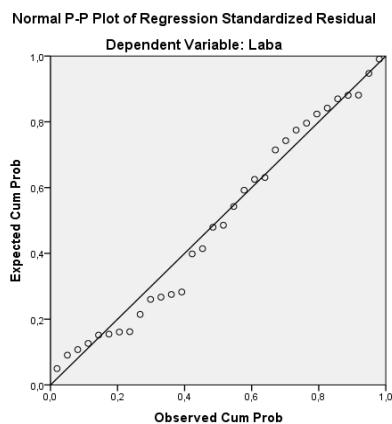
Jenis statistik pada penelitian ini adalah statistik parametris dimana data yang digunakan berbentuk rasio, maka data yang digunakan harus berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Dimana dalam uji normalitas ini dapat dilakukan dengan tiga metode yaitu : *Kolmogrov-Smirnov*, metode Plot, dan metode Histogram.

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendekripsi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan

penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi, apabila model regresi tidak berdistribusi normal maka kesimpulan dari uji F dan uji t masih meragukan, karena statistik uji F dan uji t pada analisis regresi diturunkan dari distribusi normal.

Pengujian dilakukan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS 21.0. Menurut Imam Ghazali dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa modal regresi memenuhi asumsi normalitas: dan
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 1** Normal Probability Plot

Sumber : Output SPSS 21 (2017)

Berdasarkan gambar 1 tentang grafik *normal probability plot* di atas, dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan bahwa pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini merupakan uji normalitas yang terakhir dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* (K-S).

**Table 6**  
**Hasil Uji Normalitas (Smirnov-Kolmogrov)**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std.	151318,0087
	Deviation	5698
Most Extreme Differences	Absolute	,127
	Positive	,127
	Negative	-,062

Test Statistic	,127
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS 21 (2017)

Berdasarkan tabel 6 uji *Kolmogrov-Smirnov* terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Linieritas**  
**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Laba	Bet (Com				
* wee bined	1,245E+12	30	4,149E+10	4,574	,357
Piuta	n )				
ng_T	Gro				
ak_T	Linea				
ertagi	rity				
h	Devi				
	ation				
	from				
	Linea				
	rity				
Within	907002461	1	907002461		
Groups		3			
Total	1,254E+12	31			

- Dependent Variable: Laba
- Predictors: (constant), Piutang Tak Tertagih

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat pada kolom sig 0,357 lebih besar dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel yang dianalisis.

Dari pengujian asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa data yang ada berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terdapat heterokedastisitas, tidak ada autokorelasi, sehingga bisa memenuhi persyaratan untuk melakukan analisis regresi linier berganda.

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Linier Sederhana**

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 168771,744 + 3,101 X$$

$\hat{Y}$  = Laba

X = Piutang Tak Tertagih

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

Dari hasil persamaan regresi tersebut, masing-masing dapat diinterpretasikan hubungannya dengan laba rugi sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 168771,744 menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai nol atau ditidakan. Maka nilai laba adalah sebesar 168771,744.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel Piutang Tak tertagih bernilai 3,101 yang berarti piutang Tak Tertagih memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel piutang tak tertagih dengan Laba setiap pertambahan satu persen piutang Tak Tertagih maka akan meningkatkan laba sebesar 3,101.

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan dua variabel yang diteliti yaitu variabel independen (piutang Tak Tertagih) dengan variabel dependen (laba), apakah mempunyai hubungan yang kuat atau lemah.

**Tabel 8**  
**Hasil Perhitungan Korelasi**

#### Correlations

		Piutang_Tak_Tertagih	Laba
Piutang_Tak_Tertagih	Pearson Correlation	1	,659**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	32	32
Laba	Pearson Correlation	,659**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	32	32

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Nilai Signifikansi: Dari output diatas diketahui Piutang Tak Tertagih nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Selanjutnya, antara piutang Tak Tertagih dengan laba nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

#### Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh adalah:

1. Besarnya piutang tak tertagih pada perusahaan PT BFI Indonesia Tbk pada triwulan I Tahun 2013, nilai piutang pembiayaan konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	168771,744	41272,097		4,089	,000		
Piutang_Tak_Tertagih	3,101	,647	,659	4,795	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Laba

BFIN tercatat sebesar Rp 16,120 triliun, pada triwulan II sebesar Rp 11,190 triliun, kemudian pada triwulan III mengalami kenaikan sebesar Rp 12,128 triliun dan pada triwulan IV mengalami kenaikan kembali sebesar Rp 59,922 triliun.. Hal ini akan mengakibatkan turunnya nilai perusahaan lingkar pasar modal Indonesia.

2. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi PT BFI Indonesia Tbk dapat dilihat bahwa hasil perhitungan diperoleh koefisien korelasi sebesar  $R = 0,659$ . Jika dibandingkan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, nilai di atas berada pada interval  $0,60 - 0,799$  yang memiliki tingkat hubungan kuat. Dengan kata lain variabel piutang Tak Tertagih memiliki tingkat hubungan kuat terhadap variabel laba. Dan koefisien determinasi pada PT BFI Indonesia Tbk diperoleh nilai  $R^2 = 0,659$  dan nilai R Square = 0,434. Nilai R Square ini menunjukkan bahwa 43,4% perubahan yang terjadi pada piutang Tak Tertagih yang dapat mempengaruhi variable laba dan sisanya 46,6% (didapat dari 100% - 43,4%) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan uji t dengan tingkat signifikansi 5%. Artinya piutang tak tertagih sebesar  $6,111 > 4,795$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel piutang Tak Tertagih dengan laba rugi.

#### Daftar pustaka

- Abdilah, Wily. Dan Jogiyanto Hartono. (2015). *Partial Least square (PLS)- Alternatif Struktur equation Modeling (SEM)* dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta :CV Andi Offset.
- Al Haryono Jusup, (2011) *Dasar-Dasar Akuntansi* Jilid 2 yogyakarta.
- Agus Indriyo, Gitusudarmo dan Basri.(2002).*Manajemen Keuangan*.Yogya karta:BPFE.

- |  |  |
|--|--|
| <p>Arikunto, S. (2013) <i>Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik</i>. Jakarta: Rineka cipta.</p> <p>Bambang, Riyanto, (2001). <i>Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan</i>, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.</p> <p>Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston, (2006). <i>Dasar-Dasar Manajemen Keuangan</i>, Buku Satu, Edisi Kesepuluh, Cetakan Pertama, Alih Bahasa Ali Akbar Yulianto, Salemba Empat, Jakarta.</p> <p>Cristine Y.A Mawitjere , (2006), <i>Analisis Piutang Tak Tertagih Berdasarkan Umur Piutang pada hotel berbintang dikota manado</i>, skripsi fakultas ekonomi Universitas Sam Ratulangi, Manado.</p> <p>Ghozali, Imam. (2011). <i>Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSSI</i>. Semarang: Universitas Diponogoro.</p> <p>Gozali, Imam. (2013). <i>Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21</i>. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponogoro.</p> <p>Hadri Mulya, 2010, "Pendekatan eknis Siklus Akuntansi", Mitra Wacana Media, Jakarta.</p> <p>Hery (2013) <i>Akuntansi Keuangan Menengah CPAS</i> Yogyakarta.</p> <p>James M Reeves, Carls S. Warren &amp; Jonathan E. Duchac . (2014). <i>Pengantar Akuntansi Adaptasi Indonesia</i> Buku 2 Jakarta : Salemba Empat.</p> <p>James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. (2005). <i>Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan</i>. Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.</p> <p>Kasmir. (2015) <i>Analisis Laporan Keuangan</i> edisi satu cetakan ke tujuh Jakarta. PT Raja Grafindo Persada</p> <p>Kasmadi dan Nia Siti Sunariah (2014). <i>Panduan Modern Penelitian Kuantitatif</i> . Bandung: Alfabeta.</p> <p>Kieso, donald (2009) <i>Akuntansi Intermediate</i> jilid 1 Erlangga Jakarta.</p> <p>Kieso, weyganet. (2007) Warfield <i>Akuntansi Intermediate</i> . Edisi ke-10 jilid 1. Erlanga: Jakarta.</p> <p>Krisnawati, Nelly. (2006). <i>Pengaruh Beban Piutang Tak Tertagih Terhadap Laba Operasional</i> pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang ITB Bandung.</p> <p>Kurniawan, Albert. (2014). <i>Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis; Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis</i>.Bandung: Alfabeta.</p> <p>Martani Dwi et al. (2012). <i>Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK</i> Jakarta: Salemba Empat.</p> | <p>Mashuri, (2008). <i>Penelitian Verifikatif</i> . Andi: Yogyakarta.</p> <p>Maya Rosmayani , (2010). <i>Pengaruh Beban Penyisihan Piutang Tak Tertagih Terhadap Laba Operasional</i> Pada PT. BPRS Alwadiah.</p> <p>Mega Ratna Sari. (2014). <i>Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Beban Penyisihan Piutang Tak Tertagih Terhadap Laba Operasional</i> (Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan BUMN periode 2006-2014)</p> <p>Munawir, S. 2016 <i>Analisis Laporan Keuangan</i> edisi empat Yogyakarta: Liberty Yogyakarta</p> <p>Nafarin, M. (2007), <i>Penganggaran Perusahaan</i>, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.</p> <p>Nuryaman dan Veronica Christian. (2015). <i>Metodologi Penelitian Akuntansi dan Bisnis Teori dan Praktik</i>. Bogor: Ghilia Indonesia.</p> <p>Priyatno duwi. (2012) <i>Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS</i> edisi kesatu. Yogyakarta.</p> <p>Sugiyono. (2009), <i>Akuntansi Dasar</i> . Bandung: Alfabeta.</p> <p>Sunyoto Danang, (2016) <i>Metodelogi penelitian Akuntansi</i> Bandung : PT. Refika Aditama.</p> <p>Sugiyono (2013) <i>Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&amp;D</i>. Bandung: ALFABETA.</p> <p>Sugiyono. (2016). <i>Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif</i> dan R&amp;D. Bandung: Alfabeta.</p> <p>Soemarso S.R. (2010), <i>Akuntansi Suatu Pengantar</i>, Buku 2 (Edisi 5), Salemba Empat, Jakarta.</p> <p>Soemarso S.R, (2004), <i>Akuntansi Suatu Pengantar</i>, Edisi Lima, Salemba Empat, Jakarta.</p> <p>Sugiyono. (2012). <i>Memahami Penelitian Kualitatif</i>. Bandung : ALFABETA</p> <p>Sulthani, Imam. (2012). <i>Pengaruh Beban Penyisihan Piutang Tidak Tertagih Terhadap Laba Operasional Perusahaan</i> (Studi Kasus Pada PD. Putra Madani Ciamis).</p> |
|--|--|

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.bfi.co.id](http://www.bfi.co.id)

# PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH KONSUMEN PADA X FINANCE

Ajeng Ummah Handayani  
[ajeng24handavani@gmail.com](mailto:ajeng24handavani@gmail.com)

Frianto Pandia  
[friantopandia@yahoo.com](mailto:friantopandia@yahoo.com)  
R. Elly Mirati  
[Ellymirati@yahoo.co.id](mailto:Ellymirati@yahoo.co.id)

Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Jakarta

## Abstract

*This study aims to explain and analyze the influence of promotion mix in which there are some indicators such as Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Sales Promotion, and Direct Marketing to the increasing number of consumers. The research method used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 24.0 and also descriptive analysis. The sample used in this research is 100 respondents from consumer of X Finance with meetode purposive sampling. The results of this study show partially each indicator contained in the promotion mix, only Advertising, Sales Promotion and also Public Relations that have a significant influence on the increase in the number of consumers. While Personal Selling and Direct Marketing no significant effect. Simultaneously, Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Sales Promotion, and Direct Marketing significantly influence the increasing number of consumers. The results of this study has the strength of research of 63.8% of the coefficient of determination.*

**Keywords:** The Influence Promotion Mix, Advertising, Sales Promotion, Personal Sales, Public Relations, Direct Marketing, Increasing Number Of Consumers.

## Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh bauran promosi yang didalamnya terdapat beberapa indikator seperti Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Sales Promotion, dan Direct Marketing terhadap peningkatan jumlah konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 24.0 dan juga analisis deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah sebesar 100 responden dari konsumen X Finance dengan meetode purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukan secara parsial masing-masing indikator yang terdapat dalam bauran promosi, hanya Advertising, Sales Promotion dan juga Public Relations yang memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Sedangkan Personal Selling dan Direct Marketing tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Sales Promotion, dan Direct Marketing berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Hasil penelitian ini memiliki kekuatan penelitian sebesar 63,8% dari hasil koefisien determinasi.*

**Kata Kunci:** Pengaruh Bauran Promosi, Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations, Direct Marketing, Peningkatan Jumlah Konsumen

## Pendahuluan

Mobilitas kegiatan masyarakat pada masa kini sangatlah tinggi. Maka permintaan akan pembelian kendaraan pun juga ikut meningkat. Karena hal demikian, maka semakin banyak perusahaan pembiayaan yang lahir di Indonesia. Berbagai carapun dilakukan agar perusahaan tersebut memperoleh konsumen di tengah persaingan yang cukup ketat.

Salah satunya adalah dengan melakukan bauran pemasaran, bauran promosi, dan lain-lain sebegainya.

### Latar belakang

Semakin tahun pendapatan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat,

pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,02% pada tahun 2016. Perbaikan kondisi ekonomi ini membuat pendapatan per kapita masyarakat naik menjadi Rp 47,96 juta/tahun. Dengan bertumbuhnya pendapatan masyarakat Indonesia, maka permintaan akan kebutuhan untuk menunjang mobilitas kegiatan semakin tinggi.

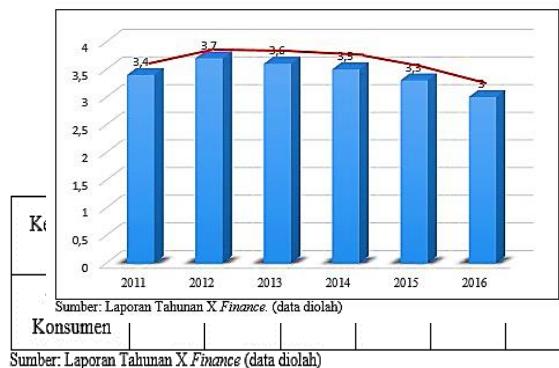
Mobilitas kegiatan menjadi sebuah kebutuhan didalam setiap lapisan masyarakat Indonesia. Kebutuhan tersebut kemudian berdampak kepada meningkatnya jumlah permintaan kendaraan bermotor, baik itu roda dua maupun roda empat. Hingga tahun 2016 menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), jumlah sepeda motor di Indonesia saat ini berjumlah sebanyak 85 juta unit dan jumlah kendaraan roda empat berjumlah kurang lebih 24 juta unit. Sampai saat ini, kebutuhan akan kendaraan sebagai alat transportasi setidaknya sudah menjadi perhatian oleh pemerintah dengan disediakannya sarana seperti transportasi umum. Namun dengan demikian, ketersediaan sarana transportasi tersebut belum sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat tetap berminat untuk memiliki kendaraan bermotor pribadi.

Peningkatan pembelian kendaraan bermotor ini juga mengakibatkan semakin banyaknya perusahaan pembiayaan yang lahir di Indonesia. Menurut Asosiasi Perusahaan Pembiayaan Indonesia (APPI), total perusahaan pembiayaan sampai dengan tahun 2016 tercatat ada sebanyak 198 anggota perusahaan. Dengan banyaknya perusahaan pembiayaan yang sejenis ini mengakibatkan masing-masing perusahaan tersebut harus memiliki keunggulannya sendiri. Salah satu cara agar perusahaan pembiayaan ini tetap bertahan adalah dengan melakukan bauran promosi. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan dan memperoleh konsumen agar mau menggunakan produk/jasa yang kita hasilkan. Didalamnya terdapat beberapa hal, seperti *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations, dan Direct Marketing*. Seperti banyak penelitian yang sudah dilakukan, salah satunya oleh Ade Rukamah dan Djamudin (2013 - Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan). Dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa dari ke lima bauran promosi

yang telah dilakukan, memang berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan jumlah konsumen dan juga volume penjualannya.

Salah satu perusahaan pembiayaan yang masih tetap bertahan adalah X Finance. Perusahaan ini menduduki peringkat ke 4 yaitu dengan laba sebesar Rp 664 Milyar. Untuk menyiasati agar perusahaan ini masih bisa berdiri ditengah masyarakat, X Finance juga telah melakukan bauran promosi seperti halnya *Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations, dan Direct Marketing*. Kegiatan pemasarannya pun berupa *Cross Selling, Multi Channel, Membentuk X Finance Club*, dan lain-lain.

X Finance sudah melakukan kegiatan pemasarannya pun sudah dari sejak pertama kali berdiri, hingga saat ini. Namun dalam beberapa tahun terakhir jumlah konsumen pada perusahaan ini mengalami penurunan. Padahal kegiatan pemasaran yang terdapat dalam bauran promosi pun telah mereka lakukan. Seperti yang dapat dilihat pada tabel dan grafik dibawah ini:



Berdasarkan tabel dan grafik di atas terlihat bahwa jumlah konsumen mengalami penurunan jumlah konsumen yang cukup signifikan. Pada teorinya, jika biaya promosi dan kegiatan promosi tersebut naik maka jumlah konsumen akan naik, dan sebaliknya apabila biaya promosi dan kegiatan promosi tersebut turun maka jumlah konsumen akan mengalami penurunan. Tetapi pada perusahaan ini, terdapat periode dimana jumlah konsumen pun mengalami penurunan.

Dengan penurunan jumlah konsumen X Finance tersebut, apakah bauran promosi yang sudah dijalankan tersebut dapat sepenuhnya meningkatkan jumlah konsumen X Finance? Atas alasan tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk mengangkat judul “*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen Pada X Finance*”

**Tujuan:**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Advertising* dalam bauran promosi terhadap peningkatan jumlah konsumen;
2. Untuk menganalisis pengaruh *Sales Promotion* dalam bauran promosi terhadap peningkatan jumlah konsumen;
3. Untuk menganalisis pengaruh *Personal Selling* dalam bauran promosi terhadap peningkatan jumlah konsumen;
4. Untuk menganalisis pengaruh *Public Relations* dalam bauran promosi terhadap peningkatan jumlah konsumen;
5. Untuk menganalisis pengaruh *Direct Marketing* dalam bauran promosi terhadap peningkatan jumlah konsumen;
6. Untuk menganalisis pengaruh bauran promosi secara simultan terhadap peningkatan jumlah konsumen.

**Permasalahan**

Selama awal mula berdiri, X Finance telah melakukan berbagai macam bauran promosi. Yaitu dengan menggunakan dimensi *Advertising*, *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Direct Marketing* dan juga *Public Relations*. Namun yang terjadi adalah, jumlah konsumen X Finance setiap tahun mengalami penurunan yang cukup berarti. Padahal seharusnya jika bauran promosi sudah dijalankan dengan baik, maka pertumbuhan jumlah konsumen pun harus ada peningkatan. Sesuai dengan teori yang ada, bahwa jika mengalami kenaikan/peningkatan, maka jumlah konsumen juga meningkat. Seperti penelitian yang sudah dilakukan oleh Ade Rukamah dan Djamudin (2013 - Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan). Dimana hasil dari penelitian tersebut, Hasil uji F menunjukkan kelima bauran promosi memiliki pengaruh simultan yang positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen dan juga volume penjualannya, dimana nilai  $F_{hitung}$  menunjukan:  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $14,032 > 4,39$ ). Jadi penulis pada penelitian kali ini akan meneliti, seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan jumlah konsumen pada X Finance?

**Reviu Pustaka****Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller (2012:5), “Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan”.

**Strategi pemasaran**

Strategi pemasaran menurut Kotler and Amstrong (2012:72) adalah “Logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi kostumer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan”.

**Bauran Pemasaran**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:75), “*Marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market*”, artinya menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang memadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam target pasar.

**Bauran Promosi**

Kotler dan Armstrong (2012:432) mengemukakan, “*Promotion mix (marketing communications mix) is the specific blend of promotion tools that the company uses to persuasively communicate customer value and build customer relationships*”, yang artinya bauran promosi (bauran komunikasi pemasaran) adalah campuran spesifik dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan.

**Advertising**

Menurut Harman (2017:85), “Iklan adalah bentuk komunikasi yang diatur sedekian rupa melalui diseminasi informasi tentang kegunaan, keunggulan atau keuntungan suatu produk supaya menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian”.

**Sales Promotion**

Menurut Santika (2014:37), “Promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa”. *Sales promotion* sendiri merupakan istilah singkatan dari penawaran nilai tambah yang dirancang untuk menggerakkan dan mempercepat respon dari konsumen.

**Personal Selling**

*Personal selling* yaitu presentasi personal oleh tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Menurut M. Masri (2012:32), sifat penjualan perseorangan dapat dikatakan lebih luwes karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli.

**Public Relations**

Menurut Harman (2017:117), "Hubungan masyarakat adalah suatu bentuk manajemen komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi citra organisasi produk dan layanan. Upaya humas dapat memanfaatkan berbagai alat dan dapat diarahkan pada khalayak ramai yang berbeda".

### **Direct Marketing**

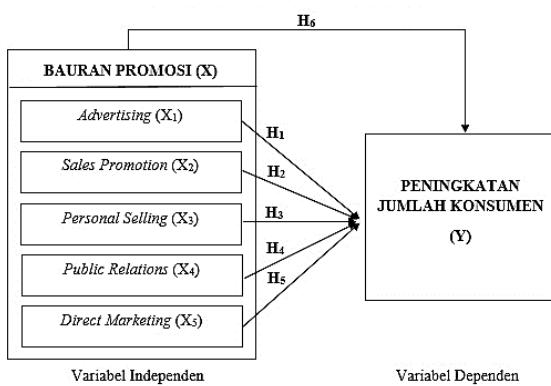
*Direct Marketing* menurut Ratih Hurriyati (2012:61) adalah suatu sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan suatu alat berupa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Advertising (X<sub>1</sub>)</i>			
Item 1	0,633	0,1654	Valid
Item 2	0,666	0,1654	Valid
Item 3	0,678	0,1654	Valid
<i>Sales Promotion (X<sub>2</sub>)</i>			
Item 1	0,603	0,1654	Valid
Item 2	0,548	0,1654	Valid
<i>Personal Selling (X<sub>3</sub>)</i>			
Item 1	0,340	0,1654	Valid
Item 2	0,331	0,1654	Valid
Item 3	0,491	0,1654	Valid
<i>Public Relations (X<sub>4</sub>)</i>			
Item 1	0,736	0,1654	Valid
Item 2	0,539	0,1654	Valid
Item 3	0,577	0,1654	Valid
<i>Direct Marketing (X<sub>5</sub>)</i>			
Item 1	0,425	0,1654	Valid
Item 2	0,325	0,1654	Valid
Item 3	0,280	0,1654	Valid
<i>Kepuasan Nasabah (Y)</i>			
Item 1	0,706	0,1654	Valid
Item 2	0,639	0,1654	Valid

Sumber: Data SPSS diolah

dana atau transaksi di sembarang tempat. Pemasaran langsung bukan berarti harus *face to face* tetapi lebih kepada pemasaran yang ditujukan secara langsung kepada konsumen tertentu.

### **Kerangka Berpikir**



### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dan dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan.

#### **Variabel Penelitian**

Variabel Independen (Variabel Bebas) dalam penelitian ini adalah 5 indikator dalam Bauran Promosi. Yaitu *Advertising*, *Sales Promotion*,

*Personal Selling*, *Public Relations*, dan *Direct Marketing*. Variabel Dependen (Variabel Terikat) dalam penelitian ini adalah Peningkatan Jumlah Konsumen.

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen X *Finance* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner. Kemudian juga menggunakan dokumentasi dan kepustakaan dari laporan tahunan maupun melalui internet.

#### **Pembahasan**

##### **Uji Instrumen**

##### **Uji Validitas**

Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi bivariat antara masing-masing skor indikator. Perhitungan dalam pengujian validitas menggunakan SPSS versi 24. Dalam uji terhadap 100 responden dengan tingkat *error* 10% diketahui besar  $r$  tabel = 0,1654 ( $n-2$ ;  $100-2=98$ ). Apabila nilai  $r$  hitung di atas 0,1654 maka dinyatakan valid, sebaliknya, apabila nilai  $r$  hitung di bawah 0,1654 maka dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan data pada tabel 4.6 mengenai hasil uji validitas yang diperoleh, dapat dilihat bahwa angka  $r$  hitung pada semua item yang digunakan lebih besar dari angka  $r$  tabel sebesar 0,1654 atau dengan kata lain  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur *Advertising (X<sub>1</sub>)*, *Sales Promotion (X<sub>2</sub>)*, *Personal Selling (X<sub>3</sub>)*, *Public Relations (X<sub>4</sub>)*, *Direct Marketing (X<sub>5</sub>)*, serta variabel terikat yaitu peningkatan jumlah konsumen (Y) adalah valid.

#### **Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar	Keterangan
<i>Advertising(X<sub>1</sub>)</i>	0,810	0,60	Reliabel
<i>Sales Promotion(X<sub>2</sub>)</i>	0,816	0,60	Reliabel
<i>Personal Selling(X<sub>3</sub>)</i>	0,828	0,60	Reliabel
<i>Public Relations(X<sub>4</sub>)</i>	0,813	0,60	Reliabel
<i>Direct Marketing(X<sub>5</sub>)</i>	0,832	0,60	Reliabel
Peningkatan Jumlah Konsumen (Y)	0,8095	0,60	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* pada setiap variabel yang diteliti *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relations*, *Direct Marketing* dan Peningkatan Jumlah Konsumen seluruhnya memiliki nilai di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan telah reliabel atau konsisten.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error		Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,004	,794		
	Advertising	,265	,066	,373	,444
	Sales Promotion	,208	,078	,205	,641
	Personal Selling	,113	,062	,150	,580
	Public Relations	,233	,060	,334	,522
	Direct Marketing	-,121	,063	-,157	,583
					1,716

Berdasarkan hasil pengujian pada tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam persamaan regresi yang digunakan karena keseluruhan variabel memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ .

#### **Uji Heterokedastisitas**

Pada gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola, dan menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdistribusi normal atau tidak. Terdapat dua cara untuk menilai uji normalitas, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Berdasarkan gambar *probability-plot* tersebut, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal.

Pengujian dilakukan dengan meregresikan nilai

#### **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	,0000000
Std. Deviation	,98620539
Most Extreme Differences	
Absolute	,062
Positive	,051
Negative	-,062
Test Statistic	,062
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c,d</sup>

variabel residual dengan ketentuan apabila hasil uji berada di atas signifikansi 10% maka distribusi dikatakan normal. Dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada tabel 4.10 sebesar  $0,2000 > 0,10$  artinya nilai residual terdistribusi dengan normal sehingga sampel pada penelitian ini dapat mewakili konsumen X Finance.

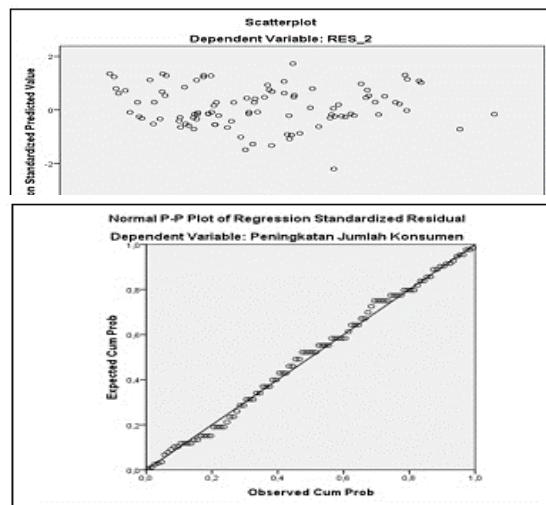
### **Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1,004	,794		,209
	Advertising	,265	,066	,373	,4002 ,000
	Sales Promotion	,208	,078	,205	,2,644 ,010
	Personal Selling	,113	,062	,150	,1,836 ,070
	Public Relations	,233	,060	,334	,3,887 ,000
	Direct Marketing	-,121	,063	-,157	-,1,936 ,056

Berdasarkan tabel diatas dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,004 + 0,265 X_1 + 0,208 X_2 + 0,113 X_3 + \\ 0,233 X_4 - 0,121 X_5$$

Analisis hasil uji dapat dinyatakan sebagai berikut:



Sumber: Data SPSS. Diolah

1. Berdasarkan hasil uji regresi diatas, menunjukkan nilai konstanta 1,004. Artinya besar satuan peningkatan jumlah konsumen (Y) tanpa adanya pengaruh Advertising (X<sub>1</sub>), Sales Promotion (X<sub>2</sub>), Personal Selling (X<sub>3</sub>), Public Relations (X<sub>4</sub>), Direct Marketing (X<sub>5</sub>) adalah sebesar 1,004.
2. Koefisien regresi pada Advertising (X<sub>1</sub>) bernilai positif sebesar 0,265. Hal ini menunjukkan bahwa pesan iklan memiliki pengaruh yang positif terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen (Y). Dengan asumsi, jika Advertising mengalami peningkatan sebesar satu-satuan dan variabel/indikator lainnya tetap, maka Peningkatan Jumlah Konsumen X Finance akan meningkat sebesar 1,269.
3. Koefisien regresi pada Sales Promotion (X<sub>2</sub>) bernilai positif sebesar 0,208. Hal ini menunjukkan bahwa Sales Promotion (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh yang positif terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen (Y). Dengan asumsi, jika Sales Promotion mengalami peningkatan sebesar satu-satuan dan variabel/indikator lainnya tetap, maka

- Peningkatan Jumlah Konsumen X Finance akan meningkat sebesar 1,212.
4. Koefisien regresi pada *Personal Selling* ( $X_3$ ) bernilai positif sebesar 0,113. Hal ini menunjukkan bahwa *Personal Selling* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen (Y). Dengan asumsi, jika *Personal Selling* mengalami peningkatan sebesar satu-satuan dan variabel/indikator lainnya tetap, maka Peningkatan Jumlah Konsumen X Finance akan meningkat sebesar 1,117.
  5. Koefisien regresi pada *Public Relations* ( $X_4$ ) bernilai positif sebesar 0,233. Hal ini menunjukkan bahwa *Public Relations* ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang positif terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen (Y). Dengan asumsi, jika *Public Relations* mengalami peningkatan sebesar satu-satuan dan variabel/indikator lainnya tetap, maka Peningkatan Jumlah Konsumen X Finance akan meningkat sebesar 1,237.
  6. Koefisien regresi pada *Direct Marketing* ( $X_5$ ) bernilai negatif sebesar -0,121. Hal ini menunjukkan bahwa *Direct Marketing* ( $X_5$ ) memiliki pengaruh yang negatif terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen (Y). Dengan asumsi, jika *Direct Marketing* mengalami peningkatan dan variabel/indikator lainnya tetap, maka Peningkatan Jumlah Konsumen X Finance akan menurun sebesar 0,883.

### **Uji T Parsial dan Uji F Simultan**

#### **Uji T Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,004	,794		1,264	,209
	Advertising	,265	,066	,373	4,002	,000
	Sales Promotion	,208	,078	,205	2,644	,010
	Personal Selling	,113	,062	,150	1,836	,070
	Public Relations	,233	,060	,334	3,887	,000
	Direct Marketing	-,121	,063	-,157	-1,936	,056

#### **Uji F Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,910	5	21,182	33,075 ,000 <sup>b</sup>
	Residual	60,200	94	,640	
	Total	166,110	99		

Variabel	Parsial			Hasil	Variabel	Simultan		
	Nilai Sig	Nilai f <sub>tabel</sub>	Hasil			Nilai Sig	Nilai f <sub>tabel</sub>	Hasil
Advertising (X1)	0,000 < 0,05	>1,985	H <sub>1</sub> Diterima	Advertising (X1)				
Sales Promotion (X2)	0,010 < 0,05	2,644 > 1,985	H <sub>2</sub> Diterima	Sales Promotion (X2)				
Personal Selling (X3)	0,070 > 0,05	1,836 < 1,985	H <sub>3</sub> Ditolak	Personal Selling (X3)	0,000 < 0,10	33,075 > 1,91	H <sub>6</sub> Diterima	
Public Relations (X4)	0,000 < 0,05	3,887 > 1,985	H <sub>4</sub> Diterima	Public Relations (X4)				
Direct Marketing (X5)	0,056 > 0,05	-1,936 < 1,985	H <sub>5</sub> Ditolak	Direct Marketing (X5)				

Setelah dilakukan berbagai jenis uji dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan dari variabel bauran promosi dan juga variabel peningkatan jumlah konsumen berdasarkan uji secara parsial, dan simultan, yaitu dapat terlihat pada tabel diatas.

#### **Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 <sup>a</sup>	,638	,618	,800

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat hasil koefisien determinasi variabel Bauran Promosi yang terdiri dari *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relations*, dan *Direct Marketing* terhadap peningkatan jumlah konsumen (*R Square*) sebesar 0,638. Berarti 63,8% dari variabel peningkatan jumlah konsumen dapat dijelaskan oleh variabel bauran promosi yang terdiri *Advertising*, *Sales Promotion*, *Personal Selling*, *Public Relations*, dan *Direct Marketing*. Sedangkan sisanya (100%-63,8%=36,2%) dijelaskan oleh faktor lain selain faktor bauran promosi.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan yang diuraikan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Menurut hasil uji t (parsial), *Advertising* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Sehingga diambil kesimpulan bahwa H<sub>1</sub> diterima. Dengan kata lain, *Advertising* pada X Finance memang sangat berpengaruh kepada konsumen, terutama pada iklan yang dipajang pada berbagai media masa. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih mudah menjadi konsumen suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut menampilkan iklannya dengan baik, menarik dan tersebar melalui berbagai media.

2. Menurut hasil uji t (parsial), *Sales Promotion* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Sehingga diambil kesimpulan bahwa  $H_2$  diterima. Dengan kata lain, *Sales Promotion* dapat atau mampu mempengaruhi masyarakat apabila masyarakat tersebut ingin menjadi konsumen di *X Finance*. Dengan promosi penjualan yang tinggi seperti dibukanya *X Member Club*, kerjasama dengan salah satu Bank dan lain-lain, masyarakat dapat terpengaruh untuk menjadi konsumen *X Finance*.
3. Menurut hasil uji t (parsial), *Personal Selling* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Sehingga diambil kesimpulan bahwa  $H_3$  ditolak. Dengan kata lain, *Personal Selling* yang dilakukan oleh *X Finance* kurang maksimal didalam usaha meningkatkan konsumennya. Pemberian penjelasan, pengarahan, dan pelayanan oleh pegawai/staff didalamnya seperti kurang mampu untuk menambah jumlah konsumen pada *X Finance*.
4. Menurut hasil uji t (parsial), *Public Relations* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Sehingga diambil kesimpulan bahwa  $H_4$  diterima. Dengan kata lain, *Public Relations* dalam kegiatannya yaitu dengan pembentukan citra perusahaan dan menjaga nama baik dengan para konsumen serta masyarakat tersebut mampu untuk kemungkinan menambah atau meningkatkan jumlah konsumen untuk kedepannya.
5. Menurut hasil uji t (parsial), *Direct Marketing* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen. Sehingga diambil kesimpulan bahwa  $H_5$  ditolak. Dengan kata lain, *Direct Marketing* belum sepenuhnya dapat menaikkan atau meningkatkan jumlah konsumen. Terlebih dengan adanya penggunaan internet dan fitur terbaru yang telah ada seperti “Akses X” yang masih kurang begitu dikenal, menyebabkan konsumen masih kurang begitu percaya dan yakin untuk menggunakannya.
6. Menurut hasil uji f (simultan), variabel bauran promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen *X Finance*. Sehingga diambil kesimpulan bahwa  $H_6$  diterima. Dengan kata lain, seluruh kegiatan yang dilakukan *X Finance* di dalam Bauran Promosi yang apabila dilakukan secara bersama-sama yaitu dengan memaksimalkan iklannya, promosi penjualannya, penjualan pribadi, relasi publikasi kepada masyarakat dan penjualan secara langsung (*Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations* dan *Direct Marketing*) dapat berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen.

#### Daftar Pustaka

Adisaputro, Gunawan Dan Marwan Asri. 2010. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.

- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip., Bowen, John T., Dan Makens, James C. 2012. *Marketing For Hospitality And Tourism*. Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Laporan Tahunan *X Finance* Tahun 2011 sampai 2016.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Rukamah, Ade dan Djamudin. 2013. Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan volume Penjualan (Studi Kasus Pada J'Lo Cafe & Resto). *Jurnal Manajemen*. (Online). Volume IV No. 4 Oktober 2013 ISSN:1412-2685. (<https://www.scribd.com/doc/JURNAL-MANAJEMEN-volume-IV-Nomor-4-Okttober-2013-ADE-RUKAMAH-Hal-15-26-pdf>, diakses pada 20 Juli 2017)

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERAS DIGITAL BRI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI SEKTOR UMKM

**Fika Andriana**

andriana.fika@ymail.com

**Efriyanto**

efriyantopnj@yahoo.com

**Ali Masjono Muchtar**

amasjono@gmail.com

*Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Jakarta*

### **Abstract**

*This study aims to analyze and discuss the influence of service quality and ease of Teras Digital BRI on customer satisfaction in MSME sector. The type of this research is quantitative. The sampling technique that used was purposive sampling with sample size of 75 respondents of MSME customers in traditional market of Tugu Palsigunung. Data collection was done by questionnaire. The collected data was analyzed using multiple linear regression analysis method with SPSS version 24 software. Result of the research shows that: (1) Service quality of Teras Digital BRI has positive and significant effect influence on customer satisfaction in MSME sector. (2) Ease of Teras Digital BRI has positive and significant effect influence on customer satisfaction in MSME sector. (3) Service quality and ease of Teras Digital BRI together has a significant effect on customer satisfaction in MSME sector. (4) The implications of this research are the need for BRI's strategy to improve service by the Banking Assistant, approaching, providing information on a regular basis, and encouraging MSME customers to actively utilize e-pasar's services.*

**Keyword :** *Service Quality, Ease, Customer Satisfaction.*

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM serta implikasi dari kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan sampel sebanyak 75 responden yang merupakan nasabah UMKM pasar Tugu Palsigunung. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Data yang telah terkumpul, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan Teras Digital BRI mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. (2) Kemudahan Teras Digital BRI mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. (3) Kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. (4) Implikasi dari penelitian ini adalah diperlukan strategi bagi pihak BRI untuk meningkatkan pelayanan oleh Banking Assistant, melakukan pendekatan, pemberian informasi secara berkala, serta mengajak para pelaku UMKM untuk turut serta aktif memanfaatkan layanan e-pasar.*

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Kemudahan, Kepuasan Nasabah

## Pendahuluan

Melalui Teras BRI, Bank BRI mengembangkan program terbarunya menjadi Teras Digital. Teras Digital BRI merupakan transformasi dari Teras BRI konvensional, dengan mengedepankan pelayanan digital kepada nasabah serta memperkuat komunitas pasar tradisional maupun marketplace. Jika selama ini Teras BRI konvensional dalam pelayanannya menggunakan tenaga frontliner, maka di Teras Digital, dengan dilayani oleh seorang *Banking Assistant*, nasabah diajak untuk kapabel menggunakan teknologi seperti penggunaan EDC (*Electronic Data Capture*), PC *touch screen*, e-form serta website e-pasar.

## Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Kondisi ini menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan kualitas kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan dituntut untuk mampu memahami kebutuhan pelanggan. Pada kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang menjadi prioritas bagi bisnis yang khususnya bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2008:83), pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia percaya dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2012:312).

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan bagi nasabah, bank berupaya mengkondisikan dengan realita yang ada saat ini bahwa hampir sebagian besar masyarakat tidak terlepas dari penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Menghadapi fenomena ini, BRI, sebagai salah satu bank milik pemerintah di Indonesia, pada pertengahan tahun 2016 tepatnya tanggal 19 Juni, meluncurkan satelit miliknya yang diberi nama BRIsat. Berdasarkan pernyataan pada *Sustainability Report* Bank BRI pada tahun 2014, adanya rencana kebijakan pengadaan satelit BRI selain mendukung digitalisasi layanan perbankan, juga dilatarbelakangi dengan temuan keluhan nasabah atas layanan yang lambat dan sistem *downtime* pada 22.000 ATM maupun beberapa fasilitas lain yang diakibatkan kapasitas komunikasi yang rendah. Melalui salah satu layanannya yakni Teras Digital, Bank BRI, dengan mengandalkan satelit yang dimilikinya berupaya untuk terus memperbaiki kualitas pelayanan serta kemudahan penggunaannya dalam rangka

menciptakan kepuasan nasabah. Dengan adanya layanan Teras Digital BRI, diharapkan pula akan dapat memberikan kemudahan bertransaksi bagi penggunanya. Davis (1989) menerangkan bahwa bila konsumen menganggap suatu produk mudah digunakan, mereka akan merasakan kegunaan produk itu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sehingga adanya kemudahan dari suatu layanan pun berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERAS DIGITAL BRI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI SEKTOR UMKM”.

## Tujuan

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penulis ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM.
2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan layanan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM.

## Permasalahan

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan layanan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan Teras dan kemudahan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM?

## Reviu Pustaka

### Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2005:121), kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan. Ada 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009:111) yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)  
Berfokus pada elemen-elemen yang mempresentasikan pelayanan secara fisik, lokasi, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawaiannya.

2. Keandalan (*Reliability*)  
Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)  
Kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan informasi yang jelas. Dimensi ini menekankan pada perilaku personel yang memberikan pelayanan untuk memperhatikan permintaan, pertanyaan, dan keeratan dari para pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*)  
kemampuan untuk melahirkan kepercayaan dan keyakinan pada diri pelanggan yang meliputi pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*Empathy*)  
menekankan pada perlakuan konsumen sebagai individu yang meliputi syarat untuk peduli, memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

#### **Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Persepsi kemudahan menimbulkan percaya diri dan rasa aman dalam aktivitasnya sehingga seseorang bersedia meningkatkan penggunaan. Metode TAM (*The Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan Davis (1989) menyatakan bahwa setidaknya ada dua hal yang mempengaruhi konsumen untuk menerima teknologi baru. Pertama, persepsi dimana konsumen memandang bahwa penggunaan teknologi akan memberikan kemudahan dan meningkatkan performa kegiatan yang sedang dilakukannya. Kedua, persepsi dimana konsumen meyakini bahwa penggunaan teknologi akan bebas dari usaha (*free of effort*) (*perceived of use*) teknologi tersebut. Venkatesh dan Davis (2000:201) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*).
2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).
3. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).

4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

#### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fandy Tjiptono (2014:353), kepuasan berasal dari bahasa Latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*Facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Hawkins dan Looney yang dikutip dalam buku Tjiptono (2004:101), atribut pembentuk kepuasan atau indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan  
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan pelanggan.
2. Minat berkunjung kembali  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

#### **Metode Penelitian**

##### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif.

##### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, teknik untuk mengumpulkan data menggunakan metode kuesioner (angket).

##### **Definisi Operasional Variabel**

- a. Kualitas Layanan  
Ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
- b. Kemudahan  
Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.
- c. Kepuasan

Perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kios di pasar Tugu Palsigunung yang terdaftar dalam website e-pasar BRI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Purposive Sampling*. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 75 responden.

### **Analisis Data**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji instrument variabel, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji hipotesis, dan uji koefesien determinasi.

### **Pembahasan**

#### **Uji Instrumen Variabel**

##### *a. Uji Validitas*

Uji Validitas dalam penelitian ini. Didapatkan dari 30 pernyataan yang telah disebarluaskan kepada 30 responden.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	X1_1	0.630	0.306	VALID
	X1_2	0.652	0.306	VALID
	X1_3	0.607	0.306	VALID
	X1_4	0.794	0.306	VALID
	X1_5	0.533	0.306	VALID
	X1_6	0.592	0.306	VALID
	X1_7	0.606	0.306	VALID
	X1_8	0.321	0.306	VALID
	X1_9	0.709	0.306	VALID
	X1_10	0.494	0.306	VALID
	X1_11	0.620	0.306	VALID
	X1_12	0.579	0.306	VALID
	X1_13	0.708	0.306	VALID
	X1_14	0.720	0.306	VALID
	X1_15	0.749	0.306	VALID
X2	X2_1	0.432	0.306	VALID
	X2_2	0.352	0.306	VALID
	X2_3	0.468	0.306	VALID
	X2_4	0.451	0.306	VALID
	X2_5	0.339	0.306	VALID
	X2_6	0.598	0.306	VALID
	X2_7	0.637	0.306	VALID
	X2_8	0.665	0.306	VALID
	X2_9	0.592	0.306	VALID
	Y_1	0.713	0.306	VALID

Y	Y_2	0.342	0.306	VALID
	Y_3	0.322	0.306	VALID
	Y_4	0.459	0.306	VALID
	Y_5	0.345	0.306	VALID
	Y_6	0.442	0.306	VALID

Sumber: data diolah, 2017.

Berdasarkan tabel uji validitas,  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner layak digunakan untuk pengambilan data.

### *b. Uji Reliabilitas*

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar	Keterangan
X1	0.911	0.6	RELIABEL
X2	0.768	0.6	RELIABEL
Y	0.610	0.6	RELIABEL

Sumber: data diolah, 2017

Berdasarkan tabel uji reliabilitas, nilai *cronbach's alpha* menunjukkan lebih besar dari nilai *cronbach's alpha standar* sebesar 0.6. Maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pada kuesioner penelitian ini reliabel.

#### *Uji Asumsi Klasik*

##### *a. Uji Normalitas*

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *probability plots*. Berikut hasil pengujian

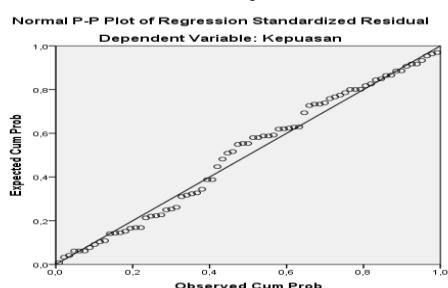
Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	75
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : data diolah, 2017

Berdasarkan tabel uji normalitas data, dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0.200. Data berdistribusi normal apabila taraf signifikansi  $> 0.1$ , maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki distribusi data normal.

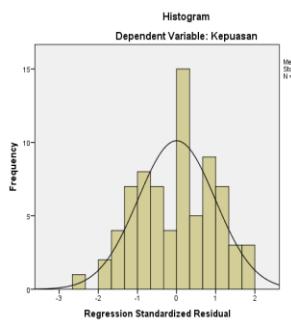
Grafik 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: data diolah, 2017

Dari hasil yang diperoleh pada grafik 1, terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang berarti data berdistribusi normal.

( Sumber: data diolah, 2017 )



Sumber: data diolah, 2017

Dari hasil yang diperoleh pada grafik 2, terlihat bahwa pola histogram tampak mengikuti kurva normal meskipun terdapat data yang tampak *outlier*, namun secara garis besar distribusi data mengikuti kurva normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*).

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan	0.394	2.535
Kemudahan	0.394	2.535

Sumber: data diolah, 2017

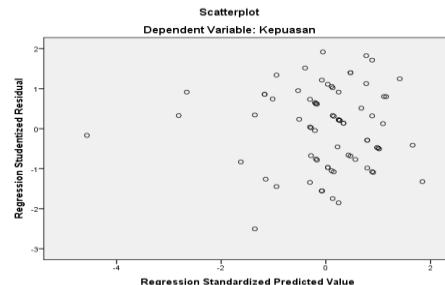
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas, besarnya nilai *Tolerance* sebesar 0.394. Hasil tersebut lebih besar daripada nilai *Tolerance Value*  $\geq 0.10$ . Sedangkan nilai *Variabel Inflation Factor* (VIF) sebesar  $2.535 \leq 10$ . Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen

sehingga memenuhi syarat dalam model regresi yang baik.

#### c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi dapat dilihat melalui tampilan *Scatter-plot*:

Grafik 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah, 2017.

Dari gambar diatas, terlihat bahwa penyebaran data pada plot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan, tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan uji analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji f. Berikut hasil uji hipotesis:

1. H1 (antara kualitas layanan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM).

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis 1

Constanta	5.312
X1	0.153
t hitung	2.752
Signifikansi	0.007

Sumber: data diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang persamaannya menjadi:

$$Y = 5.312 + 0.153 X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan konstanta sebesar 5.312. Hal ini menunjukkan apabila variabel independen (X1) dianggap nol, maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 5.312. Koefesien regresi X1 sebesar 2.752 menunjukkan setiap penambahan 1 (satu) nilai X1 akan meningkatkan Y sebesar 2.752. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t hitung sebesar  $2.752 > t$  tabel 1.66629 dan

nilai signifikansi sebesar  $0.007 < 0.1$ . Maka hipotesis  $H_{a1}$  yang menyatakan bahwa kualitas layanan Teras Digital BRI mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM, **diterima**.

2. H2 (antara kemudahan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM).

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis 2

Constanta	5.312
X2	0.279
t hitung	2.553
Signifikansi	0.013

Sumber: data diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang persamaannya menjadi:

$$Y = 5.312 + 0.279 X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan konstanta sebesar 5.312. Hal ini menunjukkan apabila variabel independen ( $X_2$ ) dianggap nol, maka nilai variabel dependen ( $Y$ ) sebesar 5.312. Koefesien regresi  $X_2$  sebesar 0.279 menunjukkan setiap penambahan 1 (satu) nilai  $X_2$  akan meningkatkan  $Y$  sebesar 0.279. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai t hitung sebesar  $0.279 > t$  tabel 1.66629 dan nilai signifikansi sebesar  $0.013 < 0.1$ . Maka hipotesis  $H_{a2}$  yang menyatakan bahwa kemudahan Teras Digital BRI mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM, **diterima**.

3. H3 (antara kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM).

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis 3

Constanta	5.312
X1	0.153
X2	0.279
f hitung	31.725
Signifikansi	0.000

Sumber: data diolah, 2017.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana yang persamaannya menjadi:

$$Y = 5.312 + 0.153 X_1 + 0.279 X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan konstanta sebesar 5.312 dapat diartikan apabila kualitas layanan dan kemudahan Teras

Digital BRI tidak mengalami perubahan, maka kepuasan nasabah di sektor UMKM sebesar 5.312.

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai f hitung sebesar  $31.725 > f$  tabel 2.38. Berdasarkan nilai signifikansi diperoleh  $0.000 < 0.1$ , maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI mempengaruhi secara simultan terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. Sehingga hipotesis  $H_{a3}$  **diterima**.

#### *Uji koefesien determinasi*

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependent.

Tabel 8 Hasil Uji Koefesien Determinasi

R	R square
0.684	0.468

Sumber: data diolah, 2017

Dilihat dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasil R square sebesar 46.8% yang berarti kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kemudahan ( $X_2$ ) Teras Digital BRI memberikan kontribusi sebesar 46.8% terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 52.3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak penulis teliti di dalam penelitian ini.

## Simpulan dan saran

### *Simpulan*

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan mengenai kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan Teras Digital BRI memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Teras Digital BRI, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan nasabah UMKM.
2. Kemudahan layanan Teras Digital BRI memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. Semakin tinggi kemudahan layanan yang diberikan oleh

- Teras Digital BRI, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan nasabah UMKM.
3. Kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di sektor UMKM. Hal ini terlihat dari adanya kesesuaian harapan, minat untuk berkunjung kembali serta memberikan rekomendasi kepada teman atau kerabat atas kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI
  4. Strategi untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan nasabah UMKM melalui kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI diantaranya peningkatan pelayanan *Banking Assistant* dalam penyampaian informasi dengan baik, melakukan pendekatan, pemberian informasi secara berkala seputar perkembangan layanan, serta mengajak para pelaku UMKM di pasar tersebut untuk turut serta aktif memanfaatkan layanan e-pasar.

### Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan penelitian, maka dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta dapat menjadi bahan perbandingan di masa mendatang, diantaranya:

1. Disarankan untuk unit Teras Digital BRI agar semakin meningkatkan kualitasnya dalam melayani nasabah. Meskipun pada penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah telah merasa puas atas kualitas layanan dan kemudahan layanan Teras Digital BRI yang disediakan, namun Teras Digital BRI harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan dan persepsi nasabah atas kemudahan fasilitasnya. Hal ini diperlukan agar nasabah UMKM dapat selalu memanfaatkan layanan Teras Digital BRI untuk bertransaksi serta meningkatkan kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan.
2. Diperlukan strategi khusus oleh pihak BRI untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan nasabah UMKM yang dilihat dari distribusi jawaban masing-masing variabel pada indikator

pernyataan dengan tingkat kepuasan terendah. Hal ini dapat dilakukan melalui strategi penyuluhan atau *marketing communication* dalam rangka melakukan pendekatan serta memberikan informasi seputar fasilitas layanan Teras Digital BRI serta mengajak para nasabah UMKM untuk turut serta aktif dalam penggunaan layanan e-pasar. Sehingga diharapkan dengan adanya upaya ini, dapat semakin memicu kepuasan nasabah UMKM atas kualitas layanan dan kemudahan Teras Digital BRI.

3. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah UMKM atas layanan Teras Digital BRI seperti minat dan persepsi kebermanfaatan.

### Daftar Pustaka

#### *Sumber Buku:*

- Efriyanto. 2007. *Diktat Teknologi Informasi Bank*. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariat SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariat dengan SPSS, Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malaya S.P. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Jogiyanto, Hm. 2007. *Sistem Informasi Keperilakan*. Yogyakarta: Andi.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Pers. Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2001. *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall International.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Phillip and Kevine Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Marthin, William B. 2005. *Quality Customer Service*. Jakarta: PPM.
- Nasution. 2004. *Perceived of Use Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Sanjaya.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

- Sukirno, Sadono. 2004. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Supranto, Prof. Drs. J. 2003. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono dan Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction (Ed 3)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Zeithaml. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Bumi Aksara.
- Sumber Jurnal:**
- Davis, Fred D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, 13 (3), 319-340.
- Fadhil, Muhammad Fahreza. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Nasabah dan Lokasi Strategis Terhadap Kepuasan Nasabah pada Layanan ATM BNI Drive Thru Banda Aceh*. Jurnal. Banda Aceh: Universitas Syah Kuala.
- Hanafi, Habib, et al. 2012. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna dengan Pendekatan TAM*. Jurnal. Malang: Universitas Brawijaya.
- Prabaningtyas, Kharisma Ayu dan Anik Lestari Andjarwati. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan, E-Factor, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan*. Jurnal. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Venkatesh, V., & Davis, F.D. 2000. *A Theoretical Extension of The Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies*. Management Science, 46 (2), 186-204.

**Sumber Skripsi:**

- Ahmad, Nurhasanah. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero Terbuka) KCU Fatmawati*. 2014. Skripsi. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta.
- Indriatno, Murdiyanto. 2009. *Pengaruh Dimensi-dimensi Kualitas Layanan /Perbankan (Banking Service Quality) terhadap Keputusan Nasabah Britama (Studi pada Kantor Cabang Bank Ratyat Indonesia*

*Manado)*. Skripsi diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Saktiandaru, Auraningtyas. 2012. *Pengaruh Computer Self Efficacy, Persep;si Manfaat, dan Perepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Keuangan RSUP Dr. Soeradji Tirtonegoro Klaten)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

**Peraturan Perundang-Undangan:**

- Republik Indonesia. 1998. *Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*.

- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

**Sumber Online:**

- Ghfari, Mohammad Iqbal Al. BRI Ajak Pasar Tradisional Jualan Online Lewat Teras Digital. (<https://teknologi.info/042780/bri-ajak-pasar-tradisional-jualan-online-lewat-teras-digital/>, diakses Mei 2017).

- Indotelko. 2016. BRI Genjot Literasi dan Inklusi Keuangan di Daerah. (<http://www.indotelko.com/kanal?c=bid&it=bri-literasi-inklusi-keuangan-daerah>, diakses Mei 2017).

- Kontan. 2016. Manfaatkan Satelit, BRI Akan Bikin Teras Digital. ([http://keuangan.kontan.co.id/news/manfaat\\_kan-satelit-bri-akan-bikin-teras-digital](http://keuangan.kontan.co.id/news/manfaat_kan-satelit-bri-akan-bikin-teras-digital), diakses Mei 2017)

- Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Panduan Penyelenggaraan Digital Branch Oleh Bank Umum. Diakses pada bulan Juni 2017.

- PT Bank Rakyat Indonesia. 2014. Sustainability Report. Diakses pada Mei 2017.

[www.bri.co.id](http://www.bri.co.id) diakses bulan Mei 2017.

[www.e-pasar.bri.co.id](http://www.e-pasar.bri.co.id) diakses bulan Mei 2017.

- Wijaya, Julfan. 2016. Teras Digital BRI Mempermudah Pasar Melakukan Transaksi Perbankan. *Mata Rakyat News*. (<http://matarakyatnews.com/berita-lokal/batam/teras-digital-bri-mempermudah-pasar-melakukan-transaksi-perbankan/>, diakses Juni 2017)

## Format Penulisan Artikel

### Judul

Nama Penulis Pertama  
*Program studi, Nama PT,  
 alamat email*

Nama Penulis Kedua  
*Program studi, Nama PT,  
 alamat email*

Abstract (bhs Inggris)  
 Abstrak (bhs Indonesia)  
 Pendahuluan

*Latar belakang  
 Tujuan  
 Permasalahan*

Review Pustaka  
 Metode Penelitian  
 Pembahasan  
 Kesimpulan  
 Daftar Pustaka

### Ketentuan:

Item	Ketentuan
Ukuran kertas	A4
Judul :	Huruf Time New Roman 14 Point, Centre. Title Case
Nama Penulis, Nama Program studi, nama Perguruan Tinggi:	Times New Roman 12 Point, Italic
Abstract <i>Bahasa Inggris</i>	Time New Roman, Italic 10 point.
Abstrak <i>Bahasa Indonesia</i>	Times New Roman, Italic, 10 point
Sub judul	Time New Roman, Bold, 11 Point, <i>Title Case</i>
Konten	Dua Kolom, Times New Roman, 10 Point, satu spasi dan garis diantara dua kolom
Daftar Pustaka	Sesuai standard, lihat contoh di artikel terbitan kali ini.
Jumlah Halaman	Maksimum 10 halaman
Tabel dan grafik	Wajib menyebutkan judul dan sumbernya
Secara menyeluruh	Lihat sample pada terbitan kali ini

Diterbitkan oleh Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

Jln Prof. Dr. Ir. G.E. Siwabessy. Kampus UI Depok.

Gedung F Lantai 2, Telp 021-7862537, Fax 021-7863537

[account@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:account@akuntansi.pnj.ac.id)

