

# JURNAL ILMIAH

## Bisnis dan Ekonomi Asia



Volume 15 Nomor 1 Tahun 2021

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## DAFTAR ISI

PERAN EMAS SEBAGAI SAFE HAVEN BAGI SAHAM PERTAMBANGAN DI INDONESIA PADA PERIODE PANDEMI COVID-19 Ashalia Fitri Yuliana, Robiyanto Robiyanto.....	1-11
APPLICABILITY OF SCOR-BASED DEA PERFORMANCE MEASUREMENT IN SMALL MED-SIZE ENTERPRISES (A Case Study in Convenience Stores) Rio Benedicto Bire .....	12-29
INTEGRASI MENUJU INDUSTRI KREATIF YANG KUAT DAN DINAMIS Widiya Dewi Anjaningrum .....	30-40
PERAN LIKUIDITAS DALAM ASSET PRICING DI BURSA EFEK INDONESIA Catherine Dwiputri, Vina Christina Nugroho .....	41-56
GAYA KEPEMIMPINAN, BUDAYA, DAN KOMPETENSI TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA GURU SMP SWASTA ISLAM Vinnafatun, Fathorrahman, Mukhamad Bukhori .....	57-72
ANALISIS ARUS KAS OPERASI DAN RETURN ON ASSET (ROA) TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN LABA AKUNTANSI SEBAGAI VARIABEL MODERASI Retno Wulandari .....	73-82
PENGARUH ATRIBUT PRODUK BALI STUTI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA DENPASAR BALI Gusti Ayu Oviani, Putu Ayu Ratih Listiani .....	83-94
ANALISIS KETERBUKAAN PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS BAGI SUSTAINABILITY BPR BANK JOGJA SEBAGAI WUJUD ANTISIPASI KETIDAK PASTIAN AKIBAT PANDEMI COVID-19 Devi Sella Arianti .....	95-108
ANTESENDEN DARI KEPUASAN PENGGUNA TELEPON SELULER MERK VIVO DI MADIUN Dian Citaningtyas Ari Kadi, Budi Setyanta .....	109-117
ANALYSIS OF e-INVOICE IMPLEMENTATION IN INPUT TAX CONTROL (Case Study at PT.TT Metals Indonesia) Dian Hakip Nurdiansyah, Ahmad Nawawi, Kosasih , Siti Jamilah Sundamanik	118-125

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## DEWAN REDAKSI

### Redaktur Utama

Agus Purnomo Sidi, S.Sos.,M.M., Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

### Redaktur

Ahmad Nizar Yogatama, S.E.,M.M., Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Asraf, Drs., MSi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasaman

Rifki Hanif, SE., MM, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

### Mitra Bestari

Agus Rahman Alamsyah, Dr., SE.,MM., Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Dwiyani Sudaryanti, Dr., SE., M.Si., Universitas Islam Malang

Fathorrahman, Dr., SE.,MM, STIE Asia Malang

Hadi Sunaryo, Dr., Drs., MM, Universitas Islam Malang

Hafid Aditya Pradesa, Dr., SE, MM., STIA - Lembaga Administrasi Negara Bandung

Ike Kusdyah Rachmawati, Dr., SE.,MM., Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Muh. Bukhori, Dr., S.Ag.,SE.,MM, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Nur Hidayati, Dr.,SE. MM., Universitas Islam Malang

Robiyanto, Dr., S.E., M.M., Universitas Kristen Satya Wacana

Sunardi, Dr. Drs., MM., Universitas Merdeka Malang

Tin Agustina Karnawati, Dr., SE.,MM, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Theresia Pradiani, Dr., SE.,MM, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Widi Dewi Ruspitasari, Dr., SE.,MM, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Yunus Handoko, Dr., SE.,MM, Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## PERAN EMAS SEBAGAI *SAFE HAVEN* BAGI SAHAM PERTAMBANGAN DI INDONESIA PADA PERIODE PANDEMI COVID-19

Ashalia Fitri Yuliana<sup>1</sup>, Robiyanto<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

### INFO ARTIKEL

DOI:  
10.32815/jibeka.v15i1.217

ISSN:  
0126-1258

ISSN-E:  
2620-875X

KORRESPONDENSI:  
robiyanto@staff.uksw.edu

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to analyze the role of gold as safe haven or hedge for mining stocks in Indonesia during the COVID-19 pandemic period. The data used in this study are mining stock index data (JASICA) daily closing on the Indonesia Stock Exchange and daily closing gold price data on the international market during the period January 2020 - May 2020. Data analysis was performed using QREG to see the potential of gold as a safe haven and GARCH 1.1 to see the potential of gold as a hedge. The results of this study are gold can serve as a robust safe haven for Indonesian mining stocks when there is extreme shocks occur in the stock market. In addition, in this study gold also can serve as a hedge for mining stocks in Indonesia. So investors are advised when the Indonesian Capital Market conditions are experiencing uncertainty as it is today and investors want to move their assets into safe and liquid instruments, gold is the first choice for investors to secure their assets because gold is proven to be the safe haven.*

**Keywords:** *Safe haven, Hedge, Mining Index, Quantile Regression, GARCH*

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran emas sebagai aset teraman (*safe haven*) atau pelindung nilai (*hedge*) bagi saham pertambangan di Indonesia pada periode pandemi Covid-19. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data indeks saham pertambangan (JASICA) penutupan harian di Bursa Efek Indonesia dan data harga emas berjangka penutupan harian di pasar internasional selama periode bulan Januari 2020 – Mei 2020. Analisis data dilakukan dengan menggunakan QREG untuk melihat potensi emas sebagai aset teraman (*safe haven*) dan GARCH 1,1 untuk melihat potensi emas sebagai pelindung nilai (*hedge*). Hasil penelitian ini adalah emas dapat berfungsi sebagai aset teraman (*safe haven*) yang kuat untuk saham pertambangan Indonesia ketika terjadi ketidakpastian yang ekstrem di pasar saham. Selain itu dalam penelitian ini juga emas berfungsi sebagai pelindung nilai (*hedge*) untuk saham pertambangan di Indonesia. Sehingga investor disarankan ketika kondisi pasar modal Indonesia sedang mengalami ketidakpastian dan investor ingin memindahkan aset mereka ke dalam instrumen yang aman dan likuid agar nilai portofolio tidak jatuh, emas dapat menjadi pilihan yang utama bagi investor untuk mengamankan asetnya, karena emas terbukti dapat menjadi aset teraman (*safe haven*).

**Kata Kunci:** *Safe haven, Hedge, Indeks Pertambangan, Quantile Regression, GARCH*



## Pendahuluan

Pasar modal di dunia akhir-akhir ini mengalami gejolak yang membuat perubahan pada sistem perekonomian dunia dan seluruh indeks didalamnya. Komoditas merupakan salah satu yang terdampak akibat pandemi Covid-19. Jenis komoditas terbagi menjadi dua yakni komoditas keras (*hard commodities*) yang merupakan sumber daya hasil pertambangan atau ekstraksi dan komoditas lunak (*soft commodities*) merupakan sumber daya hasil produk pertanian dan ternak. Meskipun harga komoditas mengalami penurunan namun berinvestasi di dalam komoditas memiliki manfaat yang lebih baik dibandingkan dengan aset keuangan lainnya (Shakil et al. 2018). Karena komoditas bertindak sebagai pelindung yang paling efektif dalam risiko penurunan di pasar ekuitas negara maju maupun berkembang (Henriksen, 2018).

Emas merupakan jenis komoditas keras (*hard commodities*) yang banyak diminati oleh para investor di tengah gejolak pasar dan ketidakpastian. Menurut penelitian Baur dan Lucey (2010) pada krisis ekonomi 2008 emas dapat bertahan ditengah gejolak pasar, tingginya tingkat inflasi dan kegagalan mata uang, hal tersebut karena emas menunjukkan kemampuannya sebagai aset *safe haven*. Selain sebagai *safe haven* emas juga sebagai pelindung nilai (*hedge*) yang merupakan kegiatan yang dilakukan investor untuk mengurangi atau menghilangkan sumber risiko. Aset teraman (*safe haven*) merupakan korelasi negatif atau tidak memiliki korelasi dengan aset yang lainnya ketika terjadi gejolak di dalam pasar. Sedangkan pelindung nilai (*hedge*) merupakan aset yang berkorelasi negatif dengan aset lainnya. Menurut Robiyanto et al. (2017a) aset yang termasuk *hedge* tidak dapat mengurangi kerugian saat pasar bergejolak. Sehingga ketika terjadi turbulensi pasar akan memungkinkan terjadinya korelasi positif dengan aset lain dan akan berkorelasi negatif kembali ketika pasar sudah tidak bergejolak.

Penelitian Baur dan Lucey (2010) yang mengasumsikan bahwa emas sebagai aset *safe haven* dan *hedge* mulai dikembangkan pada berbagai pasar modal di dunia sejak krisis 2008. Penelitian Shakil et al. (2018) yang dilakukan di Arab Saudi menunjukkan bahwa emas sebagai *hedge* terhadap portofolio dan inflasi. Menurut Robiyanto et al. (2017b) melakukan penelitian di pasar modal ASEAN menunjukkan bahwa emas, perak, platinum, palladium dan WTI tidak berperan sebagai aset lindung nilai. Emas berperan sebagai aset *safe haven* kuat di Singapura dan Malaysia. Emas dapat berfungsi sebagai *hedge* untuk saham syariah di Indonesia dan juga dapat menjadi *safe haven* jika terjadi guncangan di dalam pasar saham di Indonesia (Robiyanto, 2018a).

Namun, penelitian mengenai emas dapat menjadi *safe haven* atau *hedge* masih sangat eksploratif dan hanya memiliki karakteristik umum pada objek yang diteliti saja serta belum secara khusus meneliti pada indeks saham sektoral. Oleh karena itu penelitian ini, ingin meneliti secara khusus terhadap indeks saham pertambangan di Indonesia. Karena sejak adanya pandemi Covid-19 indeks pertambangan hanya mengalami penurunan yang paling tipis dibandingkan dengan indeks sektor yang lain pada awal 2020 dengan penurunan 18,94% *year to date*. Indeks pertambangan akan mulai *rebound* karena harga minyak dunia yang akan kembali naik pasca pelonggaran kebijakan karantina wilayah. Selain itu, emas juga merupakan salah satu hasil produksi dari sektor pertambangan dan harganya yang terus mengalami peningkatan hingga mencapai harga tertinggi sejak Oktober 2012 senilai US\$ 1700 per *troy ounce*. Walaupun belum dapat menopang seluruh penurunan indeks saham pertambangan. Indeks saham pertambangan memiliki volatilitas yang tinggi sehingga memiliki prospek yang baik untuk ke depan setelah pandemi ini berakhir (Kontan.co.id, 2020).

Indeks saham pertambangan merupakan indeks yang mengukur kinerja seluruh saham pertambangan yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia baik saham di papan umum maupun di papan pengembangan yang mengacu pada klasifikasi Jakarta Stock Industrial Classification (JASICA). Sektor pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada awal 2020 sebanyak 49 emiten dan terdiri dari sub sektor tambang batubara, produksi minyak dan gas bumi, penggalan tanah/ batu dan juga penambangan logam & mineral (BEI, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas dan penelitian sebelumnya yang masih eksploratif karena konsep *safe haven* dan *hedge* dapat diukur secara kuantitatif muncul di tahun 2010 serta belum adanya penelitian yang meneliti pada indeks saham sektor khususnya pertambangan di masa pandemi Covid-19 saat ini. Selain itu, emas juga merupakan salah satu komoditas keras (*hard commodities*) dari sektor pertambangan. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk meneliti emas sebagai aset teraman (*safe haven*) atau pelindung nilai (*hedge*) pada indeks saham pertambangan di Indonesia selama pandemi Covid-19. Penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur mengenai emas sebagai aset teraman (*safe haven*) atau pelindung nilai (*hedge*) pada indeks pertambangan dan menjadi pertimbangan investor untuk berinvestasi ketika kondisi pasar sedang bergejolak.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data yang digunakan adalah data sekunder yang telah diterbitkan oleh sumber terpercaya. Data yang dibutuhkan adalah

harga penutupan harian emas berjangka dalam gram yang diperoleh dari icdx.co.id dan harga penutupan harian indeks saham pertambangan yang bersumber dari yahoo finance pada periode Januari 2020 – Mei 2020.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengukuran
Emas	$Return\ Gold_t = (GOLD_t - GOLD_{t-1}) / GOLD_{t-1}$
Indeks Saham Pertambangan	$Return\ Mining_t = (MINING_t - MINING_{t-1}) / MINING_{t-1}$

*Safe haven* merupakan aset yang tidak memiliki korelasi atau berkorelasi negatif dengan aset yang lain ketika pasar keuangan sedang bergejolak. Jadi ketika aset finansial mengalami penurunan maka emas akan meningkat. Sedangkan ketika pasar keuangan atau aset lain sedang dalam keadaan bullish dan tidak bergejolak maka emas akan mengalami dua kemungkinan berkorelasi positif dan negatif.

Menurut penelitian Baur dan Lucey (2010) emas sebagai aset *safe haven* setelah terjadinya krisis tahun 2008. Emas juga sebagai aset *safe haven* ketika pasar saham syariah Indonesia mengalami goncangan (Robiyanto, 2018a). Emas juga menjadi aset *safe haven* di pasar China ketika pengembalian pasar di bawah kuantil 1%, 5%, dan 10% (Ming et al. 2020). Emas memiliki kecenderungan berkorelasi positif dengan volatilitas di pasar saham dan juga sebagai aset *safe haven* (Jubinski dan Lipton, 2013). Menurut penelitian Robiyanto (2017b) menunjukkan bahwa emas juga sebagai aset *safe haven*. Emas menjadi aset *safe haven* untuk CSPI dan sembilan indeks sektoral di Indonesia (Putra et al. 2018). Emas juga menjadi aset *safe haven* di pasar modal Malaysia (Robiyanto, 2018b). Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka perumusan hipotesis sebagai berikut:

H1 = emas sebagai aset teraman (*safe haven*) untuk saham pertambangan

*Hedge* merupakan aset yang tidak berkorelasi atau berkorelasi negatif dengan aset yang lain, namun tidak dapat mengurangi kerugian ketika pasar bergejolak. Sehingga ketika terjadi turbulensi pasar akan memungkinkan terjadinya korelasi positif dengan aset lain dan akan berkorelasi negatif kembali ketika pasar sudah tidak bergejolak. Pelindung nilai juga merupakan upaya untuk memastikan risiko dan mengurangi risiko kerugian ketika investor melakukan likuiditas pasar. Portofolio pelindung nilai memiliki risiko yang lebih rendah daripada risiko aset awal. Perbedaan *safe haven* dan *hedge* pada periode

waktunya. *Hedge* memiliki jangka waktu lebih lama dari pada *safe haven* (Baur dan McDermott, 2016).

Menurut penelitian Robiyanto et al., (2017b) emas memainkan peran sebagai pelindung nilai pada lima pasar modal ASEAN. Emas juga sebagai aset pelindung nilai terhadap portofolio dan sebagai pelindung nilai di Arab Saudi (Shakil et al. 2018). Emas sebagai pelindung nilai terhadap saham rata-rata (Baur dan Lucey, 2010). Menurut penelitian Wu et al. (2019) emas dapat menjadi aset pelindung nilai yang kuat. Menurut penelitian Shahzad et al. (2019) yang dilakukan terhadap saham G7 membuktikan bahwa emas mampu menjadi pelindung nilai daripada bitcoin. Emas juga dapat menjadi pelindung nilai di pasar modal Malaysia sepanjang waktu (Robiyanto, 2018b). Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka perumusan hipotesis sebagai berikut:

H2 = emas sebagai pelindung nilai (*hedge*) untuk saham pertambangan

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis QREG (*Quantile Regression*) dan GARCH 1,1 untuk melihat emas sebagai aset *safe haven* atau *hedge* untuk saham pertambangan di Indonesia.

Teknik analisis *Quantile Regression* merupakan teknik analisis yang sering digunakan untuk menguji peran emas sebagai aset teraman (*safe haven*) dan pelindung nilai (*hedge*). Puryandani dan Robiyanto (2019), Robiyanto (2018a) dan Ghazali et al. (2015) melakukan penelitian dengan menggunakan teknik analisis QREG. Teknik analisis QREG dapat memberikan sensitivitas dan ketahanan instrumen ketika kondisi pasar keuangan sedang bergejolak. Sehingga persamaan matematisnya sebagai berikut:

$$R_{GOLD,t} = \alpha + \beta_1 R_{Mining(Q50\%, 40\%, 30\%, 20\%, 10\%)} + \epsilon_t \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

- $\alpha$  = koefisien
- $R_{GOLD}$  = Return emas pada periode waktu
- $R_{Mining(Q50\%, 40\%, 30\%, 20\%, 10\%)}$  = Return indeks pertambangan untuk Q50%, 40%, 30%, 20%, dan 10%)
- $\epsilon_t$  = Nilai Residu

Teknik analisis *Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity* (GARCH) merupakan teknik analisis untuk melihat potensi emas sebagai aset pelindung nilai (*hedge*). Sehingga persamaan matematisnya GARCH sebagai berikut:

$$R_{GOLDt} = \alpha + \beta_1 R_{MINING} + \epsilon_t \dots\dots\dots (2)$$



Dengan :

$$\begin{aligned}\varepsilon_t &= \Phi_t \varepsilon_{t-1} + \dots + \Phi_t \varepsilon_{t-p} + \eta_t \\ \eta_t &= \sigma_t \varepsilon_t \\ \sigma_t^2 &= \alpha + \beta_p \eta_{t-1}^2 + \dots + \beta_p \eta_{t-p}^2 + \gamma_q \sigma_{t-q}^2\end{aligned}$$

$\varepsilon_t$  adalah *independent and identical distributed*  $N(0,1)$  dan tidak tergantung dari keadaan masa lalu dari  $\eta_{t-p}$  atau residual merupakan *white noise / stationer*.

Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan data time series. Sehingga sebelum menganalisis data dengan metode QREG dan GARCH, harus melakukan uji *Augmented Dickey Fuller* (ADF) untuk menguji data stasioner (Puryandani & Robiyanto, 2019). Uji normalitas dan uji autokorelasi juga dilakukan setelah analisis QREG.

## Hasil dan Diskusi

Sebelum melakukan analisis dengan menggunakan teknik analisis GARCH dan QREG data di uji stasioner dengan menggunakan *Augmented Dickey Fuller* pada tingkat 1 dan 2. Hasil Uji Stasioner dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji Augmented Dickey Fuller**

Stasioner	Emas	Saham Pertambangan
Tingkat 0	-9,213983*	-8,192791*
Tingkat 1	-17,97061*	-12,46937*
Tingkat 2	-12,46937*	-8,325921*

\* signifikan dengan tingkat kepercayaan 1%

Berdasarkan hasil uji stasioner pada Tabel 2. menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki statistik Uji *Augmented Dickey Fuller* pada tingkat 0 sampai tingkat 2 dengan tingkat signifikansi sebesar 1%. Dengan demikian, semua data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi stasioner dan tidak menunjukkan unit root. Sehingga data ini tidak memerlukan analisis khusus dan bisa langsung dianalisis dengan menggunakan teknik analisis GARCH (1,1) dan juga analisis QREG.

Hasil uji normalitas residual dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 3. menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Residual dengan Kolmogorov-Smirnov**

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Probabilitas	Kesimpulan
EMAS (GR) Residual	0,119270	0,0013	Tidak terdistribusi normal

Hasil uji autokorelasi dengan menggunakan Correlogram – Q statistics pada Tabel 4. tidak menunjukkan adanya autokorelasi.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi dengan Correlogram – Q Statistics

	Kuantil				
	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1
Emas	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada
Saham Pertambangan	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis QREG untuk melihat emas sebagai aset *safe haven* dapat dilihat dari Tabel 5. sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis QREG

	Kuantil				
	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1
EMAS(GR)					
Koefisien	0,001364 (0,854899)	-0,002215 (-1,325416)	-0,004573 (-2,763261)	-0,008431* (-4,787226)	-0,015105* (-5,619865)
Saham Pertambangan	-0,090270 (-0,091296)	-0,173552 (-1,415274)	-0,137959 (-1,111675)	-0,082143 (-0,572676)	-0,261538 (-1,479219)

\*signifikan dengan tingkat kepercayaan 1%

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis *Quantile Regression* (QREG) pada Tabel 5. dengan kuantil 50%, 40%, 30%, 20% dan 10%, ditemukan bahwa koefisien regresi saham pertambangan menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan. Menurut Baur dan Lucey (2010) *safe haven* merupakan aset yang berkorelasi negatif dengan aset lain ketika pasar sedang bergejolak. Pernyataan tersebut terbukti dalam penelitian ini bahwa emas memiliki korelasi negatif untuk saham pertambangan di Indonesia selama pandemi Covid-19 dalam periode penelitian. Sehingga H1 yang menyatakan bahwa emas sebagai aset teraman (*safe haven*) untuk saham pertambangan di Indonesia diterima. Selain itu, hasil penelitian diatas menunjukkan hasil yang konsisten negatif dan semakin kecil yang berarti bahwa emas dapat menjadi *safe haven* yang robust untuk saham pertambangan di Indonesia ketika kondisi pasar saham semakin bergejolak.

Hasil tersebut konsisten dengan penelitian yang ditemukan Ming et al. (2020) bahwa emas mampu menjadi *safe haven* bagi pasar saham China dengan tingkat pengembalian 1%, 5% dan 10 %. Selain itu penelitian Robiyanto (2018a) juga menemukan bahwa emas dapat berfungsi sebagai aset *safe haven* untuk saham syariah di Indonesia. Hasil penelitian Robiyanto (2018b) juga menemukan bahwa emas dapat menjadi *safe haven* bagi pasar modal Malaysia.

Ketika terjadi gejolak di pasar finansial investor akan melarikan modalnya ke dalam aset yang aman dan berkualitas bahkan kedalam aset yang likuid. Hal tersebut merupakan upaya investor agar nilai portofolio tidak jatuh. Selain itu emas memiliki keunggulan dapat

diperdagangkan selama 24 jam karena diperdagangkan di seluruh dunia, sedangkan transaksi di pasar saham memiliki waktu yang terbatas dan menjadi salah satu penghambat bagi investor untuk mengambil tindakan untuk menjual atau melikuidasi aset ketika pasar bergejolak. Sehingga dalam penelitian ini emas menunjukkan keunggulannya sebagai aset *safe haven* untuk saham pertambangan Indonesia selama pandemi Covid-19 dan pasar saham yang penuh ketidakpastian. Temuan ini didukung oleh penelitian Ji et al. (2020) yang menemukan bahwa emas dan komoditas kedelai mampu menjadi aset *safe haven* yang kuat di negara China, Eropa dan Amerika Serikat selama pandemi.

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis GARCH dapat dilihat dari Tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Analisis GARCH**

	Koefisien	Z- Statistik	Probabilitas
EMAS (GR)			
Koefisien	0,000274	0,206751	0,8362
Saham Pertambangan	-0,0152985*	-2,279384	0,0226

\*signifikan dengan tingkat kepercayaan 5%

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6. Dapat dilihat bahwa koefisien return pertambangan negatif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* emas. Menurut Baur dan Lucey (2010) aset pelindung nilai (*hedge*) merupakan aset yang tidak berkorelasi atau berkorelasi negatif dengan aset lainnya. Berdasarkan pernyataan tersebut, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa selama waktu pengamatan di masa pandemi Covid-19, emas dapat menjadi pelindung nilai untuk saham pertambangan di Indonesia karena memiliki korelasi negatif dan signifikan. Sehingga, H2 yang menyatakan bahwa emas sebagai pelindung nilai (*hedge*) untuk saham pertambangan di Indonesia, diterima.

Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Ghazali (2010) menemukan bahwa emas dapat menjadi *hedge* bagi pasar saham Malaysia. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Robiyanto (2018a) emas juga menjadi pelindung nilai pada pasar saham syariah Indonesia yang masuk di JII selama periode penelitian, Robiyanto et al. (2019) juga menemukan bahwa emas mampu memberikan efektivitas *hedge* serta mengurangi volatilitas saham syariah yang masuk ke dalam JII pada Bursa Efek Indonesia.

Emas merupakan salah satu kategori sebagai kelas aset atau aset yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan aset lain. Karakteristik emas sebagai pelindung nilai yang tinggi saat kondisi pasar yang ekstrem seperti penurunan di pasar saham dapat

meningkatkan kinerja portofolio saham. Selain itu, emas menjadi pelindung nilai karena dapat dengan mudah diperdagangkan secara berkesinambungan di pasar dan emas tidak dapat diproduksi oleh pihak berwenang yang juga memproduksi mata uang (Robiyanto, 2020). Dalam penelitian ini menemukan bahwa emas dapat menjadi pelindung nilai (*hedge*) untuk saham pertambangan di Indonesia saat pandemi Covid-19 juga didukung oleh penelitian Robiyanto et.al (2017b) yang menemukan emas menjadi pelindung nilai (*hedge*) di lima pasar modal ASEAN.

### Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat apakah emas dapat menjadi aset teraman (*safe haven*) atau pelindung nilai (*hedge*) untuk saham pertambangan bagi saham pertambangan Indonesia pada periode pandemi Covid-19. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa disaat pasar finansial mengalami ketidakpastian seperti saat ini dengan adanya pandemi Covid-19 emas mampu menjadi aset teraman (*safe haven*) yang kuat bagi saham pertambangan di Indonesia. Penelitian ini juga menemukan bahwa emas juga mampu menjadi pelindung nilai (*hedge*) untuk saham pertambangan Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah ketika kondisi pasar modal Indonesia sedang mengalami ketidakpastian dan investor ingin memindahkan aset mereka ke dalam instrumen yang aman dan likuid agar nilai portofolio tidak jatuh, emas dapat menjadi pilihan yang utama bagi investor untuk mengamankan asetnya, karena emas terbukti dapat menjadi aset teraman (*safe haven*).

Penelitian ini memiliki keterbatasan bahwa residual yang dihasilkan oleh persamaan QREG yang dipergunakan, tidak terdistribusi secara normal. Sehingga disarankan juga menggunakan metode yang lebih canggih yang tidak membutuhkan asumsi residual yang terdistribusi normal.

Bagi peneliti yang tertarik meneliti pada bidang yang sama dapat melakukan penelitian ini dengan menggunakan indeks lain sebagai objek penelitian seperti indeks LQ45, IDX-30, Kompas-100 dan lain-lain. Selain itu, bisa membandingkan dengan pasar saham negara lain disaat periode pandemi Covid-19.

### Referensi

Baur, D. G., & Lucey, B. M. (2010). Is Gold a *Hedge* or a *Safe haven*? An Analysis of Stocks, Bonds and Gold. *The Financial Review*, 45(2), 217–229. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6288.2010.00244.x>

- Baur, D. G., & McDermott, T. K. J. (2016). Why is Gold a *Safe haven*? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 10, 63–71. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2016.03.002>
- BEI. (2020). *Indeks Saham*. <https://www.idx.co.id/produk/indeks/>
- Ghazali, M. F. (2010). Is Gold a *Hedge* or a *Safe haven*? An Analysis of Stocks, Bonds and Gold. *Financial Review*, 45(2), 217–229. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6288.2010.00244.x>
- Ghazali, M. F., Lean, H. H., & Bahari, Z. (2015). Sharia Compliant Gold Investment in Malaysia: *Hedge* or *Safe haven*? *Pacific Basin Finance Journal*, 34, 192–204. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2014.12.005>
- Ji, Q., Zhang, D., & Zhao, Y. (2020). Searching for Safe-Haven Assets During The COVID-19 Pandemic. *International Review of Financial Analysis of Financial Analysis*, 71, 101526. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2020.101526>
- Jubinski, D., & Lipton, A. (2013). VIX, Gold, Silver, and Oil: How do Commodities React to Financial Market Volatility? *Journal of Accounting and Finance*, 13(1), 70–88. <https://pdfs.semanticscholar.org/7d88/c0035315dbcb6765b860ec7ccfd52e869909.pdf>
- Kontan.co.id. (2020). *Jadi Indeks dengan Penurunan Paling Tipis, Begini Prospek Saham Pertambangan*. 08-05. <https://investasi.kontan.co.id/news/jadi-indeks-dengan-penurunan-paling-tipis-begini-prospek-saham-pertambangan>
- Ming, L., Zhang, X., Liu, Q., & Yang, S. (2020). A Revisit to The *Hedge* and *Safe haven* Properties of Gold: New Evidence From China. *Journal of Futures Markets*, April. <https://doi.org/10.1002/fut.22124>
- Puryandani, S., & Robiyanto. (2019). Gold: *Hedge*, *Safe haven* or Diversifier for Indonesian Capital Market. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 14(2), 226–239. <https://doi.org/10.34152/fe.14.2.226-239>
- Putra, M. P. S., Atahau, A. D. R., & Robiyanto, R. (2018). Cross-Asset Class Portofolio Between Gold and Stocks in Indonesia. *Economic Journal of Emerging Markets*, 10(1), 69–81. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol10.iss1.art8>
- Robiyanto, R., Hadiyatno, D., Sudjinar, S., & Ernayani, R. (2019). Gold and Capital Market in Indonesia: A Preview on Strategy of Hedging and Diversification. *Journal of International Studies*, 12(2), 117–128.
- Robiyanto, Sugeng Wahyudi, I. R. D. P. (2017b). Testing Commodities As Save Haven And Hedging Instrument On Asean's Five Stock Markets. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 231–238. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/24863/21594>
- Robiyanto. (2020). *Buku Ajar Manajemen Risiko Aset Pelindung Nilai (Hedge) dan Aset Teraman (Safe haven)*. CV.Tiga Media Pratama.

- Robiyanto, R. (2018a). Testing of The Gold's Role as a *Safe haven* and *Hedge* for Sharia Stocks in Indonesia. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2), 255–266. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.6527>
- Robiyanto, Robiyanto. (2017). The Analysis of Capital Market Integration in Asean Region By Using the OGARCH Approach. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(2), 169–175. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i2.1138>
- Robiyanto, Robiyanto. (2018b). Gold VS bonds: What is the *safe haven* for the Indonesian and Malaysian capital market? *Gadjah Mada International Journal of Business*, 20(3), 277–302. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.27775>
- Robiyanto, Robiyanto, Wahyudi, S., & Pangestuti, I. R. D. (2017a). The Volatility–Variability Hypotheses Testing and Hedging Effectiveness of Precious Metals for The Indonesian and Malaysian Capital Markets. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 19(2), 167–192. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.26260>
- Shahzad, S. J. H., Bouri, E., Roubaud, D., Kristoufek, L., & Lucey, B. (2019). Is Bitcoin a Better Safe-Haven Investment Than Gold and Commodities? *International Review of Financial Analysis*, 63(September 2018), 322–330. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2019.01.002>
- Shakil, M. H., Mustapha, I. M., Tasnia, M., & Saiti, B. (2018). Is Gold a *Hedge* or a *Safe haven*? An Application of ARDL Approach. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 23(44), 60–76. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-03-2017-0052>
- Tom Erik Sønsteng Henriksen. (2018). Properties of Long/ Short Commodity Indices in Stock and Bond Portfolios. *The Journal of Alternative Investments*, 20(4), 51–68. <https://doi.org/10.3905/jai.2018.1.060>.
- Wu, S., Tong, M., Yang, Z., & Derbali, A. (2019). Does Gold or Bitcoin *Hedge* Economic Policy Uncertainty? *Finance Research Letters*, 31(February), 171–178. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2019.04.001>

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## APPLICABILITY OF SCOR-BASED DEA PERFORMANCE MEASUREMENT IN SMALL MED-SIZES ENTERPRISES

Rio Benedicto Bire  
Politeknik Negeri Kupang, Indonesia

### INFO ARTIKEL

DOI:  
10.32815/jibeka.v15i1.195

ISSN:  
0126-1258

ISSN-E:  
2620-875X

CORRESPONDENCE:  
rio.bire@yahoo.com

### ABSTRACT

*This paper aims to test the applicability of a SCOR-based DEA benchmarking approach for SMEs in Indonesia, due to the increasing call for suitable supply chain performance measurement in the context of SMEs. The location of research was in Kupang City of the East Nusa Tenggara Province. An input-oriented DEA assuming both CRS and VRS was employed by deriving a set of metrics from the SCOR attributes. A sample of 16 SME convenience stores was selected for the illustration. Results show that the SCOR-based DEA provided a simple groundwork for supporting SME managerial decision making in terms of administering concise feedbacks and identifying directions to venture on. Moreover, analysis results alluded to a distinct, more comprehensive assessment of performances as opposed to that of traditional measurements that is prominent among SMEs. The distinct, comprehensive insights from the analysis may engage SMEs into taking up the more innovative performance measurement approach. Moreover, better awareness of supply chain metrics is foreseen. The SCOR-based DEA provided a unique approach to meet the performance of Indonesian SMEs in regard to supply chain performance measurement.*

**Keywords:** Supply Chain, Performance Measurement, SCOR, DEA, SME

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji penerapan pendekatan perbandingan DEA berbasis SCOR pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh panggilan studi empiris untuk pengukuran kinerja rantai pasok yang relevan pada konteks UKM. Lokasi penelitian adalah di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Pendekatan DEA diterapkan dengan mengambil orientasi masukan dan asumsi CRS dan VRS pada 16 UKM jenis ritel modern yang berada di Kota Kupang sebagai sampel ilustrasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan DEA berbasis SCOR menyajikan dasar yang sederhana untuk mendukung keputusan manajerial pada UKM dalam hal memberikan umpan balik yang ringkas serta mengidentifikasi arah yang dapat diambil untuk perbaikan. Lebih lanjut, hasil analisis menunjuk pada jenis evaluasi yang berbeda dan lebih komprehensif dibandingkan jenis pengukuran kinerja tradisional yang selama ini diterapkan UKM. Hasil pengukuran kinerja berdasarkan DEA berbasis SCOR diharapkan dapat menggerakkan UKM pada penerapan pendekatan pengukuran kinerja yang lebih inovatif dan komprehensif berkaitan dengan rantai pasok.

**Kata Kunci:** Rantai pasok, pengukuran kinerja, SCOR, DEA, UKM



## Introduction

The perspective of supply chain management (SCM) is imperative to business organizations as it entails the means for building and enhancing competitive advantage (Cooper & Ellram, 1993). Accordingly, SCM related activities necessitates for performance measurement (PM) which provides important feedback regarding efficacy of SCM practices (Waters & Rinsler, 2014; Lapide, 2000). Throughout the modern management era, supply chain performance measurement (SCPM) has been grasped upon and implemented in large scale enterprises. That is, a variety of tools have been developed and provided relatively successful mediums for these companies to compel on improvement.

In today's era, small and medium-sized enterprises (SMEs) are being increasingly recognized as the backbone of the national economy, especially in developing countries (Lee & Wong, 2015; Kurniawati & Yuliando, 2015). This category of business setting is noted to be subject to an increasing competitive environment (Garengo et al., 2005). SMEs however, embed distinct characteristics and constraints compared to that of large enterprises (Arend & Wisner, 2005). Poor strategic planning, inadequate resources, and lack of comprehension towards critical success factors (Chalmeta et al., 2012; Greatbanks & Boaden, 1998; Garengo et al., 2005) are among the typical features of SMEs which set them apart from the larger companies. Accordingly, the widespread management tools used in the realm of large enterprises such as SCPM, would require adaptations if were to be prevalent in SMEs.

Very limited empirical investigation upon applicable SCPM in SMEs (Raymond et al., 2008; Garengo et al., 2005; Hudson et al., 2001) justifies the call for this study. A SCOR-based DEA benchmarking approach is proposed to be quintessential to SME SCPM, generally by virtue of universality, flexibility, and simplicity. DEA stands out as a PM technique primarily for its ability to handle multidimensional constructs (Berg, 2010). The SCOR model on the other hand, offers a widely-accepted SCM framework which entails supply chain core attributes (Supply Chain Council [SCC], 2010). The application of DEA by deriving a set of metrics from of the SCOR model, is envisaged to provide SMEs with a more applicable method for assessing supply chain performances.

The SCOR-based DEA technique is proposed to bridge the appeals for and to overcome the shortages of SME SCPM. It features the capacity to incorporate multiple and adjustable metrics to the conformance of elementary settings in SMEs. The application is anticipated to provide a simple groundwork for supporting decision making in terms of administering concise feedbacks and identifying specific directions to venture on. It is



furthermore expected to trigger realization of supply chain critical factors, the importance of an all-rounded, multiple metric performance-based assessment, and provision for improvement plans. Respectively, the objective of this research is to test the applicability of the SCOR-based DEA approach within the realm of SMEs, particularly upon convenience store configurations in Indonesia. SMEs in Indonesia account for 99% of the total businesses enterprises (Machmud & Sidharta, 2016). Within that domain, a significant growth of the convenience store formats has been ongoing since the 2000s (Sunanto, 2012), hence the particular configuration and place is selected for this study.

### Supply Chain Performance Measurement Techniques

The underlying necessity of SCPM roots in the logic that whatever gets measured will eventually get improved. Accordingly, measuring supply chain performance will provide important feedback which will trigger supply chain improvement (Waters & Rinsler, 2014). Administering the wrong measurement system may lead to supply chain performance degradation (Lapide, 2000), therefore selecting appropriate measurement tools is deemed critical. Researchers have pointed to the importance for PM systems to embed characteristics of clarity and simplicity (Garengo et al., 2005). Likewise, Beamon in Beamon (1999) presents inclusiveness, universality, measurability, and consistency as criteria of effective PMs. Several popular techniques towards SCPM are presented in Table 1.

**Table 1 Strengths and Weaknesses of SCPM Techniques**

Techniques	Strengths	Weaknesses
SCOR	Compatible across industries, provides deterministic measures	Rigid, unsuitable for dynamic & specific settings
BSC	Comprehensive (strategic to operational) and balanced (financial and non-financial measures)	Disjointed link between the measures, incompatible for small enterprises
Benchmarking	Can drive towards change, embeds an external perspective, free metrics selection	Limited to provide only a groundwork for future improvements

Referring to the characteristics of an exceptional PM system as mentioned in the description above, benchmarking is considered as a stand-out approach for it embeds the aspect of universality while at the same time able to justify for the other criteria. Bringing SCM into the context, a benchmarking approach incorporating a set of metrics devised from the SCOR model is envisaged to be more advantageous and adaptable to supply chain settings. A robust SCOR-derived benchmarking method, however, requires an analytical approach that could strongly justify for clarity, simplicity, inclusiveness, universality, measurability and consistency.

Data Envelopment Analysis (DEA) is an analytical approach in benchmarking which embeds all characteristics as mentioned. DEA provides a single measurement index (Cooper et al., 2006) which is simple yet in a sense more meaningful as the single judgement is oftentimes more straightforward and clarifying compared to multiple indexes which could lead managers to lean on several metrics and undermine the rest. The quantitative feature of DEA justifies for measurability and consistency, which lacks in qualitative approaches. Moreover, the advantage of DEA which can incorporate multiple inputs and outputs without requiring an explicit functional form relating them (Berg, 2010), suggests the technique to be applicable across various business settings.

DEA application as a benchmarking instrument through deriving SCOR metrics is relatively new to empirical studies. Wong & Wong (2007) initiated a groundwork for such study in using DEA by constructing its variables from a deduction of the SCOR attributes, and demonstrated the applicability of the model in a manufacturing supply chain context. Different from Wong & Wong (2007), this research attempts to incorporate a richer set of derived SCOR metrics such as reliability and agility, as well as to introduce the technique into a more challenging setting. A particular scene that is recognized to be challenging to embrace the widespread business management concepts and tools including SCPM, is that of the small and medium enterprises (SMEs).

#### Small and Medium Enterprises (SMEs)

SMEs play an important role in a nation's economy, both in developed and developing countries (Lee & Wong, 2015; Garengo & Sharma, 2014; Zhao, 2012; Cassel et al., 2001). Likewise, Beck et al. (2005) signifies the capacity of SMEs in association with GDP per capita growth. Boldizzoni & Serio in Garengo et al. (2005) recognize the increasing competitive business environment as an antecedent towards SME development. Considering this critical post of SMEs, best practices of SCM in conjunction with appropriate PM systems are considered essential for leveraging economic growth, supplementary to enhancing the development and competitive advantage of SMEs.

#### SMEs and SCM

Basic frameworks and the implementation of SCM in the SME context differ from those of large enterprises (Simamora et al., 2016; Vaaland & Heide, 2007; Arend & Wisner, 2005). SCM models used in large enterprises cannot just be replicated into the SME realm. The smaller-sized companies embed distinct characteristics differentiating them from larger enterprises (Ates et al., 2013; Storey, 2016). For example, Vaaland & Heide (2007) point that SMEs are less focused on any integration systems whatsoever with other actors in

the supply chain. This implies that SMEs tend to accentuate their own benefits and interests, which leads to added total costs along the supply pipeline. Moreover, SMEs put lower regards to formalized planning and control systems (Vaaland & Heide, 2007). Such argument could be related to the limited resources in smaller companies, as well as to shortages of managerial knowledge related to business management. Moreover, the case for smaller enterprises in developing countries is that business owners are usually taking up the role as sole manager of the enterprise, which could deter focused and effective strategic directions. These premises suggest that a more elementary concept related to SCM would be best suited to the SME backdrop in developing countries.

#### SMEs and Performance Measurement

Given the necessity for SME PM as mentioned earlier, its implementation is concluded to be scarce (Chalmeta et al., 2012). Bititci et al. (2012) pointed out the poor take ups of PM into the SME context. SMEs generally do not fully comprehend to their critical success factors, thus impeding efforts and significance of measurement (Greatbanks and Boaden, 1998). Accordingly, these typical SMEs would not recognize upon critical areas that needs focus for improvement. This may induce costly improvements as well as ambitious changes to irrelevant functions which could lead to business degradation. Moreover, there are arguments that lack of resources and poor involvement of managers and time allocation contribute to the difficulty, negligence, and failure of PM in SMEs (Chalmeta et al., 2012; Garengo et al., 2005; Tenhunen et al., 2001).

Similar to the findings of SCM in SMEs, Taylor & Taylor (2014) remark that PM implementation in large firms is not necessarily the most relevant 'levers' in SMEs. Likewise, Bititci et al. (2012) underline the need to consider the fundamental differences between SMEs and large enterprises when dealing with PM. Instances where popular PM models used by large enterprises fail in SMEs are found in Hvolby & Thorstenson (2000). The arguments laid above points that complex PM systems may as well not be appropriate for SMEs. This leads to a proposition that SMEs would require a more adaptable SCPM which is to be simple enough to be used yet powerful to clarify findings and trigger improvements.

#### Research Gap

A research gap is identified as absence of suitable PM approaches to measure supply chain performances in SMEs. Moreover, empirical research concerning PM in SMEs is still rare, where the call for studies relating to the topic is recognized on a recurring basis (Raymond et al., 2008; Garengo et al., 2005; Hudson et al., 2001). This research sets to

fill in the particular gap by adapting the SCOR performance attributes into the basic DEA framework to provide a more applicable instrument for SMEs to adopt in regard to SCPM.

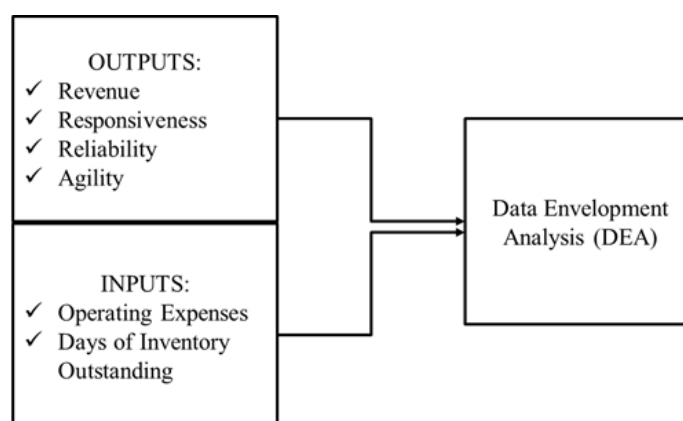
## Method

In accordance to the aim of this study, a research hypothesis is formulated as follows:

H<sub>1</sub>: If the SCOR-DEA approach is applicable to SME convenience stores, then it will provide a relevant and appropriate medium for supporting organizational decision-making to envisage performance improvements.

Data collection aims to extract essential information as the basis for running the DEA test. The collection of data comprises that of primary and secondary data. Primary data is collected through survey questionnaire directed to the customer side of each company under observation. This data collection aims to assemble metric values which are related to customer services. Deriving from SCOR attributes, this collection of data angles to measure retail responsiveness, reliability, and agility. Secondary data collection on the other hand, aims to capture metric values that have been recorded in internal company reports. Derived from SCOR attributes relative to SME retailing, this type of data aims to record information regarding revenue, operating expenses, and days of inventory outstanding (DIO). Collectively with that of primary data, this pool of figures will be constructed into SCOR input and output viewpoints following Kocaoglu et al., (2013), and will serve as the raw data to conduct the DEA analysis. Figure 2 illustrates the classification of the collected data.

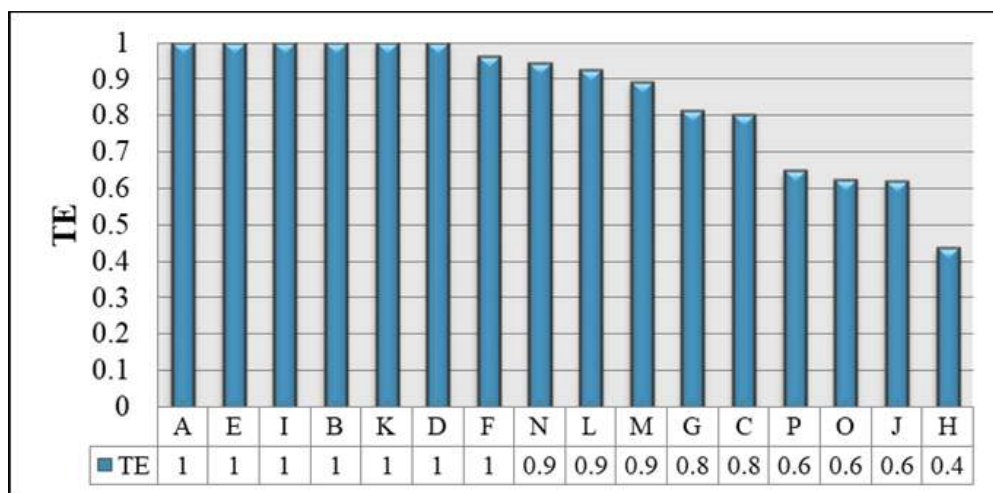
**Figure 1 Classification of the SCOR-DEA Variables for DEA**



The sampling technique used in this research is purposive sampling. Accordingly, the research sample is chosen based on what is considered appropriate for the study. Sample of this research is that of convenience stores which are categorized as SMEs in Kupang City, East Nusa Tenggara Province, Indonesia. The number of cases for the DEA test in

this research is based on the empirical rule set by Golany & Roll (1989), which sets the minimum number of observations as at least twice the number of DEA variables. 16 convenience stores were selected as the sample for this study, where 12 stores belonged to that of small sized enterprises category, and 4 belonged to that of medium sized enterprises category. The general profile of the sample were that of those trading mainly fast moving consumer goods (FMCG), locally owned (not belonging to a renowned, bigger chain), employs 2-8 workers, and year of establishment ranged from 2004 to 2014.

Figure 2 TE Scores under CRS



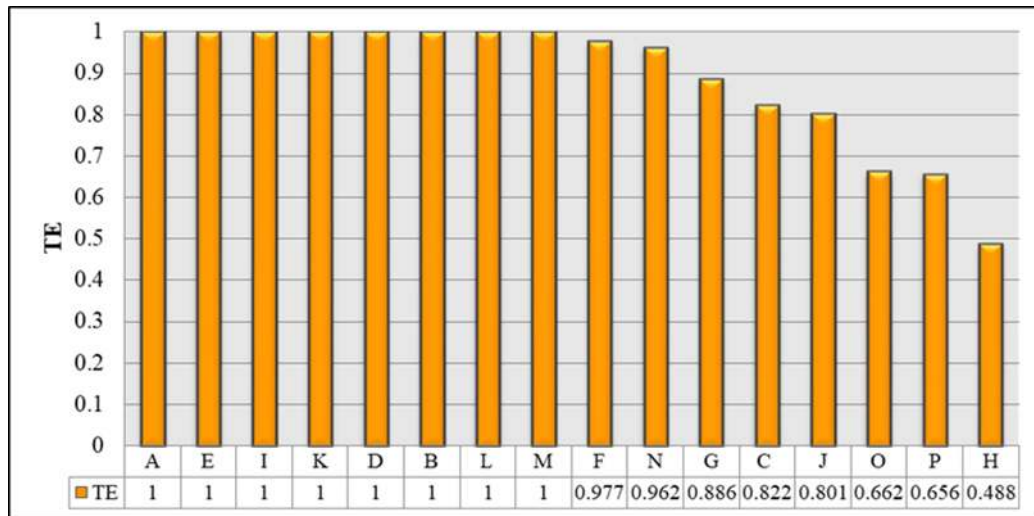
**Results and Discussion**

DEA Efficiency Scores

TEs under CRS are presented in Figure 3. As evident, 6 DMUs are pointed to be efficient hence rendering the other 10 as inefficient. Units A, B, D, E, I, and K produced TEs of 1 or 100% efficiency, thus proposing the pool to be the best performers and define the efficient frontier. This implies that no other DMUs within the sample can manage to reduce their inputs for given amount of outputs better than those 6 efficient units. With an efficiency rating of 0.435, DMU H is pointed to be the least efficient unit out of the set.

TE scores under VRS are displayed in Figure 4. As observed, 8 DMUs established efficiency scores of 1 hence defining the efficient frontier. The lowest TE is attributed to DMU H with a score of 0.48.

Figure 3 TE Scores under VRS



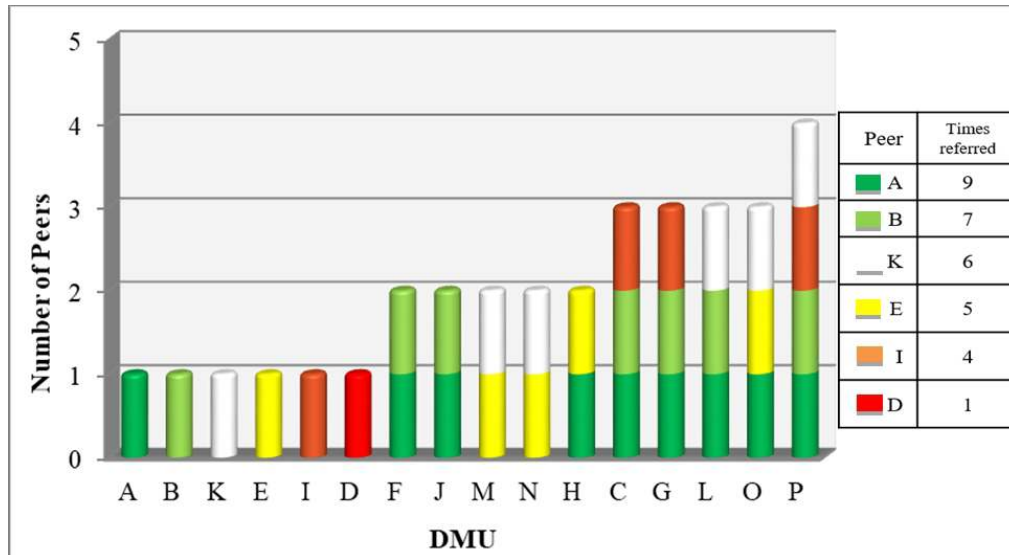
Overall, the TE scores under both returns to scale assumptions show practical discrimination among the retailers under examination. That is, DEA is able to demonstrate disparities in supply chain performances of the DMUs, where 62.5% of the DMUs in the set are rendered inefficient under CRS and 50% are inefficient under VRS. Results of the analysis highlight that DEA accounts for an all-inclusive evaluation of performances based on a variety of variables. If retail performances are to be judged solely based on revenue, which is perhaps the most traditional indicator of business assessment, DMUs with the highest revenues would be construed as the better performers. Contrary, DEA points all 6 retailers with the highest revenues to be inefficient under CRS, and 3 of the top 6 as inefficient under VRS. This shows that the larger size does not simply suggest that better efficiency is at hand, in fact even the smaller sized enterprises have been proven to be efficient. A similar argument can be manifested for the input variables. Having relatively lower level of inputs does not guarantee a firm to lie on the efficient frontier. DMU F, which was recognized to hold the 3rd lowest DIO and the 4th lowest operating expenses, is regarded as inefficient under both return to scale assumptions.

DMU Peers

Figure 4 depicts the summary of DMU peers under CRS. It can be observed that DMUs C and G are both referred to A, B, and I. The linear combination of three units creates a virtual DMU which determines the technical inefficiencies of C and G. Similar grouping of peers are found for DMUs F and J (both referred to A and B) and DMUs M and N (referred to E and K). All inefficient units can therefore obtain insights to reducing their inputs relative to the information provided by their peers, without affecting their outputs. Norman and Stoker (1991) proposed that the most referred to DMUs are those of the robustly

efficient units, while those which are referred to only once or twice are classified as the marginally efficient ones. Referring to Figure 4, DMU A is seen to be referred to at a total of 9 times, thus pointing it to be the strongest unit of the set.

Figure 4 DMU Peers Under CRS



The display in Figure 5 provides the summary of DMUs and their peers under VRS. Similar grouping of peers was only found for units C, F and G, all of which are referred to the linear combination of DMUs A, D, E, and I. DMUs A, E, and I tops the list of peer count and defining the strongest units. The differences between the peers of under CRS and VRS is related to the approaches of the underlying assumptions, one in which VRS is subject to envelope its data points more tightly than that of CRS, thus producing a distinct set of efficient units thus different efficient frontier.

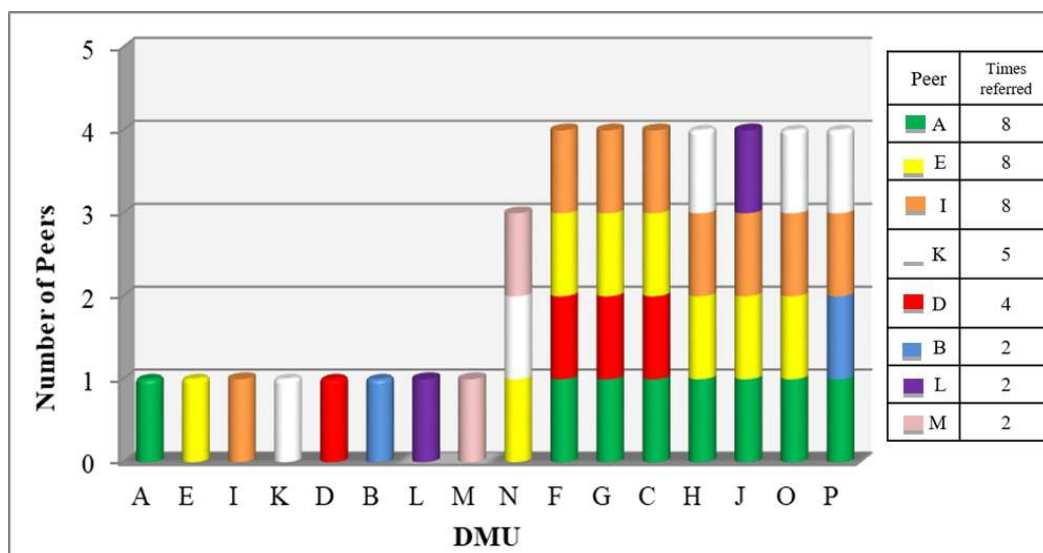
The information on DMU peers can be sought to be beneficial for the DMU managers to focus their attention onto only of a subgroup of DMUs instead of the entire set under analysis. The insights on their “closest” referred competitors could suggest that the managers of the inefficient DMUs may be able to embark upon improving their approaches or practices by looking more closely to that of their DMU peers. This may avoid the DMUs to undertake unnecessary directions by trying to emulate best practices in redundancy or trying to achieve unrealistic targets.

Sensitivity Analysis

As presented in Table 2, DMU H is assigned with the largest amounts of inadequacy of the controllable inputs. With input 1 excess of Rp. 6,499,707.931 and input 2 excesses of around 65 days, both variables translate to a 56.52% slack. The smallest difference was

found for DMU F, with both inputs realizing a 4.01% gap. DMU F should therefore endeavour on a slight cut on its operating expenses and DIO to be equally efficient with its peers. Presented in Table 3, the smallest inputs inadequacy is found for DMU F, with both inputs realizing a 2.29% gap with the efficient frontier. The largest gap is attributed to DMU H, also realizing proportional slacks as 51.16%. The overall results point to some compelling improvement potentials for most of the inefficient retailers. Such improvement however, should be perceived in regard to the ability to actually control the input reductions. Some retail managers may be subject to uncontrollable variables, for example the number of days in which inventory is held due to supplier-related constraints, in such that expected gains could not be realized.

Figure 5 DMU Peers Under VRS



The research projected the SCOR-based DEA approach to fill in the requisite for SCPM in SMEs, and to correspond to the constraints of the poor grasp SMEs have towards SCPM. The data collection process confirmed poor measurement systems in the practice of SMEs; no SCM-related PM systems were identified, and performance assessments were generally based on financial measures. Thus, it highlighted the need for a more comprehensive PM tool for SMEs.

Research results point that the SCOR-based DEA managed to administer a concise, insightful, and simple-enough approach towards SCPM in SMEs. Results in profile of the single, quantitative efficiency index accounts for concise assessments to performance efficacy which provide quick and accurate feedback, conforming to the critical features of PMs (Neely et al., 1996). Peer identification and sensitivity analysis provide specific focus each inefficient store should endeavour to earn efficient status. Accordingly, gross



deficiency of recognition to critical success factors in SMEs (Greatbanks & Boaden, 1998) may be resolved. Moreover, enhanced SME managerial conception is anticipated following the “eye-opening” demonstration of the multiple metric technique, which provided a distinct, comprehensive view to SCPM compared to traditional approaches.

**Table 2 Sensitivity Results Under CRS**

DMU	Original Value (Rp)		DEA Target Value (Rp)		Difference (Rp)		Percentage	
	Op. Expenses	DIO	Op. Expenses	DIO	Op. Expenses	DIO	Op. Expenses	DIO
C	4,765,500	99	3,822,809.47	79.416	942,690.526	19.584	19.78%	19.78%
F	4,267,500	66	4,096,386.51	63.354	171,113.489	2.646	4.01%	4.01%
G	4,885,500	108	3,963,427.14	87.616	922,072.863	20.384	18.87%	18.87%
H	11,500,000	114	5,000,292.07	49.568	6,499,707.931	64.432	56.52%	56.52%
J	7,350,500	119	4,540,150.75	73.502	2,810,349.250	45.498	38.23%	38.23%
L	23,861,000	141	22,023,577.82	130.142	1,837,422.176	10.858	7.70%	7.70%
M	20,884,500	80	14,975,102.38	71.248	5,909,397.620	8.752	28.30%	10.94%
N	21,990,900	97	18,726,408.94	91.503	3,264,491.062	5.497	14.84%	5.67%
O	11,941,200	86	7,426,913.18	53.488	4,514,286.819	32.512	37.80%	37.80%
P	7,902,100	165	5,113,782.99	106.778	2,788,317.015	58.222	35.29%	35.29%

**Table 3 Sensitivity Analysis Under VRS**

DMU	Original Value (Rp)		DEA Target Value (Rp)		Difference (Rp)		Percentage	
	Op. Expenses	DIO	Op. Expenses	DIO	Op. Expenses	DIO	Op. Expenses	DIO
C	4,765,500	99	3,919,182.23	81.418	846,317.772	17.582	17.76%	17.76%
F	4,267,500	66	4,169,972.56	64.492	97,527.436	1.508	2.29%	2.28%
G	4,885,500	108	4,329,948.79	95.719	555,551.207	12.281	11.37%	11.37%
H	11,500,000	114	5,616,358.85	55.675	5,883,641.150	58.325	51.16%	51.16%
J	7,350,500	119	5,890,171.69	95.358	1,460,328.313	23.642	19.87%	19.87%
N	21,990,900	97	19,852,591.65	93.333	2,138,308.351	3.667	9.72%	3.78%
O	11,941,200	86	7,907,863.77	56.952	4,033,336.234	29.048	33.78%	33.78%
P	7,902,100	165	5,185,640.06	108.279	2,716,459.936	56.721	34.38%	34.38%

The SCOR-based DEA application was sufficient to overcome particular weaknesses apparent in the widespread SCPM tools. The proportionate use of financial and non-financial metrics alludes to overcome the lack of such balance as pointed by Gunasekaran et al. (2001). Likewise, the shortfall of customer focus (Gunasekaran et al., 2001) was abridged by the customer-facing measures. The DEA model embodied a more inclusive SCOR-derived metrics than that of Wong & Wong (2007) which overlooked reliability and agility dimensions. Agility in particular is a fundamental feature of SMEs, which is

advocated to not be excluded in assessment measures for the related context. Melnyck et al. (2014) argued that the widespread SCPM tools are deficient to assert metrics flexibility. Correspondingly, the SCOR-based DEA demonstrated a flexible selection and usage of metrics, which was justified through the SCOR attributes deduction to adjust for the elementary blueprint of SMEs in Indonesia, which severely lacks in supply chain metrics development and comprehensive data recording. Referring to the capacity of the SCOR-based DEA approach to present a relevant and appropriate instrument for SMEs to envisage performance improvements, the hypothesis proposed in Section 3.1 is attested to be true.

SMEs tend to be at the lower end for formalized planning and control systems (Vaaland & Heide, 2007). Therefore, the sole judgment factor of DEA's efficiency index and peer group identification are anticipated to be more appealing compared to lengthy, complex assessments in regard to engaging managers into improvement initiatives. Pooling of peers allows for the inefficient stores to look for closely-related references. Such is quantitatively reflected in the sensitivity analysis. Each input can be pushed to be reduced to the amount assigned collectively by the peer units. The peer units however, do not only suggest for inputs treatment. Protocols to enhance outputs can also be derived by mirroring that of the peers. For instance, an inefficient store may seek on identifying distinct service features in the peer group related to agility, which is perhaps the most visible differentiator to be recognized. Accordingly, that store may be able to enhance the variety of products being sold to push for output improvement.

Traditional based performance measures give misleading signals for improvement (Neely, 1998; Kaplan & Norton, 1992). Such which were apparent among the SMEs could be related to the incomprehension towards PM benefits (Taticchi et al, 2010), which creates negligence of embracing PM systems. Data analysis illustrated inadequacy of the traditional measures to provide a holistic evaluation towards supply chain performance, therefore highlighting the potential of the SCOR-base DEA to reconcile these issues. Accordingly, SMEs are expected to be more enticed to take up the more innovative PM approach. Furthermore, the SCOR-based DEA is considered beneficial to provide SMEs with recognition upon standard critical supply chain indicators. As the retailers do not apprehend to such measures (evidenced though the absence of recording of indicators such as DIO and all service-related metrics), the study is anticipated to create awareness of these key indicators. The store managers therefore can encourage recordings of the related supply chain indicators, up to the extent to developing their own KPIs that correspond to strategic considerations. A technology-based platform of data recordings

may be initiated among the chains to keep track of performances. Such initiative is strongly advocated by Taticchi et al. (2010) who assert that effective take-ups of PMs in SMEs should be conditioned with adequate IT tools. Moreover, DEA can be employed by the stores for future efficiency assessments as they grow and expand into multiple chains. Managers may seek more applicable metrics for the analysis, complementing to strategic and contextual considerations. As SMEs are subject to a flexible and dynamic environment (Ates et al., 2013; Zhao, 2012; Garengo et al., 2005), the freedom to devise their own set of metrics is deemed largely imperative. This indeed, can be facilitated through the SCOR-based DEA approach.

## Conclusion

This research was initiated due to the necessity for and lack of SCPM empirical studies and applications in SMEs (Raymond et al., 2008; Garengo et al., 2005; Hudson et al., 2001). A SCOR-based DEA model was projected to serve the SME retailing context in Indonesia, and was validated to administer a relevant and appropriate medium for the SMEs to envisage for future improvement initiatives. Constraints to SCPM (Bititci et al., 2012; Chalmeta et al., 2012, Vaaland & Heide, 2007; Garengo et al., 2005; Tenhunen et al., 2001; Hvolby & Thorstenson, 2000; Greatbanks & Boaden, 1998) were addressed by employing a simple and flexible benchmarking application which incorporated multiple and relatable metrics to the conformance of the elementary settings of SMEs. Unique SCOR-derived metrics were constructed to meet the blueprint of SMEs in Indonesia, which was short of convenient bookkeeping hence ready-to-use data.

The insights obtained from the DEA results assisted the SME store managers to identify how well they are currently performing relative to their competitors, as well as to provide directions to which specific areas they should venture on. This includes the pooling of benchmarking units or peers for more closely references to better practices. Particularly, an important insight was conveyed in regard to the value of an all-rounded, multiple metric approach which proved to provide a more holistic and meaningful assessment. Accordingly, this could lead the store managers to depart from traditional measurement systems which rely on financial, single metrics which alludes to misleading improvement signals (Neely, 1998; Kaplan & Norton, 1992). The store managers may realize that higher revenues do not necessarily minister efficiency, nor does mere smaller expenses. Poor perceptions of SMEs towards PM benefits (Taticchi et al., 2010) can therefore be reformed. At the slightest, the results are expected to trigger awareness among the SMEs upon the importance of PM systems as well as a rough overview of basic supply chain critical factors. This in turn is anticipated to prompt the stores for better data recording and

keeping, and to engage on the development of more relevant metrics and PM initiatives. However, the limitation to the DEA benchmarking application lies on the requirement for proper information technology infrastructure and human capital in order to optimize the application itself, one which could be a constraint for SMEs.

This study provided a groundwork for the application of a SCOR-based DEA in retailing SMEs. Future studies could include several renowned practitioners of the underlying sector into the analysis to seize richer insights. Multiple time periods could also be useful in capturing seasonal trends, which would likely affect policies in such as inventory levels. Furthermore, additional DEA variables could be tested as to be derived from the level-1 SCOR metrics, which could provide a deeper and more comprehensive assessment relating to DEA discrimination and resource reallocation scenarios.

## Reference

- Arend, R. J., & Wisner, J. D. (2005). Small business and supply chain management: is there a fit?. *Journal of Business Venturing*, 20(3), 403-436.
- Ates, A., Garengo, P., Cocca, P., & Bititci, U. (2013). The development of SME managerial practice for effective performance management. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 28-54.
- Aydın, S. D., Eryuruk, S. H., & Kalaoğlu, F. (2014). Evaluation of the performance attributes of retailers using the scor model and AHP: a case study in the Turkish clothing industry. *Fibres & Textiles in Eastern Europe*.
- Beamon, B. M. (1999). Measuring supply chain performance. *International journal of operations & production management*, 19(3), 275-292.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, growth, and poverty: cross-country evidence. *Journal of economic growth*, 10(3), 199-229.
- Berg, S. (2010). *Water utility benchmarking*. Iwa Publishing.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding service convenience. *Journal of marketing*, 66(3), 1-17.
- Bititci, U., Garengo, P., Dörfler, V., & Nudurupati, S. (2012). Performance measurement: challenges for tomorrow. *International Journal of Management Reviews*, 14(3), 305-327.
- Bititci, U. S., Carrie, A. S., & McDevitt, L. (1997). Integrated performance measurement systems: a development guide. *International journal of operations & production management*, 17(5), 522-534.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2002). *Supply chain logistics management* (Vol. 2). New York, NY: McGraw-Hill.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business Research Methods 3rd Ed*. Oxford University Press.

- Bullinger, H. J., Kühner, M., & Van Hoof, A. (2002). Analysing supply chain performance using a balanced measurement method. *International Journal of Production Research*, 40(15), 3533-3543.
- Cassell, C., Nadin, S., & Older Gray, M. (2001). The use and effectiveness of benchmarking in SMEs. *Benchmarking: An International Journal*, 8(3), 212-222.
- Chalmeta, R., Palomero, S., & Matilla, M. (2012). Methodology to develop a performance measurement system in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, 25(8), 716-740.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2007). Supply chain management. Strategy, planning & operation. *Das summa summarum des management*, 265-275.
- Coelli, T. (1996). A guide to DEAP version 2.1: a data envelopment analysis (computer) program. *Centre for Efficiency and Productivity Analysis, University of New England, Australia*.
- Collins, C. S., & Cooper, J. E. (2014). Emotional intelligence and the qualitative researcher. *International Journal of Qualitative Methods*, 13(1), 88-103.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2008). *Business Research Methods*. McGraw-Hill.
- Cooper, M. C., & Ellram, L. M. (1993). Characteristics of supply chain management and the implications for purchasing and logistics strategy. *The International Journal of Logistics Management*, 4(2), 13-24.
- Cooper, W. W., Seiford, L. M., & Tone, K. (2006). *Introduction to data envelopment analysis and its uses: with DEA-solver software and references*. Springer Science & Business Media.
- Fawcett, S. E., Ellram, L. M., & Ogden, J. A. (2007). *Supply chain management: from vision to implementation*. Prentice Hall.
- Garengo, P., Biazzo, S., & Bititci, U. S. (2005). Performance measurement systems in SMEs: a review for a research agenda. *International journal of management reviews*, 7(1), 25-47.
- Garengo, P., & Sharma, M. K. (2014). Performance measurement system contingency factors: a cross analysis of Italian and Indian SMEs. *Production Planning & Control*, 25(3), 220-240.
- Golany, B., & Roll, Y. (1989). An application procedure for DEA. *Omega*, 17(3), 237-250.
- Greatbanks, R., & Boaden, R. (1998, July). Can SMMEs afford to measure performance?. In *Conference Proceedings Performance Measurement—Theory and Practice* (Vol. 1, pp. 117-124).
- Grix, J. (2002). Introducing Students to the Generic Terminology of Social Research. *Politics*, 22 (3), 175-186.
- Gunasekaran, A., & Kobu, B. (2007). Performance measures and metrics in logistics and supply chain management: a review of recent literature (1995–2004) for research and applications. *International Journal of Production Research*, 45(12), 2819-2840.

- Gunasekaran, A., Patel, C., & McGaughey, R. (2004). A framework for supply chain performance measurement. *International Journal of Production Economics*, 87(3), 333-347.
- Gunasekaran, A., Patel, C., & Tirtiroglu, E. (2001). Performance Measures and Metrics in a Supply Chain Environment. *International Journal of Operations & Production Management* 21(1).
- Kocaoğlu, B., Gülsün, B., & Tanyaş, M. (2013). A SCOR based approach for measuring a benchmarkable supply chain performance. *Journal of Intelligent Manufacturing*, 1-20.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran-9/E*.
- Kurniawati, D., & Yulianto, H. (2015). Productivity Improvement of Small Scale Medium Enterprises (SMEs) on Food Products: Case at Yogyakarta Province, Indonesia. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3, 189-194.
- Hsuan Mikkola, J., & Skjøtt-Larsen, T. (2004). Supply-chain integration: implications for mass customization, modularization and postponement strategies. *Production Planning & Control*, 15(4), 352-361.
- Hvolby, H. H., & Thorstenson, A. (2000). Performance measurement in small and medium-sized enterprises. *Proceedings Ed. by Tb Fox and D. Steeple*.
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. *International journal of operations & production management*, 21(8), 1096-1115.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1992). The Balanced ScoreCard: A Rising Trend in Strategic Performance Measurement. *Journal of Strategic Performance Measurement*, 42-48.
- Lapide, L. (2000). What about measuring supply chain performance. *Achieving Supply Chain Excellence Through Technology*, 2(2), 287-297
- Lebas, M., J. (1995). Performance measurement and performance management. *International Journal of Production Economics*, 41, 23-35.
- Lee, C. S., & Wong, K. Y. (2015). Knowledge management performance measurement in micro-, small-, and medium-sized enterprises An exploratory study. *Business Information Review*, 32(4), 204-211.
- Lummus, R. R., & Vokurka, R. J. (1999). Defining supply chain management: a historical perspective and practical guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 99(1), 11-17.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2016). Entrepreneurial Motivation and Business Performance of SMEs in the SUCI Clothing Center, Bandung, Indonesia. *DLSU Business & Economics Review*, 25(2).
- Melnyk, S. A., Bititci, U., Platts, K., Tobias, J., & Andersen, B. (2014). Is performance measurement and management fit for the future?. *Management Accounting Research*, 25(2), 173-186.

- Neely, A., D., Gregory, M., J., & Platts, K. (1995). Performance measurement system design: A literature review and research agenda. *International Journal of Operations & Production Management*, 15(4), 80-116.
- Neely, A., Bourne, M., Mills, J., Platts, K., & Richards, H. (2002). *Strategy and performance: getting the measure of your business* (Vol. 2). Cambridge University Press.
- Neely, A., D. (1998). *Measuring Business Performance: Why, What and How*. The Economist and Profile Books Ltd., London.
- Norman, M., & Stoker, B. (1991). *Data envelopment analysis: the assessment of performance*. John Wiley & Sons, Inc..
- Podinovski, V. V., & Thanassoulis, E. (2007). Improving discrimination in data envelopment analysis: some practical suggestions. *Journal of Productivity Analysis*, 28(1-2), 117-126.
- Ramaa, A., Rangaswamy, T. M., & Subramanya, K. N. (2009). *A review of literature on performance measurement of supply chain network*. In 2009 Second International Conference on Emerging Trends in Engineering & Technology, 802-807.
- Raymond, L., St-Pierre, J., & Marchand, M. (2008). In search of performance for manufacturing SMEs: A taxonomical approach. *Universite du Quebec a Trois-Rivieres, Quebec*.
- Sarkis, J. (2007). Preparing your data for DEA. In *Modeling data irregularities and structural complexities in data envelopment analysis* (pp. 305-320). Springer US.
- Simamora, M., Aiman, S., & Subiyanto, B. (2016). How Supply Chain Management Enhances SMEs' Competitiveness: A Case Study. *IUP Journal of Supply Chain Management*, 13(2), 33.
- Simmers, C. S., & Keith, N. K. (2015). Measuring retail store service quality: the disparity between the retail service quality scale (RSQS) and comment cards. *Academy of Marketing Studies Journal*, 19(2), 117.
- Storey, D. J. (2016). *Understanding the Small Business Sector*. Routledge.
- Sunanto, S. (2012). Modern Retail Impact on Store Preference and Traditional Retailers in West Java. *Asian Journal of Business Research*, 2(2), 7-23.
- Supply Chain Council (2010). Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model – Overview Version 10.0. Retrieved from [www.supply-chain.org](http://www.supply-chain.org).
- Taticchi, P., Tonelli, F., & Cagnazzo, L. (2010). Performance measurement and management: a literature review and a research agenda. *Measuring business excellence*, 14(1), 4-18.
- Tambunan, T. (2008). Development of SME in ASEAN with Reference to Indonesia and Thailand. *Chulalongkorn Journal of Economics*, 20(1), 53-83.
- Taylor, A., & Taylor, M. (2014). Factors influencing effective implementation of performance measurement systems in small and medium-sized enterprises and

- large firms: a perspective from Contingency Theory. *International Journal of Production Research*, 52(3), 847-866.
- Tenhunen, J., Rantanen, H., & Ukko, J. (2001). SME-oriented implementation of a performance measurement system. *Lahti, Finland: Department of Industrial Engineering and Management, Lappeenranta University of Technology*.
- Vaaland, T. I., & Heide, M. (2007). Can the SME survive the supply chain challenges?. *Supply chain management: an International Journal*, 12(1), 20-31.
- Waggoner, D., B., Neely, A., D., & Kennerley, M., P. (1999). The forces that shape organisational performance measurement systems: An interdisciplinary review. *International Journal of Production Economics*, 60-61, 53-60.
- Waters, D., & Rinsler, S. (2014). *Global logistics: New directions in supply chain management*. Kogan Page Publishers.
- Wong, W. P., & Wong, K. Y. (2007). Supply chain performance measurement system using DEA modeling. *Industrial Management & Data Systems*, 107(3), 361-381.
- Zhao, F. (2012). Role of Small and Medium Sized Enterprises in E-Supply Chain Management: A Case Study. *Supply Chain Management: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 1.



# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## INTEGRASI MENUJU INDUSTRI KREATIF YANG KUAT DAN DINAMIS

Widiya Dewi Anjaningrum  
Institut Teknologi dan Bisnis Asia, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**DOI:**

10.32815/jibeka.v15i1.370

**ISSN:**

0126-1258

**ISSN-E:**

2620-875X

**KORESPONDENSI:**

widiya.dewi.a@gmail.com

### ABSTRACT

*The purposes of this study are to determine the direct and indirect effects of market and entrepreneurial orientation on competitive advantage through dynamic capabilities and to prove the role of dynamic capabilities as an intervening variable. This research is a field research study on creative industries in Malang, Indonesia. A sample of 100 respondents was selected by accidental sampling technique. Data was obtained through questionnaire survey and processed with Partial Least Square analysis. The results showed that market and entrepreneurial orientation had a positive and significant direct effect on competitive advantage, it also had an indirect effect through dynamic capabilities, and dynamic capabilities consisting is not able enough to mediate market and entrepreneurial orientation on the competitive advantage. An integration of market and entrepreneurial orientation to create high dynamic capabilities and strong competitive advantage is a must for creative industries. To become a strong industry that has high dynamic capabilities to compete, the creative industries should increase information acquisition so that products are more in line with customer expectations.*

**Keywords:** Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Dynamic Capabilities, Competitive Advantage

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung orientasi pasar dan kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas dinamis dan untuk membuktikan peran kapabilitas dinamis sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan studi penelitian lapangan pada industri kreatif di Malang, Indonesia. Sampel sebanyak 100 responden dipilih dengan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh melalui survei kuesioner dan diolah dengan analisis *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar dan kewirausahaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, namun kurang berpengaruh secara tidak langsung melalui kapabilitas dinamis, dan kapabilitas dinamis ternyata kurang mampu memediasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Integrasi pasar dan orientasi kewirausahaan untuk menciptakan kemampuan dinamis yang tinggi dan keunggulan kompetitif yang kuat merupakan suatu keharusan bagi industri kreatif. Untuk menjadi industri yang kuat yang memiliki kemampuan dinamis yang tinggi untuk bersaing, industri kreatif harus meningkatkan perolehan informasi agar produknya lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

**Kata Kunci:** Orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, kemampuan dinamis, keunggulan kompetitif



## Pendahuluan

Dunia industri saat ini sedang memasuki era baru yang ditandai dengan masifnya perkembangan teknologi informasi yaitu era “revolusi industri 4.0”. Salah satu keunggulan era ini adalah terciptanya lebih banyak pekerjaan dan investasi baru berbasis teknologi (Noor, 2018). Keunggulan tersebut sesuai dengan perekonomian kreatif Kota Malang, Indonesia yang memiliki 3 subsektor unggulan berupa (1) kuliner, (2) aplikasi dan game, dan (3) film, animasi dan video (Choirul, 2017). Sektor ekonomi kreatif masih diharapkan pemerintah menjadi tulang punggung perekonomian Kota Malang (Permana 2018) yang belum lama ini ditunjuk oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) sebagai contoh kota kreatif di Indonesia. Pretensi tersebut merupakan keberhasilan kolaborasi penta-helix yang melibatkan masyarakat, pemerintah, akademisi, pengusaha, dan media dalam meningkatkan perkembangan ekonomi kreatif yang signifikan (Sasongko, 2019).

Karakter pasar yang berubah dengan cepat dan pertumbuhan industri kreatif yang signifikan juga menjadi ancaman bagi bisnis itu sendiri. Ancaman tersebut berupa persaingan yang ketat antar pelaku usaha sejenis di pasar lokal, nasional, bahkan internasional. Oleh karena itu, penting bagi setiap industri untuk memiliki keunggulan bersaing yang tepat agar dapat bertahan. Keunggulan kompetitif, menurut (Cegliński, 2017), adalah strategi keuntungan perusahaan yang berkolaborasi untuk bersaing lebih efektif di pasar. Strategi harus dirancang untuk mewujudkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan pasar baru.

Adapun salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif tersebut, menurut hasil penelitian (Naguib, Elsaid, & Elsaid, 2017), hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kapabilitas dinamis perusahaan. Intelektual perusahaan seringkali tidak cukup untuk mendukung kinerja yang signifikan dalam lingkungan yang berubah dengan cepat. Oleh karena itu, dalam suatu lingkungan, kinerja yang unggul bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang sumber daya ini, suatu proses yang disebut kemampuan dinamis (Aminu & Mahmood, 2015).

Konsep kapabilitas dinamis menurut (Ferreira, et al., 2020) merupakan bagian dari kompetensi yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan produk atau proses baru dan merespon perubahan kondisi pasar. (Tresna & Raharja, 2019) mengatakan bahwa wirausahawan tidak hanya sekedar menyesuaikan strategi internal untuk

merespon perubahan lingkungan, tetapi juga mampu mengembangkan kemampuan unik yang tidak dimiliki oleh kompetitor.

Di era ekonomi berbasis pengetahuan, seperti yang dikemukakan oleh He et al. (2018), perusahaan baru membutuhkan kemampuan dinamis untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah dengan cepat dengan meningkatnya ketidakpastian dalam lingkungan yang kompetitif. Di era digital ini, (Mikalef, Pateli, & Van De Wetering, 2016) menunjukkan bahwa fleksibilitas TI bertindak sebagai anteseden dari kemampuan dinamis yang dimungkinkan oleh TI. Pembentukan kapabilitas dinamis yang didukung TI ditemukan sebagai pendorong penting untuk kinerja kompetitif. Sedangkan Hou (Li, Li, Tsai, Lee, & Lee, 2019) mengungkapkan bahwa kapabilitas dinamis juga dipengaruhi oleh orientasi pasar.

Orientasi pasar, menurut (Slater, Sengupta, & Mohr, 2010) adalah proses dan aktivitas yang terkait dengan kreasi dan kepuasan pelanggan dengan terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan penelitian (Tope & Rosli, 2014) mengungkapkan bahwa kapabilitas dinamis dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mengacu pada orientasi strategis perusahaan, menangkap aspek kewirausahaan tertentu dari gaya pengambilan keputusan, metode, dan praktik (Mahmood & Hanafi, 2013). Dengan kata lain, orientasi kewirausahaan adalah proses, praktik, dan kegiatan pengambilan keputusan yang mengarah pada entri baru (Gupta & Gupta, 2015). Jadi, meskipun mengembangkan orientasi kewirausahaan tampaknya mahal, tetapi untuk lingkungan yang bergejolak itu akan menghasilkan manfaat bagi perusahaan yang beroperasi (Açıkdilli & Ayhan, 2013). Jadi, baik orientasi pasar maupun orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kapabilitas dinamis menurut hasil penelitian (Aljanabi & Noor, 2015).

Kesenjangan empiris terjadi pada hasil studi (Maruta, Andi, & Nanis, 2017) yang menemukan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Begitu pula dengan temuan (Sirivanh, Sukkabot, & Sateeraroj, 2014) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan berdampak positif terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Artinya, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan tidak hanya memengaruhi kapabilitas dinamis, tetapi juga memengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan. Sedangkan kapabilitas dinamis itu sendiri juga mempengaruhi keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan kapabilitas dinamis berpotensi menjadi mediator hubungan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan menuju keunggulan bersaing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui: (1) pengaruh orientasi pasar terhadap kapabilitas dinamis, (2) pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas dinamis, (3) pengaruh langsung orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, (4) pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, (5) pengaruh kapabilitas dinamis terhadap keunggulan bersaing, (6) pengaruh orientasi pasar secara tidak langsung terhadap keunggulan bersaing melalui kemampuan dinamis, (7) pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap daya saing melalui kemampuan dinamis.

## Metode

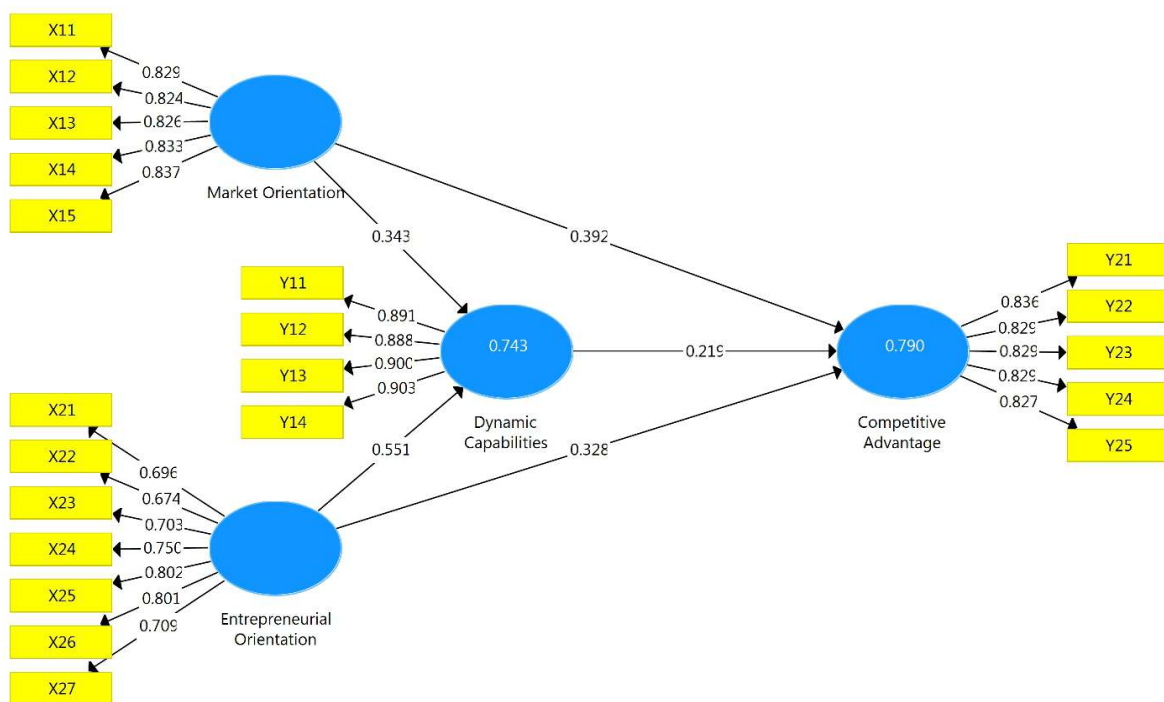
Objek penelitian ini adalah pengusaha industri kreatif di kota Malang, Indonesia. Sampel sebanyak 100 responden dipilih dengan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh melalui survei kuesioner dengan skala 5 poin dan dianalisis menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS)*. Variabel orientasi pasar (X1) diukur melalui indikator: fokus pelanggan (X11), perolehan informasi (X12), berbagi informasi dan pengetahuan (X13), pembelajaran organisasi (X14), koordinasi dan integrasi antar fungsi (X15) (Naguib et al., 2017). Variabel orientasi kewirausahaan (X2) diukur dengan indikator: proaktif: pertama memperkenalkan produk baru (X21), posisi bersaing (X22), Inovasi: penelitian & pengembangan (X23), inisiasi tindakan inovatif (X24), pengambilan risiko: risiko tinggi tinggi peluang kembali (X25), tindakan berani mencapai tujuan (X26), postur berani dan agresif (X27) (Cantaleano, Rodrigues, & Martins, 2018). Variabel Kemampuan Dinamis (Y1) diukur dengan indikator: kemampuan penginderaan (Y11), kemampuan absorpsi (Y12), kemampuan integratif (Y13), dan kemampuan inovatif (Y14). Variabel Keunggulan Kompetitif diukur dengan indikator: sulit ditiru (Y21), dapat diterapkan pada berbagai situasi (Y22), unik (Y23), berkelanjutan (Y24), unggul dalam persaingan (Y25) (Chukwuemeka & Onuoha, 2018).

## Hasil dan Diskusi

Analisis PLS dilakukan mengacu pada buku (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2013) dan (Garson, 2016). Berdasarkan Gambar 1. Model Struktural, diketahui nilai R-square hubungan orientasi pasar dan kewirausahaan terhadap kapabilitas dinamis adalah 0,743. Artinya, 74,3% kapabilitas dinamis dijelaskan oleh orientasi pasar dan kewirausahaan. Sedangkan nilai R-square orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kapabilitas dinamis terhadap keunggulan bersaing adalah 0,790. Hal ini menunjukkan bahwa 79% keunggulan kompetitif industri kreatif dijelaskan oleh orientasi pasar, orientasi

kewirausahaan, dan kapabilitas dinamis. Pengaruh langsung orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing adalah 0,392, sedangkan pengaruh tidak langsung orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas dinamis adalah 0,466. Koefisien jalur orientasi pasar menuju kapabilitas dinamis bertanda positif sebesar 0,343, orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas dinamis sebesar 0,551, koefisien jalur orientasi pasar menuju keunggulan bersaing bertanda positif sebesar 0,393, orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,328, dan kapabilitas dinamis. koefisien jalur menuju keunggulan bersaing bertanda positif sebesar 0,215. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut bertanda positif dan berdasarkan nilai t-statistik di setiap hubungan tersebut yang kurang dari 0,05 terbukti signifikan.

Gambar 1. Model Struktural



Jadi, orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dinamis, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dinamis, orientasi pasar berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan kapabilitas dinamis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Sementara itu tidak langsung dari orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas dinamis adalah 0,075. Sedangkan pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas dinamis sebesar 0,121.

Dengan demikian, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak langsung terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas dinamis, namun pengaruh tidak langsung ini relative kecil dibandingkan pengaruh langsungnya. Sehingga data yang ada belum cukup mampu membuktikan peran kapabilitas dinamis sebagai variabel intervening yang memediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini juga ditunjukkan dengan nilai t-statistik yang kurang dari 0,05 sehingga hubungan tidak langsung tersebut tidak signifikan.

Pada level indikator, rata-rata industri kreatif, orientasi pasar yang diterapkan lebih fokus pada koordinasi dan integrasi antar personalitas perusahaan (koordinasi lintas fungsi), tetapi kurang mengumpulkan, mensintesis dan merespon informasi dari pelanggan untuk menciptakan produk atau pengembangan produk baru yang memenuhi harapan pelanggan (akuisisi informasi). Sedangkan orientasi kewirausahaan, dapat dikatakan bahwa rata-rata industri kreatif di Kota Malang cukup berani mengambil peluang *return* tinggi yang berisiko tinggi dan berani mencapai tujuan, namun kurang proaktif, baik dalam memperkenalkan produk baru maupun mengkaji posisi kompetitor. Sedangkan untuk kapabilitas dinamis, rata-rata industri kreatif di Malang memiliki kemampuan untuk mengembangkan produk atau pasar baru, tetapi kurang memiliki kemampuan untuk mengenali informasi baru, secara eksternal, mengasimilasinya, dan menerapkannya pada kapabilitas absorpsi. Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh rata-rata industri kreatif di Kota Malang lebih sulit untuk ditiru, tetapi cenderung tidak unggul dalam persaingan.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dinamis. Semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi pula kapabilitas dinamis industri kreatif. Temuan ini mendukung hasil penelitian (Aljanabi & Noor, 2015) yang mengungkapkan bahwa kapabilitas dinamis dipengaruhi oleh orientasi pasar. Orientasi pasar juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, dimana semakin tinggi orientasi pasar maka semakin tinggi pula tingkat kompetitifnya. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Maruta et al., 2017) dan (Pardi, et al., 2014) yang menunjukkan bahwa orientasi pasar mempengaruhi keunggulan bersaing. Kemampuan dinamis juga terbukti berpengaruh pada keunggulan bersaing, dimana temuan tersebut mengikuti secara tajam hasil penelitian (Naguib et al., 2017) yang menjelaskan bahwa untuk memperkuat keunggulan bersaing suatu industri harus memiliki kapabilitas yang dinamis. Jadi, orientasi pasar, memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap keunggulan bersaing melalui kapabilitas dinamis.

Orientasi pasar yang dimiliki oleh rata-rata industri kreatif di Malang adalah mengutamakan koordinasi antar fungsi dan integrasi atau koordinasi lintas fungsi, kemudian pembelajaran organisasi karena industri kreatif tergolong usaha mikro dan kecil, bahkan diantaranya tergolong start up. bisnis. Beberapa industri kreatif masih belum fokus pada pelanggan, dan masih kurang kemauan untuk lebih terbuka, berbagi informasi dan pengetahuan. Hal yang paling kurang adalah perolehan informasi, baik antara personel dalam satu industri dengan yang lain, karena masih belum memiliki kesadaran akan pentingnya mengikuti keinginan pelanggan dalam proses produksi suatu produk kreatif. Hal inilah yang membuat banyak produk kreatif masih belum begitu laris di pasaran.

Kemampuan dinamis yang dimiliki oleh pengusaha industri kreatif, yang paling kuat adalah kemampuan inovatif, kemudian kemampuan integratif. Jadi, sebenarnya industri memiliki daya inovasi yang tinggi, mampu mengembangkan produk yang sudah ada dan mengembangkan pasar baru, sayangnya hal ini tidak diimbangi dengan orientasi pasar yang berfokus pada pelanggan, sehingga sehebat hasil inovasi jika tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, maka produk tidak akan laku di pasaran. Industri juga dapat mengintegrasikan setiap masukan, saran, dan pemikiran setiap orang di dalam tim. Sayangnya, hal ini juga tidak diimbangi dengan kemauan untuk lebih terbuka, berbagi informasi dan pengetahuan, serta perolehan informasi. Industri kreatif kurang memiliki kemampuan *sensing* yaitu kemampuan merasakan lingkungan dan memahami kebutuhan pelanggan dan dinamika pasar lebih baik dari kompetitor. Hal ini sejalan dengan orientasi pasar dimana fokus pada pelanggan masih kurang. Industri kreatif juga kurang memiliki daya serap, yaitu kemampuan mengenali informasi baru, eksternal, mengasimilasinya, dan menerapkannya untuk tujuan komersial.

Orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas dinamis. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi pula kapabilitas dinamisnya. Hasil ini sejalan dengan temuan (Tope & Rosli, 2014) yang menyatakan bahwa kapabilitas dinamis berkaitan erat dengan orientasi kewirausahaan. Temuan ini juga mendukung penuh hasil penelitian (Aljanabi & Noor, 2015) yang mengungkapkan bahwa kapabilitas dinamis dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan.

Di sisi lain, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Temuan ini sejalan dengan pernyataan (Sirivanh et al., 2014) dan (Yaseen Zeebaree & Siron, 2017) yang

menjelaskan tentang dampak positif yang diciptakan oleh orientasi kewirausahaan pada keunggulan bersaing. Dan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kapabilitas dinamis juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jadi, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh kuat terhadap keunggulan bersaing. Walau pengaruh secara tidak langsung melalui kapabilitas dinamis tidak menunjukkan bukti kuat, namun kapabilitas dinamis sendiri memiliki peran yang cukup penting bagi keunggulan bersaing. Jadi baik orientasi kewirausahaan maupun kapabilitas dinamis merupakan dua faktor yang sangat penting diperhatikan dalam proses peningkatan keunggulan bersaing produk industri kreatif. Sebagaimana pernyataan (Tope & Rosli, 2014) yang menyadari bahwa inilah saatnya untuk menawarkan solusi berkelanjutan bagi UKM, khususnya dengan memperkenalkan orientasi kewirausahaan dan kapabilitas dinamis sebagai variabel kunci dalam pengembangan UMKM. Kemampuan dinamis memfasilitasi berbagai jenis inovasi yang pada gilirannya meningkatkan kinerja industri (Zhou, Zhou, Feng, & Jiang, 2017).

Orientasi kewirausahaan industri kreatif yang paling kuat berupa keberanian mengambil risiko tinggi peluang pengembalian tinggi dan tindakan berani untuk mencapai tujuan. Ini akan lebih berhasil jika fokus pada pelanggan juga sangat kuat. Inovasi melalui riset & pengembangan serta inisiasi tindakan inovatif relatif tinggi, serta postur pemberani dan agresif juga relatif tinggi, yang menjadikan kemampuan berinovasi juga tinggi. Namun yang kurang di industri kreatif adalah bersikap proaktif, yaitu menjadi yang pertama memperkenalkan produk baru dan memantau posisi kompetitif. Sedangkan keunggulan bersaing yang merupakan kekuatan industri kreatif rata-rata sulit untuk ditiru. Hal ini dikarenakan kemampuan inovasinya yang tinggi, industri kreatif dapat menciptakan produk yang tidak mudah ditiru oleh kompetitor. Produk yang dihasilkan juga berlaku untuk berbagai situasi, unik, dan berkelanjutan. Sayangnya, karena kurang fokus pada pelanggan, masih belum mampu menjadi yang diunggulkan dalam persaingan.

Pada akhirnya, integrasi pasar dan orientasi kewirausahaan untuk menciptakan kapabilitas dinamis tinggi dan keunggulan kompetitif yang kuat merupakan suatu keharusan bagi industri kreatif. Tentunya hal ini perlu didukung penuh oleh pemerintah, pengusaha, komunitas, media dan akademisi dalam kerjasama sinergis penta-helix.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar dan kewirausahaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keunggulan



bersaing, juga berpengaruh secara tidak langsung melalui kapabilitas dinamis, dan kapabilitas dinamis yang terdiri dari sensing, absorptive, integrative, dan inovatif. kapabilitas mampu memediasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Untuk menjadi industri kuat yang memiliki kapabilitas dinamis tinggi dan berdaya saing, maka industri kreatif harus meningkatkan perolehan informasi agar produk lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan bertindak proaktif dalam memperkenalkan produk baru.

## Referensi

- Açıkdilli, G., & Ayhan, D. Y. (2013). Dynamic Capabilities and Entrepreneurial Orientation in the New Product Development. *International Journal of Business and Social Science*, 4(11), 144–150.
- Aljanabi, A. Q. R. A., & Noor, N. A. M. (2015). The Mediating Role of Market Orientation on Entrepreneurial Orientation, Absorptive Capacity and Technological Innovation Capabilities. *Asian Social Science*, 11(5), 219–234. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n5p219>
- Aminu, M. I., & Mahmood, R. (2015). Mediating Role of Dynamic Capabilities on the Relationship between Intellectual Capital and Performance: A Hierarchical Component Model Perspective in PLS-SEM Path Modeling. *Research Journal of Business Management*, 9(3), 443–456. <https://doi.org/10.3923/rjbm.2015.443.456>
- Cantaleano, K. R., Rodrigues, G. P., & Martins, T. S. (2018). the Mediating Effect of Proactive Market Orientation Capability in Entrepreneurial Orientation and Service Innovation. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 19(1), 1–27. <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramr180038>
- Cegliński, P. (2017). the Concept of Competitive Advantages. Logic, Sources and Durability. *Journal of Positive Management*, 7(3), 57. <https://doi.org/10.12775/jpm.2016.016>
- Choirul, M. (2017). Aplikasi Game dan Kuliner Jadi Andalan Industri Kreatif Kota Malang. *Malang Voice*, p. 6. Retrieved from <https://malangvoice.com/aplikasi-game-dan-kuliner-jadi-andalan-industri-kreatif-kota-malang/>
- Chukwuemeka, O. W., & Onuoha, B. C. (2018). Dynamic Capabilities and Competitive Advantage of Fast Foods Restaurants. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(3), 7–14. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.43.1001>
- Ferreira, J., Cardim, S., & Coelho, A. (2020). Dynamic Capabilities and Mediating Effects of Innovation on the Competitive Advantage and Firm ' s Performance: the Moderating Role of Organizational Learning Capability. *Journal of The Knowledge Economy*.
- Garson, G. D. (2016). Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models. In *Statistical Associates Publishing Publishing* (2016 Editi). <https://doi.org/10.3726/978-3-0353-0280-6/8>
- Gupta, V., & Gupta, A. (2015). The Concept of Entrepreneurial Orientation. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 11(2), 55–137. <https://doi.org/10.1561/03000000054>

- Hair, J. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2013). Multivariate Data Analysis. In *Exploratory Data Analysis in Business and Economics* (Seventh Ed). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3)
- Li, L., Li, G., Tsai, F.-S., Lee, H.-Y., & Lee, C.-H. (2019). The Effects of Corporate Social Responsibility on Service Innovation Performance: The Role of Dynamic Capability for Sustainability. *Sustainability*, 11(10), 2739. <https://doi.org/10.3390/su11102739>
- Mahmood, R., & Hanafi, N. (2013). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*, 4(1), 82–90. <https://doi.org/10.1177/0266242612455034>
- Maruta, I. G. N. A., Andi, S., & Nanis, S. (2017). The Effect of Market Orientation , Entrepreneurship Orientation , and Imitation Strategy on Competitive Advantage ( Study on SME of Leather Bag and Suitcase in East Java ). *International Journal of Business and Management Invention*, 6(7), 24–35.
- Mikalef, P., Pateli, A., & Van De Wetering, R. (2016). IT Flexibility and Competitive Performance: The Mediating Role of IT-Enabled Dynamic Capabilities. In *Research Paper*. Retrieved from [http://aisel.aisnet.org/ecis2016\\_rphhttp://aisel.aisnet.org/ecis2016\\_rp/176](http://aisel.aisnet.org/ecis2016_rphhttp://aisel.aisnet.org/ecis2016_rp/176)
- Naguib, A. N., Elsaid, E., & Elsaid, A. M. (2017). The Impact of Dynamic Capabilities on Sustainable Competitive Advantage in the Pharmaceutical Sector in Egypt. *Business and Management Research*, 6(2), 1. <https://doi.org/10.5430/bmr.v6n2p1>
- Noor, A. R. (2018). Revolusi Industri 4.0 di Era Digital, Indonesia Siap? *Inet.Detik.Com*, pp. 1–2. Retrieved from <https://inet.detik.com/business/d-4033692/revolusi-industri-40-di-era-digital-indonesia-siap>
- Pardi, Suharyono, Imam, S., & Zainul, A. (2014). The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management*, 6(21), 2222–2839.
- Sasongko, D. (2019). Kota Malang dan Palembang Terpilih Sebagai Kota Kreatif Indonesia. *Merdeka.Com*, pp. 1–3. Retrieved from <https://www.merdeka.com/peristiwa/kota-malang-dan-palembang-terpilih-sebagai-kota-kreatif-indonesia.html>
- Sirivanh, T., Sukkabot, S., & Sateeraroj, M. (2014). The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs ' Growth : A Structural Equation Modeling Study. *International Journal of Business and Social Science*, 5(6), 189–195.
- Slater, S. F., Sengupta, S., & Mohr, J. J. (2010). *Market Orientation* (pp. 1–10). pp. 1–10. <https://doi.org/10.1177/031289620002500201>
- Tope, S. A., & Rosli, M. (2014). Integration of Entrepreneurial Orientation and Dynamic Capabilities in Dynamic Environment of Small and Medium Enterprises : A Case of Nigerian Export Firms. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(10), 1–11.
- Tresna, P. W., & Raharja, S. J. (2019). Effect of Entrepreneurial Orientation, Product Innovation and Competitive Advantage on Business Performance in Creative Industries in Bandung City, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(3), 51–60.
- Yaseen Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). International Review of Management and Marketing The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage

Moderated by Financing Support in SMEs. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 43–52. Retrieved from <http://www.econjournals.com>

Zhou, S. S., Zhou, A. J., Feng, J., & Jiang, S. (2017). Dynamic Capabilities and Organizational Performance: The Mediating Role of Innovation. *Journal of Management and Organization*, (April), 1–17. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.20>

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## PERAN LIKUIDITAS DALAM ASSET PRICING DI BURSA EFEK INDONESIA

Catherine Dwiputri<sup>1</sup>, Vina Christina Nugroho<sup>2\*</sup>  
<sup>1,2</sup>Universitas Pelita Harapan, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**DOI:**

10.32815/jibeka.v15i1.179

**ISSN:**

0126-1258

**ISSN-E:**

2620-875X

**KORESPONDEN\*:**

vina.nugroho@uph.edu

### ABSTRACT

*Purpose of this study is to obtain empirical evidence about the role of liquidity in asset pricing in the Indonesian stock market. This study compares the role of liquidity as a characteristic of stocks and liquidity as a source of systematic risk. This study uses a total of 280 sample companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2006 - 2016. In measuring liquidity, this study uses the proportion of zero returns and because liquidity predicts future returns and also moves according to the past. For this reason it is necessary to have innovations to avoid stationarity issues because of the high persistence in liquidity so we use ARMA structure in the portfolio as data analysis method. Data processing was performed using the Fama-Macbeth (1973) model. The results of this study prove that market liquidity has a negative influence on stock returns on the Indonesian market. Thus, the role of liquidity as a systematic risk has an effect on asset pricing on the Indonesian stock market.*

**Keywords:** Liquidity, Asset Pricing, Systematic Risk

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan bukti empiris peran likuiditas di dalam *asset pricing* pada pasar saham Indonesia. Penelitian ini membandingkan peran likuiditas sebagai karakteristik dari saham dan likuiditas sebagai sumber risiko sistematis. Penelitian ini menggunakan total 280 sampel perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2006 – 2016. Dalam mengukur likuiditas, penelitian ini menggunakan proporsi *zero return* dan dikarenakan likuiditas memprediksi *return* masa depan dan juga bergerak sesuai dengan masa lalu. Untuk itu perlu adanya inovasi untuk menghindari isu-isu *stationarity* karena tingginya persisten dalam likuiditas sehingga metode analisis data menggunakan struktur ARMA dalam portfolio. Pengolahan data yang dilakukan menggunakan model Fama-Macbeth (1973). Hasil dari penelitian ini membuktikan likuiditas pasar memiliki pengaruh negatif pada *return* saham di pasar Indonesia. Dengan demikian, peran likuiditas sebagai risiko sistematis memiliki pengaruh pada *asset pricing* di pasar saham Indonesia.

**Kata Kunci:** Likuiditas, *Asset pricing*, Risiko Sistematis



## Pendahuluan

Penelitian mengenai likuiditas di pasar saham pertama kali dilakukan oleh Amihud dan Mendelson (1986). Mereka mengembangkan model yang menghubungkan *expected return* dengan likuiditas diukur dengan *bid-ask spread*. Hasil dari penelitian ini adalah adanya hubungan yang positif antara *expected return* dengan likuiditas. Penelitian yang dilakukan oleh Brennan dan Subrahmanya (1996) dan Datar et al., (1998) juga mendapatkan hasil yang sama, dimana semakin ilikuid suatu aset, semakin tinggi *return* yang diharapkan. Ini tidak berarti bahwa investor lebih baik investasi di aset yang ilikuid, karena biaya transaksi yang lebih tinggi dapat menghabiskan keuntungan investor. Dengan demikian, *asset pricing* harus mencerminkan likuiditas tersebut.

Dalam penelitian-penelitian tersebut, likuiditas hanya dianggap sebagai karakteristik saham (*level of liquidity*) yang berperan sebagai friksi pasar. Menurut Demsetz (1968), *asset pricing* tidak dapat dimanipulasi karena adanya friksi pasar, yang berupa sistem pajak, transaksi, informasi, dan biaya likuiditas. Friksi pasar ini membuat investor akan mengharapkan *return* yang tinggi pada saham yang ilikuid sebagai kompensasi atas risiko tambahan karena saham yang ilikuid memungkinkan investor menginvestasikan aset mereka dengan periode yang lebih lama dan dengan biaya transaksi yang lebih besar, padahal saham dapat berfluktuasi dengan efek pasar.

Teori terbaru juga menjelaskan tentang *commonality* dalam likuiditas menimbulkan pertanyaan baru tentang peran likuiditas dalam *asset pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Chordia et al., (2000) menemukan bahwa likuiditas suatu saham bergerak searah dengan risiko likuiditas sistematis. Oleh karena itu, *commonality* dalam likuiditas dapat mewakili sumber risiko yang tidak dapat terdiversifikasi, dan dalam kasus ini, sensitivitas suatu aset terhadap perubahan likuiditas dapat mendorong pasar untuk meminta *return* rata-rata lebih tinggi. Teori ini dibuktikan oleh Amihud (2002), Acharya dan Pedersen (2005), Miralles-Marcelo dan Miralles-Quirós (2006) bahwa *return* secara positif terkait dengan likuiditas pasar dan risiko likuiditas. Beberapa peneliti telah menghubungkan antara likuiditas sebagai faktor risiko sistematis dan likuiditas sebagai karakteristik pada *asset pricing*. Namun pertanyaan mengenai peran likuiditas dalam *asset pricing* masih belum terselesaikan hingga saat ini.

Pada penelitian ini, akan menganalisa peran likuiditas pada *asset pricing* di pasar Indonesia. Penelitian ini dilakukan karena penelitian yang berhubungan dengan judul ini lebih menjelaskan keadaan di pasar Amerika Serikat. Sedangkan Indonesia sebagai

salah satu negara berkembang cenderung memiliki efisiensi pasar yang lemah. Dalam penelitian ini, menganalisis peran likuiditas dalam asset pricing dalam dua hal, yaitu sebagai karakteristik suatu aset yang berperan sebagai friksi pasar dan sebagai risiko sistematis.

Teori mikrostruktur pasar menjelaskan bahwa penentuan *asset pricing* tidak dapat direncanakan dengan memanipulasi informasi karena adanya friction di dalam pasar. Friksi pasar tersebut dapat berupa sistem pajak, transaksi, informasi, dan biaya likuiditas. Friction ini yang akan membentuk harga dari suatu aset (Demsetz, 1968). Amihud dan Mendelson (1986) mendukung gagasan yang menyatakan bahwa biaya transaksi adalah penentu utama *return* suatu aset.

Menurut Miralles-Quiros et al., (2017) model LCAPM menggabungkan dua argumen utama yang terkait dengan pertimbangan likuiditas dalam penentuan harga aset. Argumen pertama adalah bahwa likuiditas merupakan karakteristik saham yang bertindak sebagai friksi pasar karena individual likuiditas mengurangi *return* saham. Argumen kedua adalah bahwa likuiditas merupakan sumber risiko sistematis dan penting untuk mengukur *co-movement* antara *return* aset dan likuiditas pasar. Namun, karena hubungan antar dua argumen ini, tidak mungkin untuk mengetahui secara pasti efek mana yang mendominasi. Oleh karena itu, untuk memastikan apakah tingkat likuiditas dan atau risiko likuiditas yang menentukan *asset pricing* di pasar saham Indonesia, harus dibuat efek terpisah dari likuiditas dalam kerangka CAPM.

Persamaan untuk model yang menggabungkan likuiditas sebagai friksi pasar :

$$E_t(r_{i,t+1} - c_{i,t+1}) = r_f + \lambda_t \frac{\text{cov}_t(r_{i,t+1} - c_{i,t+1}, r_{M,t+1})}{\text{var}_t(r_{M,t+1})} \dots\dots\dots (1)$$

Persamaan untuk model likuiditas sebagai sumber risiko sistematis:

$$E_t(r_{i,t+1}) = r_f + \lambda_t \frac{\text{cov}_t(r_{i,t+1}, r_{M,t+1} - C_{M,t+1})}{\text{var}_t(r_{M,t+1} - C_{M,t+1})} \dots\dots\dots (2)$$

atau

$$E_t(r_{i,t+1}) = r_f + \lambda_t \frac{\text{cov}_t(r_{i,t+1}, r_{M,t+1})}{\text{var}_t(r_{M,t+1} - C_{M,t+1})} - \lambda_t \frac{\text{cov}_t(r_{i,t+1}, C_{M,t+1})}{\text{var}_t(r_{M,t+1} - C_{M,t+1})} \dots\dots\dots (3)$$

## Metode

Penelitian yang dilakukan oleh Amihud dan Mendelson (1986), Likuiditas dihitung dengan menggunakan *bid-ask spread* suatu saham. Model ini menghasilkan bahwa likuiditas saham berdampak pada *asset pricing* dengan menghubungkan biaya likuiditas dengan likuiditas saham individu, atau disebut *level of liquidity*. *Level of liquidity* merupakan karakteristik saham yang berperan sebagai friksi pasar yang berupa biaya likuiditas (Demsetz, 1968). *Level of liquidity* ini merupakan respon dari investor pada pasar yang efisien agar diberikan kompensasi atas biaya transaksi dan friksi akibat likuiditas. Hasilnya adalah investor mengharapkan *expected return* yang lebih tinggi untuk saham yang ilikuid (Amihud dan Mendelson, 1986).

Likuiditas mempengaruhi harga ekuitas dimana saham yang ilikuid mendapatkan *return* yang lebih tinggi dibandingkan saham yang likuid. Hal ini terjadi karena investor meminta likuiditas premium, yaitu premium atau kompensasi atas saham yang ilikuid karena investor harus menginvestasikan uang mereka di saham yang ilikuid tersebut dalam jangka waktu yang lebih lama. Sehingga likuiditas diperhitungkan sebagai karakteristik saham (*level of liquidity*) (Amihud & Mendelson, 1986; Brennan & Subrahmanyam, 1996; Eleswarapu & Reinganum (1993)).

H<sub>1</sub>: Likuiditas berperan sebagai friksi pasar terhadap *asset pricing*

Likuiditas memiliki risiko dan *commonality* yang bervariasi dari waktu ke waktu baik untuk saham individu maupun untuk pasar secara keseluruhan (Chordia *et al.*, (2002). *Commonality* dapat dijelaskan sebagai *co-movement* antara likuiditas suatu saham dan likuiditas pasar. Alasannya adalah ketika likuiditas saham bergerak positif dengan likuiditas pasar, maka saham ilikuid ketika pasar ilikuid. Hal ini dapat disebut dengan risiko yang sistematis. Selain itu ketika likuiditas saham kurang bergerak searah dengan likuiditas pasar maka saham akan lebih mudah dijual pada biaya yang lebih rendah sehingga membuat saham lebih menguntungkan dan membuat investor ingin menjual pada pasar yang ilikuid (Diamond dan Rajan, 2001)

*Commonality* dalam likuiditas dapat merepresentasikan sumber dari risiko sistematis. Hal ini dapat diartikan bahwa sensitivitas suatu saham terhadap guncangan likuiditas dapat menyebabkan pasar untuk meminta rata-rata *return* yang lebih tinggi. Hal ini didasarkan pada ide bahwa likuiditas bervariasi dari waktu ke waktu, dan karena ada *commonality* dalam likuiditas maka risiko likuiditas pasar mempengaruhi *aset pricing*. Untuk itu membuat hipotesis

H<sub>2</sub>: Likuiditas berperan sebagai risiko sistematis terhadap asset pricing

Penelitian ini menggunakan total 280 sampel perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2006 – 2016. Dalam mengukur likuiditas, penelitian ini menggunakan proporsi *zero return* dan dikarenakan likuiditas memprediksi *return* masa depan dan juga bergerak sesuai dengan masa lalu. Untuk itu perlu adanya inovasi untuk menghindari isu-isu *stationarity* karena tingginya persisten dalam likuiditas sehingga metode analisis data menggunakan struktur ARMA dalam portfolio. Pengolahan data yang dilakukan menggunakan model Fama-Macbeth (1973).

Model dari persamaan (2) yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diubah menjadi model regresi yang dapat dites sebagai berikut:

$$r_{pt} - r_{ft} = \alpha + \kappa \text{InnovCpt}_{pt} + \lambda \text{Beta}_{pt} + \mu_{pt} \dots\dots\dots (4)$$

di mana

$$\text{Beta}_{pt} = \frac{\text{cov}(r_{pt} - \text{InnovCpt}_{pt}, \check{r}_{Mt})}{\text{var}(\check{r}_{Mt})} \dots\dots\dots (5)$$

keterangan:

- r<sub>pt</sub> = rata-rata *return* bulanan saham portofolio pada bulan t
- r<sub>ft</sub> = *risk-free* bulanan pada bulan t
- InnovCpt<sub>pt</sub> = rata-rata *level of liquidity* portofolio pada bulan t
- ř<sub>Mt</sub> = inovasi *market return* pada bulan t

Model dari persamaan (4) yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat diubah menjadi model regresi yang dapat dites sebagai berikut:

$$r_{pt} - r_{ft} = \alpha + \lambda_1 \text{Beta}_{1pt} + \lambda_2 \text{Beta}_{2pt} + \mu_{pt} \dots\dots\dots (6)$$

$$\text{Beta}_{1pt} = \frac{\text{cov}(r_{pt}, \check{r}_{Mt})}{\text{var}(\check{r}_{Mt})} \dots\dots\dots (7)$$

$$\text{Beta}_{2pt} = \frac{\text{cov}(r_{pt}, \hat{C}_{Mt})}{\text{var}(\hat{C}_{Mt})} \dots\dots\dots (8)$$

$$\lambda_1 = \lambda \frac{\text{var}(r_{Mt})}{\text{var}(\check{r}_{Mt} - \hat{C}_{Mt})} \dots\dots\dots (9)$$

$$\lambda_2 = \lambda \frac{\text{var}(\hat{C}_{Mt})}{\text{var}(\check{r}_{Mt} - \hat{C}_{Mt})} \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

- r<sub>pt</sub> = rata-rata *return* bulanan saham portofolio pada bulan t
- r<sub>ft</sub> = *risk-free return* bulanan pada bulan t
- ř<sub>Mt</sub> = inovasi *return* pasar pada bulan t
- Ĉ<sub>Mt</sub> = likuiditas *return* pasar dari rata-rata *level of liquidity* dari semua sampel saham dalam setiap bulan t
- λ<sub>1</sub> & λ<sub>2</sub> = *risk factor premium*



Untuk membuat proporsi *zero return*, digunakan *time series* data yang diambil dari aset setiap hari. Seperti yang dikemukakan oleh Lesmond *et al.*, (1999), sekuritas dengan biaya transaksi tinggi akan memiliki pergerakan harga yang lebih jarang dan *zero return* yang lebih banyak daripada sekuritas dengan biaya transaksi rendah. Jadi, *zero return* dapat dianggap sebagai ukuran likuiditas.

$$ZR = \frac{\#ZR}{D} \dots\dots\dots (11)$$

Keterangan:

- ZR = Jumlah *zero return* harian
- #ZR = Perbedaan nilai bid dan ask
- D = Total jumlah transaksi

Untuk dimasukkan dalam portofolio, saham harus diperdagangkan dari Januari hingga Desember tahun t. Ukuran, *book-to-market*, dan risiko beta dalam *portfolio* diberi peringkat berdasarkan informasi akhir tahun. Ini berarti bahwa untuk portofolio ukuran, S1 merupakan perusahaan dengan kapitalisasi pasar akhir tahun terkecil dan S5 mewakili perusahaan dengan kapitalisasi pasar akhir tahun terbesar. Mengenai B/M, portofolio BM1 berisi 20 persen saham dengan B/M terendah pada bulan Desember setiap tahun, dan BM5 berisi 20 persen saham dengan B/M tertinggi. Sehubungan dengan risiko beta, B1 adalah portofolio yang berisi 20 persen saham dengan risiko beta terendah pada bulan Desember setiap tahun dan B5 adalah portofolio yang mengandung 20 persen saham dengan beta tertinggi. Likuiditas portofolio diberi peringkat berdasarkan informasi tahunan, berdasarkan nilai ZR (*zero return*) yang dihitung dengan frekuensi tahunan, sehingga saham diurutkan dalam urutan ZR (*zero return*) yang menurun. Oleh karena itu, L1 merupakan stok yang paling ilikuid dan L5 mengandung stok paling likuid dalam sampel.

Data yang dinyatakan stasioner berarti data tersebut telah stabil untuk dilakukan proses *forecast*, karena model yang dapat menghasilkan *forecast* yang akurat berasal dari data yang stabil dalam rata-rata maupun dalam ragam. Pengujian stasioner dilakukan dengan *augmented dikey fuller test* (ADF Test) dengan kriteria:

- H<sub>0</sub> : Tidak Stasioner
- H<sub>1</sub> : Stasioner

**Tabel 1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Operasionalisasi
$r_{pt}$	Perhitungan <i>average return</i> portofolio bulanan
$r_{ft}$	<i>Risk free</i>
$Beta_{pt}$	Perhitungan <i>average</i> bulanan Beta dalam portofolio
$Beta_{1pt}$	$\frac{cov(r_{pt}, \check{r}_{Mt})}{var(\check{r}_{Mt})}$ di mana $\check{r}_{Mt}$ didapatkan dari perhitungan time series ARMA dengan perhitungan $\check{r}_{Mt} = r_t - E(r_t) = \varepsilon_t$
$Beta_{2pt}$	$\frac{cov(r_{pt}, \hat{C}_{Mt})}{var(\hat{C}_{Mt})}$ di mana $\hat{C}_{Mt}$ didapatkan dari rata-rata $\hat{C}_t$ bulanan
$Innov C_{pt_{pt}}$	Perhitungan time series ARMA dengan perhitungan $\hat{C}_t = C_t - E(C_t) = \varepsilon_t$

Pemilihan model ARIMA terbaik dilakukan dengan membandingkan nilai Akaike Info Criterion (AIC) dan Bayesian Information Criterion (BIC) dari masing-masing model. Apabila suatu model ARIMA memiliki nilai AIC dan BIC terkecil maka model tersebut merupakan model ARIMA terbaik.

Regresi model menggunakan model Fama Macbeth *two step regression*. Fama-Macbeth (1973) digunakan karena teori *asset pricing* sering menggunakan faktor risiko untuk menjelaskan *return*. Penggunaan regresi ini akan menemukan premium dari faktor risiko. Pada langkah pertama, setiap *return* portofolio diregresi dengan faktor risiko secara *time series* untuk melihat bagaimana faktor risiko tersebut mempengaruhi *return*. Pada langkah kedua, *cross section return* portofolio diregresikan dengan faktor risiko untuk mendapatkan koefisien *risk premium* secara *timeseries*. Kemudian koefisien tersebut akan dirata-rata untuk setiap faktor risiko.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal. Untuk menguji normalitas, penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria penilaian uji ini adalah: Jika signifikansi hasil perhitungan data (Sig) > 5%, maka data berdistribusi normal dan jika signifikansi hasil perhitungan data (Sig) < 5%, maka data tidak berdistribusi normal.

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena ‘gangguan’ pada individu atau

kelompok cenderung mempengaruhi ‘gangguan’ individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi pada panel data adalah *Wooldridge Test* (WT). Pengujian ini dilakukan untuk melihat adanya permasalahan autokorelasi.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atas variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menguji adanya multikolinieritas, dapat menggunakan beberapa metode. Salah satu dari metode tersebut adalah dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih dari sama dengan 10, maka kesimpulannya adalah terdapat multikolinieritas. Jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak ada kolinieritas dalam pengujian. VIF dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{1-R^2} \dots\dots\dots (12)$$

Adanya heteroskedastisitas dapat mengakibatkan ketidakefisienan pada variabel sehingga menyebabkan sulitnya mengukur standar deviasi yang sebenarnya, sehingga estimator untuk OLS tidak lagi BLUE atau tidak efisien. Pada data yang terjadi heteroskedastisitas, maka akan menghasilkan standar deviasi yang terlalu besar atau terlalu kecil dari sebenarnya, sehingga membuat data tidak efisien walaupun data tersebut unbiased dan konsisten. Dengan adanya heteroskedastisitas, estimator untuk OLS tidak akan terjadi, atau tidak efisien. Dengan adanya ketidakefisienan pada data yang terdapat heteroskedastisitas, tingkat kepercayaan akan semakin kecil terhadap kebenarannya karena varian yang dihasilkan tidak minimum.

## Result and Discussion

Analisis deskriptif statistik digunakan untuk melihat gambaran secara umum mengenai data yang ada dengan melihat dari ukuran statistik pemusatan data melalui nilai rata-rata, nilai standar deviasi, nilai maksimum, serta nilai minimum dari data penelitian. Dari hasil pengujian statistik deskriptif, mendapatkan hasil seperti yang terdapat pada Tabel 1. Berikut analisis deskriptif model likuiditas sebagai market friction dan likuiditas sebagai resiko sistematis untuk setiap variabel dependen dan variabel independen yang ada.

*Level of Liquidity* merupakan variabel yang diukur dengan mencari residual dari *Zero Return* (ZR) karena likuiditas memiliki waktu yang beragam dan persisten. *Level of Liquidity* perusahaan di Indonesia masih terbilang cukup rendah dengan nilai 0.003%.

Demikian pula dengan *excess return* pada perusahaan Tbk di Indonesia yang menunjukkan nilai rata-rata 2.04% dengan nilai tertinggi 21% per bulan. Variable Beta merepresentasikan risiko sistemik portfolio terhadap risiko pasar yang mana risiko sistemik ini tidak bisa dihilangkan dengan cara diversifikasi. Risiko sistemik di pasar saham Indonesia pada periode 2006 s.d 2016 menunjukkan angka 25.3%. Variabel Beta1 merepresentasikan risiko likuiditas dari hubungan antara *return* portfolio dengan *return* saham yang menunjukkan nilai rata-rata -36% yang mengindikasikan bahwa pasar saham di Indonesia masih terbilang tidak likuid. Beta 2 yang merepresentasikan tingkat sensitifitas *return* portfolio terhadap likuiditas pasar menunjukkan angka 24.5% yang artinya karakteristik pasar saham di Indonesia cukup sensitif terhadap likuiditas pasar seperti yang tersaji di Tabel 2.

Tabel 2 Statistik Deskriptif

Variabel	bs	Mean	Std. Dev	Min	Max
<i>Excess Return</i>	2640	0.0204107	0.0599076	-0.105269	0.2154306
<i>Level of liquidity</i>	2640	0.0003228	0.0820434	-0.06809	0.6153342
Beta	2640	0.2536757	8.266431	-37.04082	56.12245
Beta1	2640	-0.36128	17.50543	-75.7653	68.27364
Beta2	2640	0.2455171	4.398068	-15.71429	22.44898

Tabel analisis matriks korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Tabel 3 menunjukkan korelasi antara variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dalam tabel menunjukkan korelasi antar variabel tidak ada yang melebihi nilai satu, hal ini berarti korelasi antar variabel tidak ada yang memiliki masalah.

Tabel 3 Matriks Korelasi Antar Variabel

	<i>Excess Return</i>	<i>Level of liquidity</i>	Beta	Beta1	Beta2
<i>Excess Return</i>	1				
<i>Level of liquidity</i>	0.0441	1			
Beta	0.0239	-0.0289	1		
Beta1	0.0098	0.0041	0.0399	1	
Beta2	-0.0196	-0.0156	-0.0010	-0.1477	1

Dalam membuat portfolio, penulis melakukannya dalam tiga langkah. Langkah pertama, semua sampel diurutkan dalam urutan menurun berdasarkan karakteristik saham. Urutan karakteristik saham diurutkan dari yang terkecil hingga yang terbesar, dan urutan karakteristik saham likuiditas diurutkan berdasarkan saham yang tidak likuid hingga

saham yang paling likuid. Penulis menggunakan empat karakteristik saham, yaitu *liquidity*, *size*, rasio B/M, dan resiko sistematis.

Tabel 4 Ringkasan Statistik Portofolio

Portfolio	Return	Market Value	B/M Ratio	Beta	ZR
<i>Panel A: Size sorted portfolio</i>					
S1	0,03372	99.773.816.680	1,97793	0,46050	0,13764
S2	0,06356	423.409.246.688	1,68615	0,55570	0,08145
S3	0,04105	1.386.148.941.657	1,33636	0,61833	0,05898
S4	0,03940	5.510.935.482.707	1,32106	0,63908	0,04112
S5	0,07660	75.832.671.109.572	0,92709	0,77722	0,01624
<i>Panel B: B/M ratio sorted portfolio</i>					
BM1	0,07142	46.284.508.830.235,9	0,03238	0,62945	0,04226
BM2	0,06041	15.022.541.190.895,4	0,25995	0,60267	0,07079
BM3	0,06911	6.903.112.380.595,19	0,55564	0,56548	0,06833
BM4	0,03826	10.522.554.449.267,1	1,14777	0,61544	0,06218
BM5	0,03516	9.647.271.604.858,99	5,22335	0,64698	0,07671
<i>Panel C: Systematic market risk (beta) sorted portfolio</i>					
B1	0,04655	3.301.025.226.290,77	1,65236	0,11758	0,15536
B2	0,02878	6.839.117.645.413,09	1,41370	0,46788	0,05458
B3	0,05468	8.804.870.786.468,22	1,21393	0,62805	0,03664
B4	0,04680	20.625.423.611.058,3	1,27808	0,77690	0,02415
B5	0,05898	48.526.395.278.734,5	1,59629	1,07294	0,06821
<i>Panel D: Liquidity sorted portfolio</i>					
L1	0,04118	2.311.144.993.513,18	1,77838	0,40985	0,31389
L2	0,05757	6.738.936.386.912,34	1,59257	0,57473	0,01500
L3	0,07218	10.648.744.876.875,5	1,27019	0,63524	0,00072
L4	0,03668	21.112.593.663.022,6	1,63292	0,70083	0,00000
L5	0,04768	46.806.036.278.713,5	0,90571	0,73859	0,00000

Kedua, berdasarkan urutan karakteristik saham, saham dibagi menjadi lima grup dengan proporsi yang sama. Sampel saham yang digunakan dalam penelitian adalah 280 maka pembagian saham ke dalam grup yaitu 56 saham setiap grup.

Ketiga, susunan dalam portfolio diubah setiap desember dan dipertahankan ditahun tersebut. Untuk itu data yang digunakan dalam pembuatan portofolio adalah bulanan dan saham harus melakukan trading dari Januari hingga Desember setiap tahunnya.

Urutan untuk size, rasio B/M, dan risiko beta diurutkan berdasarkan informasi akhir tahun, yaitu bulan Desember setiap tahunnya dimana kuantil pertama merupakan kuantil dengan

nilai terkecil dan kuantil ke lima merupakan kuantil dengan nilai terbesar. Untuk portfolio size, S1 menunjukkan nilai terkecil market capitalization perusahaan berdasarkan informasi akhir tahun dan S5 menunjukkan nilai terbesar market capitalization perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 5 diketahui bahwa untuk inovasi market return diperoleh nilai ADF Statistic sebesar -7.179 dengan p value 0.000. Hasil tersebut menunjukkan pvalue < level signifikansi (alpha ( $\alpha$ ) = 5%) sehingga data dinyatakan stasioner.

Tabel 5 Hasil Uji Stasioner

	ADF Statistic	P Value	Hasil
Inovasi Market Return	-7.179	0.00000	Stasioner
Level of Liquidity	-139.479	0.00000	Stasioner

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa model ARIMA (0,0,1) untuk inovasi market return memiliki nilai AIC dan BIC paling kecil diantara model ARIMA lainnya, yaitu nilai AIC -368.0893 dan nilai BIC -359.4409. Dengan demikian model ARIMA (0,0,1) merupakan model yang terbaik digunakan untuk data market return. Model ARIMA terbaik untuk level of liquidity adalah model ARIMA (0,0,1) dimana model tersebut memiliki nilai AIC dan BIC paling rendah diantara model lainnya, yaitu nilai AIC -8243.548 dan BIC -8209.478.

Tabel 6 Model Tentatif ARIMA

	Inovasi Market Return		Level of Liquidity	
	AIC	BIC	AIC	BIC
ARIMA (2,0,1)	-365.3215	-350.9074	-	-
ARIMA (2,0,0)	-365.2276	-353.6964	-	-
ARIMA (0,0,1)	-368.0893	-359.4409	-8244.336	-8218.783
ARIMA (1,0,1)	-366.9306	-355.3994	-8243.548	-8209.478
ARIMA (1,0,0)	-366.9703	-358.3219	-8243.653	-8218.101

Tabel 7 menunjukkan hasil pengujian asumsi normalitas melalui pengujian shapiro wilk. Untuk Model pertama yang merupakan market friction dengan variabel terikat excess return memiliki probabilitas 0%. Hasil tersebut berada dibawah tingkat signifikan 5% yang menunjukkan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan, model pertama tidak berdistribusi normal. Model kedua merupakan model risiko sistematis dengan variabel terikat excess return. Hasil uji shapiro wilk menunjukkan probabilitas 0% yang menunjukkan H0 ditolak berdasarkan tingkat signifikan 5%. Maka model kedua tidak berdistribusi normal.

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

	Z - Statistik	P Value	Hasil
Market Friction (excess return)	13.309	0.00000	Tidak Berdistribusi Normal
Risiko Sistematis (excess return)	13.184	0.00000	Tidak Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji heteroskedastisitas untuk model pertama yaitu friksi pasar dengan variabel terikat *excess return* menunjukkan *p value* sebesar 0%. Dengan menggunakan signifikan level 5%, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak maka terdapat heteroskedastisitas dalam model pertama. Model kedua yaitu Risiko Sistematis dengan variabel terikat *excess return* memiliki nilai *p value* 0%. Hasil tersebut berada di bawah tingkat signifikansi 5% mengindikasikan H0 ditolak. Maka itu, model kedua memiliki heteroskedastisitas.

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastiditas

	Chi Square	P Value	Hasil
Market Friction ( <i>excess return</i> )	85.38	0.00000	Heteroskedastisitas
Risiko Sistematis ( <i>excess return</i> )	74.83	0.00000	Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa model regresi pertama, friksi pasar dengan variabel terikat *excess return* memiliki *p-value* 0.0109. Dengan menggunakan signifikan level 5% maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan terdapat autokorelasi dalam model regresi pertama. Uji *Wooldridge Test* untuk model regresi kedua, Risiko Sistematis dengan variabel terikat *excess return* mendapatkan hasil *p value* 0.0096. Hasil nilai probabilitas menunjukkan di bawah level signifikansi 0.05 sehingga menunjukkan adanya autokorelasi dan H0 ditolak.

Tabel 10 menunjukkan hasil uji multikolinieritas antar variabel independen yang digunakan dalam model regresi. Model regresi pertama, menggunakan *level of liquidity* dan beta sebagai variabel independen. Nilai VIF untuk kedua variabel independen tersebut adalah 1.00. Karena nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas dalam antar variabel independen untuk regresi model pertama. Model regresi kedua menggunakan Beta1 dan Beta2 sebagai variabel independen. Ke dua variabel independen menghasilkan nilai VIF 1.02 atau lebih kecil dari 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa asumsi non multikolinieritas terpenuhi untuk model regresi kedua.

Tabel 9 Hasil Uji Autokorelasi

	F-Stat	P Value	Hasil
Market Friction ( <i>excess return</i> )	7.950	0.0109	Ada Autokorelasi
Risiko Sistematis ( <i>excess return</i> )	8.290	0.0096	Ada Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji diagnostik model regresi yang digunakan untuk penelitian, menunjukkan bahwa terdapat autokorelasi dan heteroskedastisitas pada model regresi. Oleh karena itu untuk mengatasi masalah tersebut maka dilakukan estimasi model regresi Fama Macbeth dengan koreksi *Newey-West* pada standard error model. Hal ini dilakukan

untuk mendapatkan standard error yang *robust* terhadap ketidakhomogenan data. Hasil regresi yang dihasilkan dengan menggunakan metode ini telah menghilangkan heteroskedastisitas dan autokorelasi pada model yang digunakan. Hasil regresi dibedakan menjadi 2 model, dimana model pertama diregresikan untuk mendapatkan hasil dari efek *level of liquidity* dan Beta portfolio terhadap hubungan antara likuiditas sebagai *market friction* dengan *return*. Pada model kedua dilakukan regresi untuk melihat hubungan antara likuiditas sebagai resiko sistematis dengan *return* dengan variabel.

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

	VIF	Tolerance	Hasil
<b>Level of liquidity</b>	1.00	0.999168	Non Multikolinearitas
<b>Beta</b>	1.00	0.999168	Non Multikolinearitas
<b>Beta1</b>	1.02	0.978174	Non Multikolinearitas
<b>Beta2</b>	1.02	0.978174	Non Multikolinearitas

Model regresi kedua yang digunakan untuk mengetahui likuiditas sebagai resiko sistematis dapat mempengaruhi *return* di pasar Indonesia. Model regresi ini menggunakan variabel dependen *excess return* dengan variabel independen Beta 1, yaitu risiko likuiditas untuk mengukur sensitivitas *return* portfolio terhadap *return market* dan variabel independen Beta 2, yaitu risiko likuiditas untuk mengukur kovarians *return* portfolio terhadap likuiditas pasar.

Tabel 11 Hasil Regresi

	<b>Market Friction</b> <i>Excess Return</i>	<b>Resiko Sistematis</b> <i>Excess Return</i>
<i>Constant</i>	0.020398** (3.91)	0.0380735** (2.28)
<i>Level of Liquidity</i>	-0.0249424* (1.67)	
Beta	-0.0008942 (-0.45)	
Beta 1		0.0038516 (0.11)
Beta 2		-0.2755557** (-2.00)
Prob > F	0.2277	0.1387
<i>Average R-Squared</i>	0.2498	0.1122

\*signifikan pada  $\alpha=10\%$ , \*\*signifikan pada  $\alpha=5\%$ , \*\*\*signifikan pada  $\alpha=1\%$ .

Hasil dari Tabel 11 menunjukkan bahwa Beta 1 memiliki koefisien positif sebesar 0.0038516 dengan *t-stat* sebesar 0.11. Dengan menggunakan signifikansi level  $\alpha=5\%$  maka variabel Beta1 memiliki hubungan yang tidak signifikan dengan variabel independen *excess return*. Hal ini menunjukkan ketika likuiditas dianggap sebagai resiko sistematis, beta atau kovarians antara *return* saham dengan *return* pasar tidak memiliki korelasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Miralles-Marcelo *et al.*, (2017) untuk



negara Portugal dimana ketika likuiditas dianggap sebagai risiko sistematis, *return* saham dengan *return* pasar tidak memiliki korelasi yang signifikan.

Ketika likuiditas dianggap sebagai risiko sistematis, variabel Beta2 merupakan likuiditas beta untuk mengukur sensitivitas *return* portfolio terhadap likuiditas *market*. Hasil regresi menunjukkan *t-stat* variabel beta sebesar -2.00 yang memiliki arti variabel Beta2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return*. Dalam Tabel 11, variabel independen Beta2 memiliki koefisien -0.2755557 yang dapat diartikan peningkatan likuiditas pasar akan menurunkan *return* portfolio. Hasil ini didukung oleh teori Amihud *et. al.*, (2005) dimana likuiditas beta mengukur eksposur aset terhadap likuiditas pasar, biasanya mendapatkan hasil negatif karena peningkatan likuiditas pasar akan mengurangi nilai aset. Hal ini mempengaruhi *expected return* secara negatif karena investor bersedia menerima *return* yang lebih rendah agar pasar menjadi likuid sehingga nilai aset akan meningkat

## Kesimpulan

Penelitian menunjukkan bahwa dalam peran likuiditas sebagai friksi pasar, hanya level likuiditas yang memiliki pengaruh signifikan dengan level signifikansi  $\alpha=10\%$  terhadap *return* dengan negatif koefisien. Maka dapat disimpulkan level likuiditas mempengaruhi tingkat pengembalian *return*, dimana saham yang paling likuid akan mendapatkan *return* yang lebih tinggi dan saham yang kurang likuid akan mendapatkan *return* yang lebih rendah. Namun ketika likuiditas dianggap sebagai friksi pasar maka risiko sistematis tidak memiliki pengaruh terhadap *return* di pasar Indonesia.

Penelitian yang dilakukan untuk melihat peran likuiditas sebagai risiko sistematis mendapatkan hasil signifikan antara likuiditas pasar dengan *return* saham. Ketika likuiditas pasar meningkat, nilai aset akan menurun dan *return* saham akan turun juga karena investor bersedia menerima *return* yang lebih rendah agar pasar menjadi likuid sehingga nilai aset akan meningkat. Hasil ini didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Amihud *et al.*, (2005).

Untuk penelitiannya selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian untuk seluruh perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian untuk negara-negara berkembang lainnya karena kurangnya informasi mengenai keadaan pasar di negara-negara berkembang. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memfokuskan pada analisa CAPM lanjutan untuk pasar Indonesia agar mengetahui jenis risiko apa yang saat ini mempengaruhi pasar saham Indonesia.

**Referensi**

- Acharya, V. V., & Pedersen, L. H. (2005). Asset pricing with liquidity risk. *Journal of financial Economics*, 77(2), 375-410.
- Amihud, Y., & Mendelson, H. (1986). Asset pricing and the bid-ask spread. *Journal of financial Economics*, 17(2), 223-249.
- Amihud, Y., & Mendelson, H. (1986). Liquidity and stock returns. *Financial Analysts Journal*, 43-48.
- Amihud, Y., & Mendelson, H. (1991). Liquidity, asset prices and financial policy. *Financial Analysts Journal*, 56-66.
- Amihud, Y. (2002). Illiquidity and stock returns: cross-section and time-series effects. *Journal of financial markets*, 5(1), 31-56.
- Amihud, Y., Mendelson, H., & Pedersen, L. H. (2005). Liquidity and asset prices. *Foundations and Trends® in Finance*, 1(4), 269-364.
- Brennan, M. J., & Subrahmanyam, A. (1996). Market microstructure and asset pricing: On the compensation for illiquidity in stock returns. *Journal of financial economics*, 41(3), 441-464.
- Chordia, T., Roll, R., & Subrahmanyam, A. (2000). Commonality in liquidity. *Journal of financial economics*, 56(1), 3-28.
- Datar, V. T., Naik, N. Y., & Radcliffe, R. (1998). Liquidity and stock returns: An alternative test. *Journal of Financial Markets*, 1(2), 203-219.
- Demsetz, H. (1968). The cost of transacting. *The Quarterly Journal of Economics*, 82(1), 33-53.
- Diamond, D. W., & Rajan, R. G. (2001). Liquidity risk, liquidity creation, and financial fragility: A theory of banking. *Journal of political Economy*, 109(2), 287-327.
- Eleswarapu, V. R., & Reinganum, M. R. (1993). The seasonal behavior of the liquidity premium in asset pricing. *Journal of Financial Economics*, 34(3), 373-386.
- Fama, E. F., & MacBeth, J. D. (1973). Risk, return, and equilibrium: Empirical tests. *Journal of political economy*, 81(3), 607-636.
- Foucault, T., Pagano, M., Roell, A., & Röell, A. (2013). *Market liquidity: theory, evidence, and policy*. Oxford University Press.
- Lesmond, D. A., Ogden, J. P., & Trzcinka, C. A. (1999). A new estimate of transaction costs. *The Review of Financial Studies*, 12(5), 1113-1141.

Marcelo, J. L. M., & Quirós, M. D. M. M. (2006). The role of an illiquidity risk factor in asset pricing: Empirical evidence from the Spanish stock market. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 46(2), 254-267.

Miralles-Quirós, M. D. M., Miralles-Quirós, J. L., & Oliveira, C. (2017). The role of liquidity in asset pricing: the special case of the Portuguese Stock Market. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 22(43), 191-206.

Vo, X. V., & Bui, H. T. (2016). Liquidity, liquidity risk and stock returns: evidence from Vietnam. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 9(1), 67-89.

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## GAYA KEPEMIMPINAN, BUDAYA, DAN KOMPETENSI TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN KINERJA GURU SMP SWASTA ISLAM

Vinnafatun<sup>1\*</sup>, Fathorrahman<sup>2</sup>, Mochamad Bukhori<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**DOI:**

10.32815/jibeka.v15i1.176

**ISSN:**

0126-1258

**ISSN-E:**

2620-875X

**KORRESPONDENSI:**

vinna.sensei@gmail.com

### ABSTRACT

*This research is to describe the effect of headmaster's leadership, school culture, teacher competence on teacher's satisfaction and teacher's performance. Either direct or indirect effect. This research is a descriptive quantitative research. The samples are teachers from eleven Private Islamic Junior High School in Malang City. The data collection technique is questionnaire. Analysis method is descriptive analysis and Statistic analysis is Partial Least Square technique analysis which using smartPLS 3.0. The result of this research is headmaster's leadership style influence on teacher's satisfaction but do not influence on teacher's performance, school culture do not influence on teacher's satisfaction but influence on teacher's performance, teacher competence influence on teacher's satisfaction and teacher's performance, teacher's satisfaction do not influence on teacher's performance. Teacher's satisfaction is not be mediate the effect between headmaster's leadership style, school culture, and teacher competence on teacher's performance.*

**Keywords:** *headmaster's leadership style, school culture, teacher competence, teacher's satisfaction, teacher's performance*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan kepala sekolah, budaya sekolah dan kompetensi guru terhadap kepuasan kerja dan kinerja guru. Baik pengaruhnya secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu guru-guru Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang dengan sampel yang diambil yaitu guru-guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Sedangkan analisis statistik dengan menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) dengan program smartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan kerja guru tidak berpengaruh terhadap kinerja guru dan kepuasan kerja tidak memediasi pengaruh antara gaya kepemimpinan kepala sekolah, budaya sekolah, dan kompetensi guru terhadap kinerja guru.

**Kata Kunci:** gaya kepemimpinan kepala sekolah, budaya sekolah, kompetensi guru, kepuasan kerja guru, kinerja guru



## **Pendahuluan**

Penelitian ini membahas pengaruh gaya kepemimpinan Kepala Sekolah, budaya sekolah, dan kompetensi guru terhadap kepuasan kerja guru dan kinerja guru. Kinerja guru adalah hal yang penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Kinerja guru dapat menentukan kualitas hasil pendidikan karena guru selalu berinteraksi dengan siswa pada saat proses pembelajaran. Kinerja guru dipengaruhi beberapa faktor menurut Listyorini dan Samtono (2017) yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dapat berupa kondisi atau permasalahan yang timbul dari diri sendiri atau dari keluarga guru secara pribadi. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa kondisi dari lingkungan sekolah, pelaksanaan organisasi sekolah, budaya sekolah, peran kepala sekolah, budaya kerja, dan hubungan dengan warga sekolah lainnya. Selain faktor-faktor tersebut, Mangkunegara (2007) menambahkan bahwa keberhasilan suatu kinerja juga berkaitan dengan kepuasan kerja seseorang. Artinya, kepuasan kerja juga menjadi faktor yang mempengaruhi kinerja guru. Selain beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja guru di atas terdapat hal yang sangat berpengaruh dari kinerja guru yaitu kompetensi guru. Menurut Lailatussa'adah (2015) apabila kompetensi guru bagus maka diharapkan kinerja guru dalam pembelajaran juga bagus sehingga pada akhirnya membuahkan pendidikan yang bermutu.

Dalam penelitian ini faktor pertama yang menjadi pengaruh kinerja guru yaitu gaya kepemimpinan Kepala Sekolah. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya yaitu peran pemimpinnya. Begitu pula dalam organisasi sekolah, Kepala Sekolah sebagai pimpinan sekolah merupakan seseorang yang mempunyai tanggung jawab dalam menjalankan dan mengimplementasikan kebijakan-kebijakan yang telah dibuat menjadi sebuah keputusan dalam organisasi dan mempunyai wewenang untuk mengarahkan kegiatan para bawahannya, yakni para guru.

Dalam kaitannya untuk mempengaruhi dan mengarahkan perilaku para guru, seorang Kepala Sekolah membutuhkan cara atau metode yang disebut dengan gaya kepemimpinan. Gaya kepemimpinan menurut Nurkolis (2002) merupakan norma perilaku yang dipergunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain. Menurut Suleman dan Ruliaty (2016) Kepala sekolah dengan berbagai gaya kepemimpinan yang baik akan terlihat pada jalannya roda organisasi dengan tertib, nyaman, kondusif dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dapat dikatakan, gaya kepemimpinan adalah suatu sikap atau pola perilaku seorang pemimpin yang didasari kemampuan pribadi untuk mempengaruhi, memotivasi atau membangkitkan semangat seseorang atau orang lain agar mereka mau bekerja sama untuk mencapai

suatu tujuan. Untuk itu, Kepala Sekolah dapat memenuhi salah satu jenis dari gaya kepemimpinan sebagai suatu cara untuk memimpin, memotivasi, mempengaruhi, dan memberikan semangat kepada guru untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sekolah. Di samping itu, diharapkan Kepala Sekolah mampu menjadi contoh dan panutan oleh para guru serta seluruh warga sekolah. Untuk menjadi panutan, hendaknya Kepala Sekolah juga memiliki akhlak yang baik atau menjadi teladan bagi seluruh warga sekolah. Sesuai dalam gaya kepemimpinan Islam, menurut Moehariono (2012) gaya kepemimpinan berdasarkan syariat Islam adalah gaya kepemimpinan seperti yang dilakukan Nabi Muhammad Saw yakni memiliki sikap shiddiq (perkataan dan perbuatannya selalu benar), sabar, fathanah (cerdas), dan tablig (menyampaikan). Hal ini sangat diperlukan karena menurut Suetopo dan Suemanto dalam Suleman dan Ruliaty (2016) fungsi utama Kepala Sekolah sebagai pemimpin pendidikan adalah menciptakan situasi belajar mengajar sehingga para guru dapat mengajar dan siswa dapat belajar dengan baik, artinya Kepala Sekolah sangat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja guru serta menciptakan kenyamanan dan ketertiban dalam suatu proses pembelajaran.

Budaya sekolah juga mempengaruhi kinerja guru. Robbins dan Judge (2007) menyatakan budaya organisasi merupakan sebuah sistem makna bersama yang dianut para anggotanya yang membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya. Begitu pula dalam lingkungan sekolah, terdapat suatu budaya sekolah. Menurut Deal dan Peterson dalam Muhaimin (2009) budaya sekolah adalah sekumpulan nilai yang melandasi perilaku, tradisi, kebiasaan keseharian serta simbol-simbol yang dipraktikkan oleh kepala sekolah, guru, petugas administrasi, peserta didik dan masyarakat di sekitar sekolah. Menurut Susanto (2016) budaya sekolah merupakan ciri khas, karakter atau watak, dan citra sekolah tersebut di masyarakat luas. Budaya sekolah yang baik menurut Dickerson (2011) dapat memperbaiki kinerja sekolah, baik kepala sekolah, guru, siswa, karyawan maupun pengguna sekolah lainnya. Situasi tersebut akan terwujud apabila kualifikasi budaya bersifat sehat, solid, kuat, positif, dan profesional. Dengan demikian suasana kekeluargaan, kolaborasi, ketahanan belajar, semangat terus maju, dorongan untuk bekerja keras dan belajar mengajar dapat diciptakan.

Kompetensi guru juga memberikan pengaruh terhadap kinerja guru. Keberhasilan proses belajar dan mengajar juga dipengaruhi oleh guru-guru yang berkompeten. Guru yang berkompeten akan menghasilkan keluaran siswa yang baik, sebaliknya jika kompetensi guru buruk, akan menghasilkan keluaran siswa yang kurang maksimal. Telah disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 mengenai Guru dan Dosen, dijelaskan

bahwa guru sebagai agen pembelajaran yang harus menjadi fasilitator, motivator, pemacu, perekayasa pembelajaran, dan pemberi inspirasi belajar bagi peserta didik. Oleh karena itu, guru diharapkan memiliki kompetensi yang memenuhi standar pendidikan. Kompetensi guru yang dimaksud tersebut tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 mengenai Standar Nasional Pendidikan terutama mengenai pendidik Pasal 28 Ayat 3 menyebutkan kompetensi sebagai agen pembelajaran pada jenjang pendidikan dasar dan menengah serta pendidikan anak usia dini meliputi kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional, dan kompetensi sosial.

Kepuasan kerja guru juga turut berpengaruh terhadap kinerja guru. Kepuasan kerja menurut Davis (1995) dalam Tahir (2014) adalah seperangkat perasaan pegawai tentang menyenangkan atau tidaknya pekerjaan mereka. Definisi tersebut apabila dikaitkan dengan guru dalam suatu organisasi sekolah, tentu mereka membawa serta seperangkat keinginan, kebutuhan, hasrat dan pengalaman masa lalu yang menyatu membentuk harapan kerja. Dengan demikian kerja menunjukkan kesesuaian antara harapan guru yang timbul dan imbalan yang disediakan pekerjaan tersebut.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh oleh Ilmawan, et.al (2015) diperoleh hasil penelitian bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap kinerja. Penelitian oleh Parmin (2017) menghasilkan kepuasan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja. Penelitian Susanto dan Aisiyah (2010) memperoleh hasil bahwa budaya organisasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja. Selanjutnya, penelitian oleh Fathorrahman (2017) kompetensi pedagogik dan kompetensi profesional berpengaruh terhadap kinerja namun kompetensi kepribadian dan kompetensi sosial tidak berpengaruh terhadap kinerja. Di sisi lain, terdapat penelitian oleh Widyawatingrum, et.al (2015) menghasilkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja. Selanjutnya penelitian oleh Erlinda (2015) mengungkapkan terdapat pengaruh antara budaya organisasi terhadap kinerja. H.P Aurelia dan Sawitri (2016) gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja. Sobandi (2010) memaparkan kompetensi pedagogik, kompetensi profesional, kompetensi personal, dan kompetensi sosial berpengaruh terhadap kinerja.

## **Metode**

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Pertama Swasta berbasis Islam di Kota Malang dan dilaksanakan pada semester gasal atau semester I tahun ajaran 2018/2019. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *multistage random sampling*, yakni berdasarkan data jumlah peserta didik mencapai 200 orang

([dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id](http://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id)), serta dilihat dari peringkat hasil nilai Ujian Nasional tahun 2017 yakni 20 besar SMP Swasta Berbasis Islam di Kota Malang (<https://puspendik.kemdikbud.go.id>). Dengan demikian, diperoleh 11 sekolah yang terdapat dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 1 Tempat Penelitian**

No.	Nama Sekolah	Alamat
1.	SMP Islam Sabilillah Malang	Jalan Terusan Piranha Atas 135 Tunjungsekar Malang
2.	SMP Wahid Hasyim Malang	Jalan Mayjen Haryono nomor 165 Dinoyo Malang
3.	SMP Muhammadiyah 01 Malang	Jalan Brigjen Slamet Riadi 134 Malang
4.	SMP Shalahuddin Malang	Jalan Jaksa Agung Suprpto 10 Malang
5.	SMP Islam Malang	Jalan Werkudoro nomor 52 A Polehan Malang
6.	SMP Islam Paramitha Malang	Jalan Laksda Adi Sucipto nomor 347 B Pandanwangi Malang
7.	SMP Muhammadiyah 02 Malang	Jalan Letjen Sutoyo nomor 68 Purwantoro Malang
8.	SMP Plus Al-Kautsar Malang	Jalan Lingkar Blimbing Indah nomor 2-7 Araya Pandanwangi Malang
9.	SMP Islam Al Amin Malang	Jalan Ki Ageng Gribig nomor 425 Malang
10.	SMP Ma'arif 01 Nurul Muttaqin Malang	Jalan Nurul Muttaqin nomor 39 Tlogowaru Malang
11.	SMP Islam Ma'arif 02 Malang	Jalan Janti Barat 36 Malang

Jumlah guru di 11 sekolah tersebut terdapat 228 guru tetap yayasan. Maka, digunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel dengan harapan jumlah sampel yang diambil dapat mewakili populasi yang ada. Dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh 146 sampel, sehingga disebarkan kuesioner kepada 146 guru tetap yayasan di 11 Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena penelitian kuantitatif menekankan fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol (Hamdi dan Bahrudin, 2014). Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan atau membuat gambaran secara sistematis mengenai fakta-fakta yang akan diteliti.

Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis statistik dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program smartPLS 3.0. Uji kualitas data pada penelitian ini meliputi uji reliabilitas dan uji validitas dengan *software Partial Least Square* (PLS).



## Hasil dan Diskusi

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh 35% guru berjenis kelamin pria, dan 65% guru berjenis kelamin wanita. Jumlah guru wanita dan guru pria selisihnya tidak jauh berbeda karena profesi menjadi guru dapat dilakukan oleh semua orang tanpa melihat gender, tapi berdasarkan pada kompetensinya sebagai seorang guru.

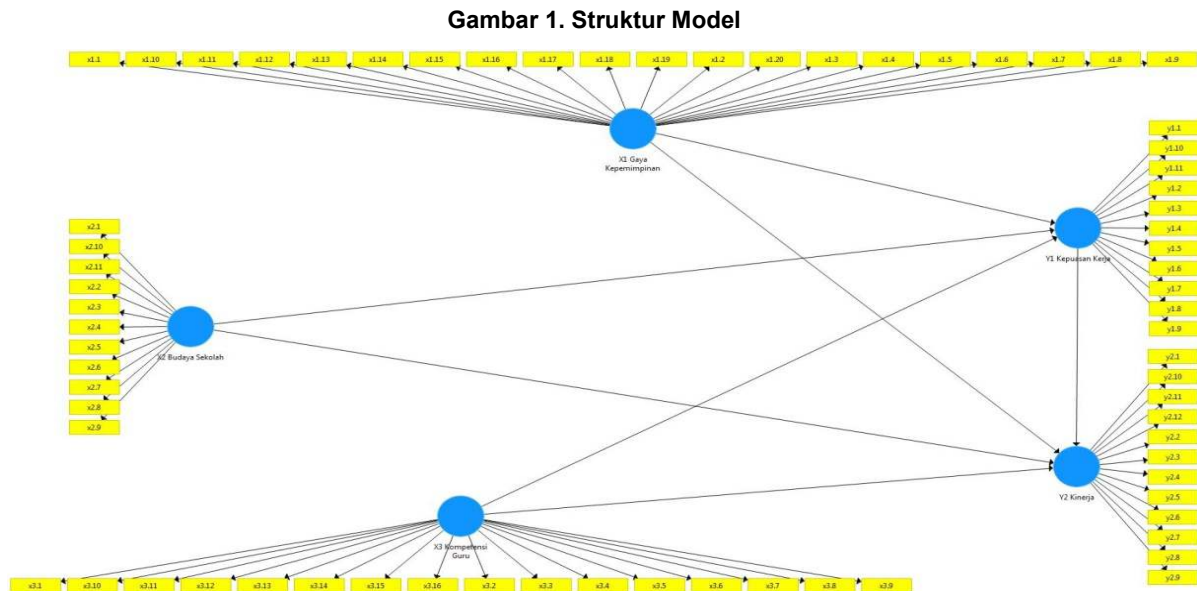
Karakteristik responden selanjutnya yaitu berdasarkan usia. Usia responden 27-36 tahun mencapai 52%. Usia 37-46 tahun mencapai 21%, usia 47-56 tahun 25 persen dan 57-60 tahun terdapat 2%. Jumlah responden terbanyak berada di usia 27-36 tahun, dimana pada usia-usia tersebut merupakan usia produktif dan merupakan usia para pekerja aktif.

Karakteristik selanjutnya yaitu pendidikan terakhir. Pendidikan terakhir responden yaitu sebagian besar telah sarjana mencapai 91% serta 9% telah menempuh pasca sarjana. Karakteristik ini sesuai yang tercantum dalam Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyatakan bahwa guru adalah tenaga pendidik profesional, guru dipersyaratkan memiliki kualifikasi akademik minimal Sarjana Strata Satu (S1) yang relevan sesuai dengan bidangnya.

Berikutnya, karakteristik responden lama bekerja. Lama bekerja 5-14 tahun mencapai 72%, 15-24 tahun mencapai 14%, 25-34 tahun mencapai 13%, serta lebih dari 35 tahun sebesar 1%. Menjadi seorang guru merupakan sebuah passion bagi orang-orang yang mencintai dunia pendidikan dan memiliki kompetensi yang bagus serta telah tertanam pada dirinya untuk menjadi seorang pendidik. Lama bekerja ini memungkinkan guru memiliki pengalaman yang baik dalam melaksanakan pekerjaan dan memahami dengan baik profesi sebagai guru. Selain itu, lama bekerja juga dipengaruhi karena adanya situasi kerja yang mendukung, adanya perlakuan yang baik dari sekolah dan atasan, adanya rekan kerja yang baik, serta lingkungan yang mendukung.

Dalam penelitian ini Partial Least Square (PLS) digunakan untuk mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung gaya kepemimpinan kepala sekolah, budaya sekolah, dan kompetensi guru terhadap kepuasan kerja guru dan kinerja guru. Tahapan-tahapan analisis data dalam Partial Least Square (PLS) ini meliputi, pertama, analisa outer model dengan menentukan nilai convergent validity, Discriminant validity, Composite reliability, serta nilai composite reliability diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Kedua, analisa inner model dengan menentukan uji path coefficient, uji kebaikan model

(Goodness of Fit), serta uji hipotesis. Berikut diberikan gambar struktur model dalam penelitian ini.



Terdapat 10 hipotesis dalam penelitian ini, tujuh hipotesis merupakan pengaruh secara langsung, dan tiga hipotesis merupakan pengaruh tidak langsung. Dalam melakukan analisa data, Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara proses bootstrapping dengan bantuan program smartPLS 3.0 yang hasilnya terdapat dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Perhitungan Bootstrapping Pengaruh Langsung**

	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STD EV )	P Values	Ket
X1_(Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah)-> Y1_(Kepuasan Kerja)	0,534	0,522	0,096	5,563	0,000	Signifikan
X1_(Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah)-> Y2_(Kinerja)	-0,130	-0,126	0,127	1,020	0,308	Tidak Signifikan
X2_(Budaya Sekolah)-> Y1_(Kepuasan Kerja)	0,087	0,094	0,095	0,912	0,362	Tidak Signifikan
X2_(Budaya Sekolah)-> Y2_(Kinerja)	0,218	0,216	0,098	2,232	0,026	Signifikan
X3_(Kompetensi Guru)-> Y1_(Kepuasan Kerja)	0,321	0,332	0,092	3,481	0,001	Signifikan
X3_(Kompetensi Guru)-> Y2_(Kinerja)	0,515	0,532	0,123	4,178	0,000	Signifikan
Y1_(Kepuasan Kerja)->Y2_(Kinerja)	0,230	0,213	0,131	1,760	0,079	Tidak Signifikan

**Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kepuasan Kerja Guru**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan Kepala Sekolah berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Seorang pemimpin harus memahami dan mampu menempatkan gaya kepemimpinannya. Hasil distribusi frekuensi menunjukkan bahwa

gaya kepemimpinan suportif mendapat nilai dominan, sangat jelas bahwa di sekolah swasta, pemimpin yang dibutuhkan adalah pemimpin yang memiliki perhatian besar terhadap guru, bersikap terbuka, bersahabat, dicintai, dan dapat didekati dengan mudah. Dari sikap guru disini guru merasa diakui, diperhatikan, dan merasa bernilai apabila kepala sekolah memberikan gaya suportif terhadap guru. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Mariam (2009), Alam dan Monica (2015), Ilmawan, et.al (2017), Abusama, et.al (2017), dan Aziizah (2018), bahwa gaya kepemimpinan Kepala Sekolah berpengaruh terhadap kepuasan kerja guru. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Widyawatingrum, et.al (2015) bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

#### Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru

Hasil penelitian ini diperoleh gaya kepemimpinan Kepala Sekolah tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja guru. Kinerja guru baik meningkat ataupun menurun tidak dikarenakan penerapan gaya kepemimpinan kepala sekolah. Guru menganggap kepala sekolah merupakan pemimpin di sekolah, gaya apapun yang diterapkan kepala sekolah, guru tetap berupaya untuk bekerja sebaik mungkin untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, mendidik, membimbing anak didiknya agar mampu menerima pelajaran dengan baik, mampu mengerjakan ujian, dan mampu mengantarkan anak didiknya ke jenjang yang lebih tinggi. Guru melaksanakan tugas-tugasnya ditinjau dari segi profesinya menurut Undang-Undang Nomor 14 tahun 2005 tugas utama guru adalah mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai dan mengevaluasi peserta didik. Sedangkan, ditinjau dari pandangan islam menurut Kosim (2008), sosok guru di samping mengemban misi keilmuan, guru juga mengemban tugas suci, yaitu misi dakwah dan misi kenabian, yakni membimbing dan mengarahkan peserta didik ke arah moralitas yang lebih baik menuju jalan Allah Swt, bukan karena bagaimana cara Kepala Sekolah memimpin guru tetapi karena kinerja guru lebih mengarah kepada kewajiban dan tugas sebagai seorang guru. Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Ilmawan, et.al (2017) dan Aziizah (2018). Penelitian ini bertolakbelakang dengan penelitian oleh Siregar (2018), Gumilar dan Munzir (2018), Rahmah (2017), H.P Aurelia dan Sawitri (2016) serta Widyawatingrum, et.al (2015) yang menghasilkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru.

#### Pengaruh Budaya Sekolah Terhadap Kepuasan Kerja Guru

Dalam penelitian ini dihasilkan bahwa budaya sekolah tidak mempengaruhi kepuasan kerja guru, bisa jadi faktor lain yang mempengaruhi selain budaya sekolah, yaitu faktor

gaya kepemimpinan Kepala Sekolah dan kompetensi guru. Guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam faktor kepuasan kerja bukan ditentukan dari budaya sekolah. Padahal dalam penelitian-penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa budaya sekolah berpengaruh terhadap kepuasan kerja guru. Dimana menurut Aziizah (2018) budaya yang tumbuh menjadi kuat mampu memacu organisasi ke arah perkembangan yang lebih baik, sedangkan kepuasan kerja merupakan sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya, karenanya semakin banyak aspek-aspek yang ada pada diri individu yang sesuai dengan budaya organisasi tempatnya bekerja maka akan semakin tinggi kepuasan kerjanya. Hal ini karena budaya sekolah mengarah dan berhubungan lebih banyak dengan kinerja dari pada kepuasan kerja. Budaya sekolah mengarah pada tugas-tugas dan kegiatan oleh guru serta bagaimana guru bertindak untuk baik tidaknya bagi sekolah dan anak didiknya. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Aziizah (2018), Tumbelaka, et.al (2016), Erlinda (2015), Widyawatiningrum, et.al (2015), dan Mariam (2009) yang menyatakan bahwa budaya organisasi dalam hal ini budaya sekolah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

#### Pengaruh Budaya Sekolah Terhadap Kinerja Guru

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya sekolah berpengaruh terhadap kinerja guru. Indikator budaya sekolah dalam penelitian ini didapatkan bahwa budaya sekolah berkenaan dengan kinerja, indikator budaya sekolah meliputi komitmen pada siswa dan pembelajaran siswa, pengetahuan profesi, praktek mengajar, dan pembelajaran profesi lanjutan merupakan hal yang berhubungan dengan kegiatan dan praktek guru di sekolah. sehingga, budaya sekolah yang bagus, maka kinerja guru juga akan bagus. Dari distribusi frekuensi variabel kinerja guru, juga lebih berhubungan dengan tugas dan kewajiban guru, dimana guru berkomitmen terhadap siswa dan pembelajaran siswa, guru paham mengenai pengetahuan profesinya, praktek mengajar, serta pembelajaran profesi lanjutan baginya. Hasil ini sesuai dengan penelitian Aziizah (2018), H.P Aurelia dan Sawitri (2016), Erlinda (2015), dan Widyawatiningrum,et.al (2015).

#### Pengaruh Kompetensi Guru Terhadap Kepuasan Kerja Guru

Penelitian ini menunjukkan hasil kompetensi guru berpengaruh terhadap kepuasan kerja guru. Guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang menganggap bahwa kompetensi guru merupakan modal utama dari kepuasan kerjanya. Kompetensi guru merupakan keahlian yang harus dimiliki guru, hal ini telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 mengenai Standar Nasional Pendidikan

Pasal 28 Ayat 1 bahwa pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional. Selain itu juga disebutkan pada Pasal 28 Ayat 3 bahwa kompetensi sebagai agen pembelajaran pada jenjang pendidikan dasar dan menengah serta pendidikan anak usia dini meliputi 1) kompetensi pedagogik, 2) kompetensi kepribadian, 3) kompetensi profesional, 4) kompetensi sosial. Karenanya, guru harus memiliki keempat kompetensi ini, agar kegiatan pembelajaran menjadi efektif, dengan demikian dapat memunculkan kepuasan kerja pada guru. Penelitian ini mendukung penelitian dari Arifin (2017), Amir, et.al (2014), Abusama, et.al (2017), dan Prasyanto (2017). Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Parmin (2017) yang menyatakan bahwa kompetensi guru tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

#### Pengaruh Kompetensi Guru Terhadap Kinerja Guru

Kompetensi guru memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam penelitian ini. Guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang meyakini bahwa kompetensi guru yang meliputi kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional, dan kompetensi sosial sangat penting untuk meningkatkan kinerja guru dan merupakan suatu keharusan yang dimiliki guru agar kinerjanya sebagai guru dapat terlaksana dengan baik dan maksimal karena kinerja guru merupakan tolok ukur keberhasilan guru di dalam profesinya sebagai guru. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Arifin (2017) dan Parmin (2017). penelitian ini bertolakbelakang dengan hasil penelitian Narsih (2017) yang menghasilkan bahwa tidak terdapat pengaruh kompetensi guru terhadap kinerja guru., serta pada penelitian Fathorrahman (2017) yang menghasilkan bahwa kompetensi sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dosen.

#### Pengaruh Kepuasan Kerja Guru Terhadap Kinerja Guru

Kepuasan kerja guru dalam penelitian ini tidak mempengaruhi kinerja guru. guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta berbasis Islam di Kota Malang merupakan guru yang profesional, meskipun beberapa dimensi kepuasan kerja, misalnya upah atau gaji tidak sesuai harapan mereka dan promosi yang diperoleh tidak sesuai harapan mereka, namun mereka tetap berusaha berkinerja baik. Kepuasan kerja guru yang meningkat belum tentu dapat meningkatkan kinerja guru. Artinya, kinerjanya tidak bergantung dari kepuasan kerja yang didapat melainkan dari faktor lain yakni variabel kompetensi guru serta budaya sekolah. guru tetap akan melaksanakan kinerjanya dengan baik demi berkomitmen

terhadap siswa dan pembelajaran siswa, mengajar, membimbing, dan mendidik siswa dengan tulus, apabila siswa telah mencapai hasil yang maksimal, disitulah kepuasan kerja guru akan tercapai, jadi, tidak serta merta kepuasan kerja guru karena gaji yang diperoleh, promosi didapatkan, rekan kerja atau pimpinan namun karena pencapaian hasil yang diperoleh siswa merupakan kepuasan kerja guru yang sebenarnya. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Parmin (2017). Namun, penelitian ini hasilnya tidak sejalan dengan penelitian Narsih (2017), Arifin (2017), Erlinda (2015), dan Widyawatingrum, et.al (2015) yang menghasilkan terdapat pengaruh positif yang signifikan kepuasan kerja terhadap kinerja.

Selanjutnya, dilakukan perhitungan Bootstrapping pengaruh tidak langsung seperti pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3. Hasil Perhitungan *Bootstrapping* Pengaruh Tidak Langsung**

	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Ket
X1_(Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah)-> Y2_(Kinerja)	0,123	0,113	0,075	1,644	0,101	Tidak Signifikan
X2_(Budaya Sekolah)-> Y2_(Kinerja)	0,020	0,018	0,025	0,798	0,425	Tidak Signifikan
X3_(Kompetensi Guru)-> Y2_(Kinerja)	0,074	0,070	0,047	1,561	0,119	Tidak Signifikan

### Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Melalui Kepuasan Kerja Guru

Hasil dari penelitian ini gaya kepemimpinan tidak berpengaruh terhadap kinerja guru melalui kepuasan kerja guru. Hal ini sesuai penjelasan pengaruh gaya kepemimpinan kepala sekolah terhadap kinerja guru di atas bahwa sekolah di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang dengan menggunakan gaya kepemimpinan kepala sekolah apapun tidak mempengaruhi kinerja guru. Guru menganggap kepala sekolah merupakan pemimpin di sekolah, gaya apapun yang diterapkan kepala sekolah, guru berupaya untuk tetap bekerja sebaik mungkin untuk mendidik, membimbing anak didiknya agar mampu menerima pelajaran dengan baik, mampu mengerjakan ujian, dan mampu membawa anak didiknya agar sesuai dengan standar nilai yang ditentukan. Namun, disisi lain, gaya kepemimpinan kepala sekolah memberikan pengaruh terhadap kepuasan kerja guru, dimana salah satu item indikator dalam kepuasan kerja guru terdapat kepuasan terhadap pimpinan, gaya kepemimpinan kepala sekolah suportif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang. Dengan kata

lain, gaya kepemimpinan kepala sekolah tidak berpengaruh terhadap kinerja guru, serta kepuasan kerja juga tidak berpengaruh terhadap kinerja guru, namun hanya gaya kepemimpinan kepala sekolah berpengaruh terhadap kepuasan kerja guru, maka dari itu gaya kepemimpinan kepala sekolah tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja guru melalui kepuasan kerja guru. Penelitian ini berbanding terbalik dari penelitian Ilmawan, et.al (2017) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan tidak langsung antara gaya kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja.

#### Pengaruh Budaya Sekolah Terhadap Kinerja Guru Melalui Kepuasan Kerja Guru

Budaya sekolah dalam penelitian ini terhadap kinerja guru melalui kepuasan kerja guru tidak berpengaruh. Budaya sekolah memberikan pengaruh terhadap kinerja guru namun tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja guru. Erlinda (2015) menyebutkan bahwa semakin meningkat kepuasan kerja maka semakin meningkat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja guru. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian ini, yang menghasilkan bahwa budaya sekolah berpengaruh terhadap kinerja, namun tidak meningkatkan kepuasan kerja, dalam arti tidak berhubungan dengan kepuasan kerja. budaya sekolah menurut Hinde (2003) bahwa budaya sekolah berperan dalam memperbaiki kinerja guru, dan menurut penelitian oleh Aziizah (2018) budaya yang tumbuh menjadi kuat mampu memacu organisasi ke arah perkembangan yang lebih baik, sedangkan kepuasan kerja merupakan sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya, karenanya semakin banyak aspek-aspek yang ada pada diri individu yang sesuai dengan budaya organisasi tempatnya bekerja maka akan semakin tinggi kepuasan kerjanya. Namun yang terjadi di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang, para guru memberikan pernyataan bahwa budaya sekolah mempengaruhi kinerja mereka tapi tidak dengan kepuasan kerjanya. Sehingga hal ini secara tidak langsung budaya sekolah tidak berpengaruh terhadap kinerja melalui kepuasan kerja guru. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian Erlinda (2015) yang menghasilkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan budaya sekolah terhadap kinerja guru melalui kepuasan kerja guru.

#### Pengaruh Kompetensi Guru Terhadap Kinerja Guru Melalui Kepuasan Kerja Guru

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kompetensi guru berpengaruh terhadap kinerja, dan kompetensi guru juga berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Guru telah berpendapat bahwa kompetensi guru merupakan pengaruh utama terhadap kerjanya, dengan

memiliki kompetensi pedagogik, kepribadian, profesional, dan sosial guru telah berhasil mengemban amanah sebagai guru yang profesional berdasarkan undang-undang. Dengan menjadi guru profesional telah menumbuhkan kepuasan kerja guru. Namun, kepuasan kerja guru dalam penelitian ini tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja guru, maka secara tidak langsung kompetensi guru tidak mempengaruhi kinerja guru melalui kepuasan kerja guru. Kepuasan kerja guru dalam penelitian ini berbanding terbalik dengan kinerja guru. Kepuasan kerja tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja. Kepuasan kerja disini berhubungan dengan imbalan setelah melakukan pekerjaan, kinerja berhubungan dengan suatu proses pengajaran guru terhadap siswa. Guru lebih mengutamakan kompetensinya dalam melaksanakan kerjanya. Sebagai seorang guru, pasti memiliki skill dan passion dalam mengajar dan mendidik siswa. Kepuasan kerja guru terletak pada keberhasilan siswa dalam menerima pengajaran dengan baik, mencapai hasil maksimal dalam pembelajaran, serta memiliki budi pekerti yang luhur. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Prasyanto (2017) yang menghasilkan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap kinerja melalui kepuasan kerja.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menggunakan dua gaya kepemimpinan, yakni gaya kepemimpinan menurut House dan gaya kepemimpinan berdasarkan Islam. Dihasilkan gaya kepemimpinan House lebih dominan yang sesuai dengan pilihan guru di Sekolah Menengah Pertama Swasta Berbasis Islam di Kota Malang, padahal sekolah berlabel Islam seharusnya yang dominan adalah gaya kepemimpinan dalam Islam, untuk itu dalam penelitian berikutnya gaya kepemimpinan yang diteliti yaitu satu per satu, gaya kepemimpinan House saja atau gaya kepemimpinan dalam Islam saja.

Indikator budaya sekolah yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari indikator budaya organisasi yakni teori dari Tampubolon. Karena menggunakan budaya sekolah secara umum ini, bisa jadi belum mencapai kepuasan kerja guru. Apabila, penelitian ini dikaitkan dengan budaya sekolah Islami, karena sekolah dalam penelitian ini berbasis Islam, bisa saja kepuasan kerja akan tercapai. Untuk itu, penelitian selanjutnya dapat diteliti mengenai pengaruh budaya sekolah Islami terhadap kepuasan kerja guru.

Penelitian ini hanya variabel gaya kepemimpinan kepala sekolah yang menggunakan dua pandangan, yakni gaya kepemimpinan House dan gaya kepemimpinan dalam Islam karena penelitian ini melibatkan sekolah berbasis Islam, sehingga berikutnya dapat dilakukan penelitian mengenai pengaruh gaya kepemimpinan kepala sekolah, budaya



sekolah, kompetensi guru terhadap kepuasan kerja guru dan kinerja guru dilihat dari sudut pandang perspektif Islam.

Hasil penelitian ini diperoleh kepuasan kerja guru tidak mempengaruhi kinerja guru. Dapat diteliti dalam penelitian berikutnya yaitu pengaruh kepuasan kerja guru terhadap kinerja guru dengan dimoderasi reward system, sehingga nantinya dapat diketahui hasil akankah reward system ini bisa menjadi salah satu faktor yang memoderasi kepuasan kerja guru terhadap kinerja guru atau tidak.

## Referensi

- Abusama, Muhammad, et.al. Effect of Motivation, Competence and Islamic Leadership on Job Satisfaction and Teacher Performance in Vocational High School, IOSR Journal of Business and Management. 19 (10) : 01-12.
- Alam, Iskandar Ali dan Lidya Tasya Monica. 2015. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai dengan Kepuasan Kerja Sebagai variabel Intervening, Jurnal Manajemen dan Bisnis. 5 (2) : 242-265.
- Amir, Asfar et.al. 2014. Pengaruh Kompetensi Terhadap Kepuasan Kerja Guru SMA Negeri Pariaman, Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan. 2 (2) : 101-106.
- Arifin, Moh. 2017. Pengaruh Kompetensi dan Kepuasan Guru Terhadap Kinerja Guru SMA Negeri di Wilayah Bakorwil I Jawa Timur, JMM 17, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. 4 (1) : 36-43.
- Aziizah, Rachmawati Deasy. 2018. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Guru dengan Kepuasan Kerja, Industrial Engineering Journal. 7 (2) : 18-24.
- Data Pokok Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Jendral Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang. <http://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id/> , diakses tanggal 24 Maret 2018.
- Muhaimin. Rekonstruksi Pendidikan Islam: Dari Paradigma Pengembangan, Manajemen Kelembagaan, Kurikulum hingga Strategi Pembelajaran. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Dickerson, M,S. 2011. Building a Collaborative School Culture Using Appreciative Inquiry. Journal of Art, Science&Commerce. 2 (2)
- Erlinda, Syuryani, et.al. 2015. Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Guru SDN Se-Kecamatan Pasaman). Artikel. <http://www.ejurnal.bunghatta.ac.id>, diakses tanggal 17 April 2018.
- Fathorrahman. 2017. Kompetensi Pedagogik, Profesional, Kepribadian, dan Kompetensi Sosial Dosen, Akademika. 15 (1) : 1-6.

- Gumilar, Gun Gun dan Munzir, T. 2018. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah terhadap Kinerja Guru SMA Global Indo-Asia Batam, *DIMENSI*. 7 (2) : 255-266.
- Hamdi, Asep Saepul dan E. Bahruddin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Deepublisher. Yogyakarta.
- HP, Aurelia Dewanggi dan Hunik Sri Runing S. 2016. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi pada Kinerja Guru dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Bisnis & Manajemen*. 16 (1) : 43-54.
- Ilmawan, et.al. 2017. Peran Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi Dalam Mempengaruhi Kinerja yang Dimediasi oleh Kepuasan Kerja, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. 13 (1) : 37-45.
- Kosim, Muhammad. 2008. Guru Dalam Perspektif Islam. *Tadris*, 3 (1) : 45-58.
- Lailatussaadah. 2015. Upaya Peningkatan Kinerja Guru. *Intelektualita*, 3 (1) Januari-Juni 2015.
- Listyorini, Enny dan Samtono. 2017. Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja dan Budaya Sekolah Terhadap Kinerja Guru di Gugus Erlangga UPTD Pendidikan Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal. *Jurnal Visi Manajemen*. 2 (2) : 83-90.
- Mangkunegara, Anwar. 2007. *Manajemen Sumber Daya manusia*, Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mariam, Rani. 2009. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening, Studi Pada Kantor Pusat PT.Asuransi Jasa Indonesia (Persero). Tesis. Program Studi Magister Manajemen. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Moehariono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*, RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Narsih, Dwi. 2017. Pengaruh Kompetensi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Guru SMKN 23 Jakarta Utara, *UTILITY, Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi*. 1 (1) : 94-102.
- Nurkolis. 2002. *Manajemen Berbasis Sekolah: Teori, Model, dan Aplikasi*. Grasindo. Jakarta
- Parmin. 2017. Pengaruh Kompensasi, Kompetensi, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Guru Tidak Tetap (GTT) dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Fokus Bisnis*. 16 (1) : 21-39.
- Prasyanto, Galih Rudi. 2017. Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Kinerja dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT. Dok dan Perkapalan Surabaya Bagian Produksi), *Jurnal Ilmu Manajemen*. 5 (2) : 1-45.
- Pusat Penilaian pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Kota Malang. <https://puspendik.kemdikbud.go.id>, diakses tanggal 24 Maret 2018.

- Rahmah. 2017. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Kerja, dan Kompetensi Guru Terhadap Kinerja Guru SD Negeri Se- Kecamatan Martapura Barat Kabupaten Banjar, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 3 (2) : 289-295.
- Robbins, Stephen P dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Siregar, Yulinda. 2018. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Bimbingan Konseling di SMA Negeri Jakarta Timur, *TERAPUTIK, Jurnal Bimbingan dan Konseling*. 1 (3) : 232-238.
- Sobandi, Ade. 2010. Pengaruh Kompetensi Guru Terhadap Kinerja Mengajar Guru SMKN Bidang Keahlian Bisnis dan manajerial di Kota Bandung, *Manajerial*. 9 (17): 25-34.
- Suleman, Suhaemi dan Ruliaty. 2016. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah, Budaya Sekolah, dan Disiplin Guru Terhadap Kinerja Guru pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri I Jeneponto, *Jurnal Competitiveness*. 10 (2) : 61-75.
- Susanto, Ahmad. 2016. *Manajemen Peningkatan Kinerja Guru Konsep, Strategi, dan Implementasinya*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Susanto, Heri dan Nuraini Aisiyah. 2010. Analisis Pengaruh Kepemimpinan dan Budaya Kerja dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Terhadap Kinerja Karyawan di Kantor Pertanahan Kabupaten Kebumen, *Magistra*. 22 (74) : 15-38.
- Tahir, Arifin. 2014. *Buku Ajar Perilaku Organisasi*, Deepublish. Yogyakarta.
- Tumbelaka, Steven Set Xaverius. 2016. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan Intention to Leave (Studi Pada PT. Bitung Mina Utama). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 3 (1): 94-108.
- Widyawatiningrum, et.al. 2015. Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan, Budaya Organisasi Terhadap Kinerja dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di PTPN X Jember, *Jurnal Teknologi Pertanian*. 16 (2) : 127-136.

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## ANALISIS ARUS KAS OPERASI DAN *RETURN ON ASSET* (ROA) TERHADAP *RETURN SAHAM* DENGAN LABA AKUNTANSI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Retno Wulandari  
Universitas Kanjuruhan Malang, Indonesia

### INFO ARTIKEL

DOI:  
10.32815/jibeka.v15i1.349

ISSN:  
0126-1258

ISSN-E:  
2620-875X

KORESPONDENSI:  
[retnowulandari.1979@yahoo.co](mailto:retnowulandari.1979@yahoo.co.id)  
.id

### ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of operating cash flow and return on assets on stock returns with accounting profit as a moderating variable. The sample technique used purposive sampling on LQ 45 listed companies (IDX) for the period 2016-2018, because the samples were taken using certain criteria and obtained 20 companies as research samples. The data analysis method is multiple liner regression analysis. The result of the research shows that operating cash flow has a negative effect on stock returns, ROA negatively affects stock returns, and then accounting profit affects stock returns. Associated with path analysis, the results are obtained, firstly accounting profit weakens the relationship between cash flow and stock returns and secondly, accounting profit strengthens the relationship between ROA on stock returns.*

**Keywords:** *Accounting profit, Operating cash flow, Return on assets, Stock returns*

### ABSTRAK

Penelitian ini memberikan tujuan dalam menguji pengaruhnya arus kas operasi dan return on asset pada return saham dengan laba akuntansi sebagai variabel moderasi. Teknik sampel digunakannya Purposive Sampling pada emiten LQ 45 yang terdaftar di (BEI) kurun waktu 2016-2018, dikarenakan dalam diambilnya sampel menggunakan kriteria tertentu serta diperolehnya 20 perusahaan sebagai sampel penelitian. Metode analisis data ialah analisis regresi liner berganda analisis. Hasil penelitian menunjukkan secara pasrial arus kas operasi memengaruhi return saham, ROA memengaruhi negatif pada return saham, selanjutnya laba akuntansi memengaruhi terhadap return saham. Terkait dengan analisis path didapatkan hasil, yang pertama laba akuntansi memperlemah hubungan arus kas terhadap return saham dan yang kedua laba akuntansi memperkuat hubungan ROA pada return saham..

**Kata Kunci:** Laba akuntansi, Arus kas operasi, Return on asset, dan Return saham



## Pendahuluan

*Return* ialah profit yang diharapkan pada investor hari kemudian terhadap total dana yang ditempatkan. Fahmi, (2015). Dalam membuat prediksi *return* yang dapat diperoleh maka investor memerlukan kinerja pada suatu emiten tersebut, dalam melihat kinerja pada emiten salah satunya dilihatnya laporan keuangan emiten tersebut. Dengan tingginya *return* saham, maka makin tinggi nilai emiten tersebut maupun sebaliknya. Oleh sebab itu, setiap emiten yang melakukan penerbitan saham perlu diperhatikan *return* sahamnya.

Menurut Saputra dan Ida (2016), laba akuntansi yakni parameter pokok yang dijadikan perhatian investor sebelum dilakukannya investasi. Tingginya laba akuntansi suatu emiten maka kemampuan perusahaan dalam terbagi dividen juga makin tinggi serta hal tersebut sangat memengaruhi *return* saham. Jika laba akuntansinya tinggi maka harga saham akan makin tinggi serta *return* yang diperolehnya emiten maka akan naik.

Informasi pada laporan bisa memberikan bantuan investor untuk pengambilan keputusan yakni laba serta arus kas. Menurut Aisah (2016) Arus kas operasi ialah elemen penting bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika semakin tinggi arus kas operasi maka mampunya emiten dalam menghasilkan kas atas kegiatan operasi normal perusahaan dapat dikatakan baik. hal ini tersebut menjadi perhatian investor dalam berinvestasi pada emiten tersebut, sehingga dapat berdampak pada penigkatan harga saham.

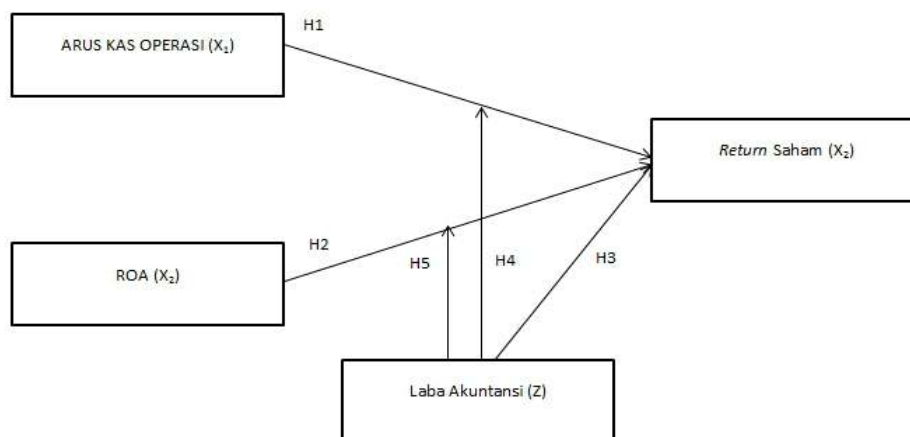
Keputusan investasi bisa didasarkan beberapa informasi salah satunya yakni (ROA) serta *Return On Asset* (ROA) Fakhruddin, (2018), ROA ialah indikator *financial* yang menggambarkan mampunya emiten untuk menghasilkan laba dari jumlah aset yang dimiliki emiten. Makin tinggi hasil pengembalian pada aset maka makin tinggi total laba bersih yang terhasikan atas tiap dana yang ditanamkan dalam total aset. Berlaku kebalikan, makin rendah hasil tingkat kembalikan dari aset maknanya makin rendah pula total laba bersih yang terhasikan pada tiap rupiah dana yang ditanamkan di dalam jumlah aset.

Penelitian Khairunnisa, (2016) menunjukkan bahwa laba akuntansi tidak memengaruhi *return* saham. Begitu juga hasil dilakukan Linda dkk (2018), memberikan penjelasan bahwa laba akuntansi memengaruhi positif serta signifikan dengan *return* saham.

Penelitian oleh Chandra (2018), dengan hasil menjelaskan arus kas astas aktivitas operasi memengaruhi *return* saham. Hasil Gilbert (2017) hasil riset menjelaskan arus kas operasi tidak memengaruhi dengan *return* saham. Penelitian Aisah (2016) menjelaskan *ROA* memiliki memengaruhi signifikan dengan *return* saham. Puspitadewi dan Henny, ( 2016) dengan hasil bukti menjelaskan *Return on asset* tidak memengaruhi signifikan dengan *return* saham. Atas penjelasan tersebut, masih terdapatnya perbedaan hasil antar variabel bebas yang dapat memengaruhi *return* saham.

Kebaruan serta keunikan pada penelitian ialah penambahan variabel bebas yakni *ROA* dan adanya variabel moderasi yakni laba akuntansi, ruang lingkup perusahaan yang berbeda digunakan pada penelitian ini. Alasan peneliti digunakannya emiten LQ dikarenakan saham LQ-45 mempunyai kapitalisaasi tinggi dengan frekuensi dagang tinggi jadi prospek tumbuh serta situasi keuangan saham baik. Emiten LQ 45 memiliki nilai perusahaan cerminan bagus akan jadi para investor tertarik dalam membeli saham pada emiten tersebut.

**Gambar 1 Kerangka Konseptual**



Tujuan atas riset ini yakni tergambar pada Gambar 1 dengan hipotesa sebagai berikut:

H1 : Arus Kas Operasi berpengaruh terhadap *Return* Saham

H2 : *ROA* berpengaruh terhadap *Return* Saham

H3 : Laba Akuntansi berpengaruh terhadap *Return* Saham

H4 : Laba Akuntansi memperkuat hubungan Arus Kas Operasi terhadap *Return* Saham

H5 : Laba Akuntansi memperkuat hubungan *ROA* terhadap *Return* Saham

Sesuai uraian tersebut, maka dirumuskan permasalahan pada riset ini ialah: 1). Apakah arus kas operasi memengaruhi *return* saham?, 2). Apakah ROA memengaruhi *return* saham, 3). Apakah laba akuntansi memengaruhi *return* saham, 4). Apakah laba akuntansi memperkuat hubungan arus kas operasi pada *return* saham?, 5) Apakah laba akuntansi memperkuat hubungan ROA pada *return* saham?. Tujuan penelitian ialah untuk pengujian serta penjelasan terkait pengaruhnya arus kas operasi, ROA, dan laba akuntansi pada *return* saham serta terkait moderasi apakah laba akuntansi memperkuat hubungan arus kas operasi dan ROA pada *return* saham.

### Metode Penelitian

Hasil pada artikel tersebut didapatkan sebuah tujuan yakni untuk pengujian serta analisis adanya arus kas operasi dan ROA pada *Return* saham dengan laba akuntansi sebagai variabel moderasi. Variabel terikat ialah *Return* saham (Y) variabel bebas dalam penelitian yaitu arus kas operasi (X1) serta ROA (X2), serta laba akuntansi (Z) sebagai moderasi. Metode *purposives sampling* ialah metode yang digunakannya dalam penentuan *sample*. Populasi penelitian ialah seluruh perusahaan LQ 45 di (BEI) tahun 2016-2018 yakni total 45 emiten. Setelah dilakukan eliminasi berdasarkan kriteria maka di peroleh sebanyak 20 sampel perusahaan LQ 45. Teknik analisis data penelitian digunakannya analisis regresi linier berganda.

### Hasil dan Pembahasan

Hasil asumsi klasik variabel  $x_1$ ,  $x_2$ ,  $z$  ke  $y$  diperoleh untuk pengujian pertama yakni uji normalitas didapatkan nilai *asym*. Signya dengan metode *kolmogorov Smirnov* 87, 8 yakni lebih dari 5% maka data berdistribusi normal, berikutnya pengujian Multikolinieritas, didapatkan nilai VIF: ( $x_1$ ) 1,185, ( $x_2$ ) 1,022, serta ( $z$ ) 1,208, dengan bukti tersebut nilai VIF kurang dari 5% maka terbebas gejala multikolinieritas. Kemudian terkait pengujian heteroskedastisitas melalui uji *spearman rank* diperoleh nilai sig. ( $x_1$ ) 0,890, ( $x_2$ ) 0,892, serta ( $z$ ) 0,444, maka data terbebas heteroskedastisitas dikarenakan nilai sig > 5%. Terakhir yakni auto korelasi dengan metode *cochrane-orcut* serta didapatkan nilai *cochrane-orcut* 1,644 maka tidak terjadi auto korelasi.

Pertama arus kas operasi memengaruhi *return* saham. hal tersebut dapat terlihat dari uji t, laporan arus kas operasi ialah suatu laporan yang di dalam informasi keuangan tersebut bisa menjadi perhatian investor serta calon investor sebelum dilakukannya investasi. Arus kas operasi memiliki nilai positif serta tercerminnya keberhasilan emiten

untuk pengelolaan operasional bisnis utamanya, maka hal itu memengaruhi *return* saham yang dapat diterima investor. Apabila arus kas operasi pada emiten LQ 45 stabil dapat menjadi penyebab mampunya emiten dalam menciptakan kas atas kegiatan operasi normal maka emiten dikatakan baik. Hal ini dapat membawa indikator baik bagi emiten sebagaimana arus kas emiten bisa dijadikan penentu apakah atas operasional emiten bisa menciptakan kas yang mencukupi dalam pelunasan pinjaman, pemeliharaan operasi emiten, pembayaran dividen serta dilakukannya *new investors* serta tidak diandalkannya sumber dana internal.

Tabel 1 Hasil Analisis Jalur

	asym	sig	Keterangan
AKO Return Saham	0.333	0.031	H1 diterima
ROA → Return Saham	-0.326	0.023	H2 diterima
LAK → Return Saham	0.358	0.022	H3 diterima
AKO x LAK → Return Saham	-0.203	0.293	H4 ditolak
ROA x LAK → Return Saham	0.413	0.011	H5 diterima

Hasil analisis disajikan pada Tabel1 dan sesuai dengan teori yang menjelaskan arus kas operasi ialah indikator yang terpenting yang dibutuhkan investor untuk pengambilan keputusan. Jika makin tinggi arus kas operasi maka mampunya emiten dalam menghasilkan kas atas kegiatan operasi normal emiten dapat dikatakan baik. hal ini dapat menjadikan perhatian khusus oleh investor dalam berinvestasi pada emiten tersebut, sehingga akan memiliki dampak pada peningkatan harga saham, makin tinggi harga saham maka *return* yang nanti diterimanya akan bertambah. Aisah (2016), hasil penelitian sama dengan riset yang dilakukan oleh Nurchayati (2017), Andasari (2016), serta khairunnisa (2016) yang menjelaskan arus kas operasi memengaruhi *Return* saham. Hasil riset tidak sama dengan riset rizal dan selvia (2016), yang memberikan penjelasan arus kas operasi belum memengaruhi *return* saham.

Jika arus kas operasi pada suatu emiten stabil dapat menjadi penyebab mampunya emiten dalam menghasilkan kas atas aktivitas operasi normal serta emiten bisa dikatakan baik. Hal ini menjadi penyebab minatnya investor dalam melakukan investasi serta menjadikan emiten tersebut makin meningkat, hal ini memberikan perhatian khusus investor dalam investasi pada emiten tersebut, sehingga mempunyai



dampak pada naiknya harga saham, makin tinggi harga saham investor dapat menerima *return* makin naik ataupun bertambah.

Berikutnya ROA memengaruhi akan tetapi negatif terhadap *return* saham. Penjelasan hasil tersebut dapat terlihat pada nilai rata-rata pertahun pada emiten LQ 45 yang menyebabkan berputarnya aset belum menghasilkan laba yang stabil. Hal ini bermakna emiten menggunakan jumlah aset dengan baik serta pada akhirnya akan tetapi belum bisa meningkatkan *return* saham. Ini dapat berdampak kurang baiknya untuk perusahaan maupun investor.

Belum signifikannya ROA pada *return* saham memberikan artian pemilik saham kurang terlalu memerhatikan ROA untuk diambilnya putusan dalam investasi. Kelemahan dari ROA yakni cenderungnya serta fokus bagi prospek jangka pendek serta bukan tujuan jangka panjang. ROA belum bisa membuktikan prospek ke depannya atas emiten jadinya investor brlum bisa meramalkan laba yang diperoleh pada masa datang.

Beberapa penjelasan tersebut terbukti, jika suatu emiten belum menghasilkan laba yang stabil ataupun investor menganalisa kinerja keuangan emiten tersebut yang makin rendah maka hal itu menjadi pertimbangan pemegang saham dalam penginvestasian dananya, lalu akan berdampak *return* sahampun bisa turun dan suatu emiten tersebut tidak memperoleh laba dan mengalami penurunan membuat investor kurang tertarik dalam menanamkan (investasi) dana pada emiten tersebut, akhirnya *return* saham pasti turun.

Hasil berikutnya menjelaskan laba akuntansi memengaruhi signifikansi pada *return* saham. Terlihat pada hasil Uji t pada bab sebelumnya. ini mempunyai makna informasi laba memberikan peranan positif pada pemegang saham yang melakukan investasi pada emiten LQ 45. Hal tersebut bisa memberikan efek baik bagi emiten tersebut. Dampak yang terjadi apabila laba akuntansi terjadi kenaikan maupun stabil dapat memengaruhi investor serta otomatis bisa meningkatkan minat investor dalam melakukan investasi. Hasil tersebut sama dengan penjelasan bahwa laba akuntansi ialah parameter paling utama yang dijadikan perhatian investor sebelum dilakukannya investasi. Makin tinggi laba akuntansi pada emiten maka mampunya emiten dalam terbaginya dividen juga makin tinggi serta hal ini sangat memengaruhi *return* saham emiten. Jika laba akuntansinya tinggi maka harga saham akan makin tinggi serta *return* yang diperolehnya emiten maka akan bertambah. (Saputra dan Ida, 2013)

Penelitian ini sama dengan Gilbert (2016), Nasikah (2017) dan Linda (2018), yang menjelaskan laba akuntansi memengaruhi *return* saham. Namun bertolak atas hasil penelitian Khairunnisa (2016), yang memberikan penjelasan laba akuntansi tidak bisa memengaruhi *return* saham. Atas penjelasan tersebut, dari hasil yang dilakukan dapat diberikan laba akuntansi suatu emiten meningkat maka dapat membawa aksi positif bagi investor untuk dilakukannya investasi.

Hasil pengujian berikutnya yakni analisis jalur dimana dengan hasil laba akuntansi memperlemah hubungan arus kas operasi terhadap *return* saham. Dengan makna lain emiten dalam tergunakannya kas terkait dalam kegiatan operasi belum bisa menaikkan *return* saham yang dalam hal ini terkait laba akuntansinya. Suatu nilai arus kas pada operasi tinggi, maka tingkat percayanya investor pada emiten akan tinggi sehingga makin besar pula nilai *return* saham berlaku sebaliknya. Akan tetapi adanya sebuah laba akuntansi belum memperkuat hubungan arus kas pada *return* saham maknanya laba akuntansi yang baik maka seharusnya di dalamnya terdapat aktifitas operasi yang baik juga namun nyatanya belum. Khairunnisa (2016), menjelaskan laba akuntansi tidak memengaruhi *return* saham akan tetapi berbeda dengan peneliti Linda (2018), menyimpulkan laba akuntansi memengaruhi positif pada *return* saham.

Pengujian terakhir yakni laba akuntansi mampu memperkuat hubungan ROA terhadap *return* saham. Hal tersebut bermakna emiten mampu mengelola aktiva yang dimiliki dalam menghasilkan keuntungan yang diperoleh melalui laba akuntansi dan akan menaikkan *return* saham. Daya tarik serta mampunya dapat memengaruhi investor dalam pembelian saham emiten yang diakibatkan harga saham emiten naik serta *return* yang terhasikan juga naik. Jadi peningkatan ROA bermakna kinerja perusahaan tersebut baik dan mempunyai dampak yakni harga saham yang berkaitan akan naik. Diperolehnya informasi mampunya emiten dalam pengelolaah aktiva tidak terlepas dari adanya peran laba akuntansi yakni laba yang terpakai untuk mengukur tingkat efisiensi emiten dalam penggunaan sumber daya ekonominya. Sumber daya ekonominya salah satunya ialah terkelolanya aktiva untuk menghasilkan keuntungan. Hal ini sesuai peneliti dahulu yakni Puspitadewi dan Rahyuda (2016), menjelaskan (ROA) memengaruhi *return* saham. Penelitian Anwar (2016), Chandra (2018) menjelaskan ROA memengaruhi positif pada *return* saham. Nasikah (2017) serta Linda (2018), menjelaskan laba akuntansi berpengaruh pada *return* saham.

## Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan penjelasan disimpulkan bahwa arus kas operasi mampu memengaruhi *return* saham dimana arus kas operasi memiliki nilai positif serta tercerminnya keberhasilan emiten tersebut untuk pengelolaan operasional bisnis utamanya, maka hal itu memengaruhi *return* saham yang dapat diterima investor. Kemudian ROA memengaruhi akan tetapi negatif, hal tersebut bermakna emiten menggunakan jumlah aset dengan baik serta pada akhirnya akan tetapi belum bisa meningkatkan *return* saham. Ini dapat berdampak kurang baiknya untuk perusahaan maupun investor. Laba akuntansi memengaruhi *return* saham yakni Makin tinggi laba akuntansi pada emiten maka mampunya emiten dalam terbaginya dividen juga makin tinggi serta hal ini sangat memengaruhi *return* saham emiten. Jika laba akuntansinya tinggi maka harga saham akan makin tinggi serta *return* yang diperolehnya emiten maka akan bertambah. Terkait dengan hasil jalur didapatkan laba akuntansi memperlemah hubungan arus kas terhadap *return* saham akan tetapi laba usaha mampu memperkuat hubungan ROA pada *return* saham. Atas simpulan serta penjelasan tersebut dapat diberikannya saran yakni, sebelum dilakukannya investasi pada sebuah emiten hendaknya investor memperhatikan informasi yang dapat membantu untuk pengambilan keputusan investasi dengan contoh laba akuntansi, arus kas operasi, dan *return on asset* (ROA). Bagi perusahaan hendaknya terus melakukan pembaharuan variabel laba akuntansi, arus kas operasi, dan *return on asset*, diakrenakan dengan meningkatnya ke tiga variabel tersebut *return* saham juga akan meningkat jadi permintaan saham emiten juga naik. Bagi peneliti berikutnya dugunakannya sektor yang berbeda, jumlah yang semakin agar hasil semakin kuat, serta penambahan variabel lain yakni DER, EPS, DFL, NPM, ukuran perusahaan, *operating cash flow*, *firm size* dan lainnya, dikarenakan variabel tersebut dapat memengaruhi *return* saham.

## Referensi

- Aisah, A dan Kastawan, M. (2016). Pengaruh *Return On Equity*, *Earning Per Share*, *Firm Size* dan *Operating Cash Flow* terhadap *Return* saham. E jurnal Manajemen Unud Vol. 5, No 11 (Online), (<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/24294/16088>).
- Andasari, N, dan Andini, R. (2016). Pengaruh *Return On Equity* (Roe), *Price Earning Ratio* (PER), *Total Asset Turn Ovesr* (TATO) dan *Price To Book Value* (PBV) Terhadap *Return* saham (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-

2014. *Jurnal Akuntansi* Volume 2 No.2.(Online), (<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/4629>), di akses 20 Oktober 2018.
- Anwar, Marryam. (2016). *Impact of firms Performance on stock returns evidence From Listed companiesof FTSE 100 Index London,UK* *Jurnal The Universlty Of Lahore: Pakistan.* (Online),(<http://globaljournals.org/GJMBR-Volume16/15-Impact-of-firms-performance.pdf>).
- Chandra, dan Nijumon jhon. (2018). *A Study on impact of firms'performance on stock returns –evidence from NSE.* *International Journal Of Research.* Bengaluru .(<https://edupediapublications.org/journals>).
- Fahmi, Irham. (2015). *Manajemen Investasi Teori dan Soal Jawab.* Edisi 2. Salemba Empat :Jakarta
- Fakhrudin, Hendy M dkk. (2018). *Pasar Modal di Indonesia.* Jakarta: Salemba Empat.
- Gilbert, T dan Walandouw, S. (2017). *Pengaruh Laba Akuntansi, dan Arus Kas Operasi Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.* *Jurna Emba . Vol.5N0 1,* (<https://media.neliti.com/media/publications/128832-ID-pengaruh-labaakuntansidan-arus-kas-ope.pdf>).
- Jogiyanto, Hartono. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi.* Edisi 8. BPFE: Yogyakarta.
- Kartikahadi. (2012). *Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS.* Jakarta. Salemba Empat.
- Khairunnisa, T. (2016). *Pengaruh arus kas, Laba akuntansi dan earning per share terhadap return saham.* *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.* (online),<http://eprints.perbanas.ac.id/1685/1/artikel%20Ilmiah.pdf>
- Lubis, Ahmad Fadhil. (2017). *Pengaruh Return On Equity (ROE), Debt To Equity Ratio (DER), dan Current Ratio (CR) Terhadap Return Saham dengan Inflasi sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2015.* *Yurnal Universitas Sumatera Utara Medan.*
- Linda A., Syafitri, R. (2018). *Pengaruh Laba Akuntansi, Total Arus Kas, Dan Net Profit Margin Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016.* *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif Volume 1/Nomor 1/Jul 2018* Jurusan Akuntansi FE-Universitas Tadulak.
- Martani, Dwi. (2012). *Akuntansi keuangan Menengah: Berbasis PSAK.* Jakarta. Salemba Empat.
- Nasikah. (2017). *Pengaruh Leverage, Komponen Arus Kas, Laba Akuntansi terhadap Return Saham di Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2015.* *Jurnal akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri* [simki.unpkediri.ac.id](http://simki.unpkediri.ac.id).

- Nikmatullah, Ilham. (2017). *Analisis Pengaruh Laba Akuntansi, Return On Assets (ROA) dan Return On Equity (ROE) Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2015)*. Jurnal Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Puspitadewi, Cokorda. I. I. Rahyuda, Henny. (2016). *Pengaruh DER, ROA, PER, dan EVA Terhadap Return Saham pada Perusahaan Food and Beverage di BEI*. E-Jurnal Manajemen Unud, 5 (3), 1429-1456.
- Rizal, & Selvia Ros. (2016). *Pengaruh Laba Akuntansi dan Arus kas Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham (Study Epiris Pada Perbankan yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2014)*. Jurnal Spread STIE Widya Gama Lumajang. Volume 6 Nomor 2. (<http://journal.Stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/index>).
- Saputra, K dan Astika, I. (2013). *Pengaruh Informasi Laba Akuntansi dan Informasi Corporate Social And Responsibility Pada Return Saham (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Di BEI)*. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## PENGARUH ATRIBUT BALI STUTI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KOTA DENPASAR BALI

Gusti Ayu Oviani<sup>1\*</sup>, Putu Ayu Ratih Listiani<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Akademi Kesehatan Bintang Persada, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**DOI:**

10.32815/jibeka.v15i1.331

**ISSN:**

0126-1258

**ISSN-E:**

2620-875X

**KORRESPONDENSI:**

ayuoviani@gmail.com

### ABSTRACT

*The potential market increase leads to an increase in the cosmetics industry. The back to nature trend, the availability of raw materials and the support of the tourism industry, especially in Bali, opens up opportunities for the development of natural-based cosmetics, one of which is Bali Stuti from PT. Karya Pak Oles Tokcer. The purpose of this study is to analyze the product's attribute (quality; brand; design and packaging) that affect customer satisfaction of Bali Stuti. This research is an analytical study using a questionnaire instrument with a 4-point Likert scale with favorable and unfavorable statements and filled in by respondents that meet the inclusion criteria. Sampling techniques with incidental sampling. The questionnaire was tested for validity and reliability and then analyzed using multiple linear regression. The results of the study found that the product's attributes affect customer satisfaction. Design and packaging factors partially have a positive and significant impact on customer satisfaction, so there is a need for development and innovation in design and packaging to increase customer satisfaction.*

**Keywords:** *Cosmetic, product's attribute, customer satisfaction*

### ABSTRAK

Peningkatan pasar potensial menyebabkan peningkatan industri kosmetik. Tren *back to nature*, ketersediaan bahan baku dan dukungan industri pariwisata khususnya di Bali membuka peluang pengembangan kosmetik berbahan alam, salah satunya Bali Stuti dari PT. Karya Pak Oles Tokcer. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor atribut (kualitas, merek serta desain dan kemasan produk) yang mempengaruhi kepuasan konsumen Bali Stuti. Penelitian ini adalah penelitian analitik dengan alat ukur kuesioner menggunakan skala likert 4 titik dengan pernyataan *favourable* dan *unfavourable* dan diisi oleh sampel yang memenuhi kriteria inklusi. Sampling dilakukan dengan *incidental sampling*. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitas kemudian dilakukan analisis data dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa atribut produk secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen. Secara parsial, hanya faktor desain dan kemasan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga perlu adanya pengembangan dan inovasi pada desain dan kemasan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kosmetik, atribut produk, kepuasan konsumen



## Pendahuluan

Penggunaan kosmetika di masyarakat kian hari kian meningkat seiring dengan peningkatan jumlah populasi penduduk perempuan, peningkatan standar gaya hidup, peningkatan tingkat pendidikan dan tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan (C. W. Chen, Chen, & Lin, 2011; Sigma Research Indonesia, 2018). Peningkatan segmen pasar potensial menyebabkan pertumbuhan industri farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional sebesar 8,12% pada triwulan I tahun 2019 dan diproyeksi pertumbuhannya dapat menembus hingga 9 % pada tahun 2019. Komposisi industri kosmetik di Indonesia saat ini didominasi oleh industri kecil dan menengah, sebesar 95% dan sisanya adalah industri besar (Perindustrian, 2019). Pelaku industri kosmetik kecil dan menengah harus mengembangkan produknya untuk memuaskan kebutuhan konsumen sehingga meningkatkan pangsa pasar. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan konsumen dan dalam peningkatan keuntungan finansial (Y. S. Chen & Chang, 2013; Hill & Alexander, 2017).

Tren masyarakat untuk *back to nature* turut membuka peluang bagi industri kosmetik untuk mengembangkan produk kosmetik berbahan alam. Peluang didukung oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah karena keanekaragaman hayati Indonesia, serta dukungan industri pariwisata dalam pemanfaatan kosmetik berbahan alam khususnya di Pulau Bali (Bali, n.d.). PT. Karya Pak Oles Tokcer didirikan sejak tahun 1997 dan merupakan salah satu industri obat tradisional (IOT) yang ada di Pulau Bali. PT. Karya Pak Oles Tokcer meluncurkan produk kecantikan pada Agustus 2018, yaitu Bali Stuti dengan varian *Body Lotion*, *Body Scrub* dan *Body Mist*. Produk *Body Lotion* Bali Stuti mengandung bahan natural seperti ekstrak aloe vera, *cocoa butter*, *rice bran oil* dan *sunflower oil* yang ditujukan untuk menjadikan kulit tubuh lebih halus, lembut dan lembab (Oles, 2019). *Body Lotion* Bali Stuti dipilih karena peningkatan kesadaran masyarakat untuk merawat kesehatan kulit, kemudahan penggunaannya dalam keseharian dan tingginya persaingan produk *Body Lotion* di pasaran.

Setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk memenuhi kepuasan konsumennya. Kepuasan adalah harapan konsumen akan sebuah produk atau jasa. Kepuasan timbul ketika kinerja produk/jasa yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan memicu pembelian berulang dan menurunkan biaya pemasaran (Hetal & Vipul, 2016). Kepuasan konsumen dapat diukur secara universal dengan tiga dimensi, yaitu *Attributes related to product*; *Attributes related to service*; dan *Attributes related to purchase*. *Attributes related to product* yaitu dimensi kepuasan konsumen yang berhubungan

dengan atribut produk (Saidani & Arifin, 2012). Pemilihan atribut produk dalam mengukur kepuasan konsumen karena proses evaluasi konsumen pada produk berwujud cenderung lebih banyak menggunakan atribut produk dibandingkan keseluruhan.(Robustin, 2015) Banyaknya varian produk serupa turut menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan produk agar memiliki karakteristik tertentu atau atribut sehingga dapat membedakannya dari produk lainnya sekaligus menjadi daya tarik serta unsur untuk mencapai kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu mengemukakan jika atribut produk mempengaruhi kepuasan konsumen (Ferrinadewi, 2005; Robustin, 2015, 2018). Ditinjau dari hal tersebut maka perlu diperhatikan atribut produk *body lotion* Bali Stuti apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2010). Atribut produk terdiri atas kualitas, fitur serta gaya dan desain produk (Kotler, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Robustin mengemukakan bahwa atribut produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Robustin, 2015). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh penampilan produk, nama merek dan desain produk (Lien & Bich, 2016). Produk tidak hanya terbatas pada isi, namun juga pada kemasan yang menyertainya. Desain kemasan dianggap sebagai seni pemasaran yang signifikan oleh perusahaan. Kemasan kosmetik yang didesain dengan bagus dan indah/menarik memiliki pengaruh kuat pada perilaku pembelian konsumen wanita. Desain kemasan yang menarik dan efektif dapat memengaruhi perilaku pembelian pelanggan untuk membeli barang berulang kali (Riaz, Wasif, Nisar, Farwa, & Rashid, 2015). Atribut produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen dijabarkan sebagai berikut:

#### Faktor kualitas produk

Faktor kualitas dinilai penting oleh konsumen dan mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor kualitas cenderung diutamakan oleh konsumen dibandingkan faktor merek ketika membeli dan menggunakan produk kosmetik yang *invisible*, seperti pelembab (Ferrinadewi, 2005). Kualitas produk (kinerja, kesesuaian indikasi dan manfaat yang dirasakan) mempengaruhi keputusan pembelian produk *Hand&Body Lotion*(Erdalina & Evanita, 2015). Keamanan produk, kandungan produk, sertifikasi, manfaat, kebersihan, aroma produk, daya simpan, takaran dan warna produk merupakan atribut produk yang dianggap memberikan kepuasan pada pengguna *Body Scrub* Bali Stuti (Triastuti, Wiranatha, & Wrasati, 2018).



H1: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor kualitas produk dan kepuasan konsumen.

#### Faktor merek

Nama merek memiliki peranan penting dalam kepuasan konsumen (Lien & Bich, 2016). Sebanyak 80% konsumen memilih untuk menggunakan dan puas terhadap merek yang sudah terkenal dibandingkan merek baru. Merek yang sudah dikenali lebih banyak menarik minat konsumen dan telah memiliki keterikatan dengan konsumen (Lien & Bich, 2016).

H2: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor merek dan kepuasan konsumen

#### Faktor desain dan kemasan

Desain produk berperan penting dalam kepuasan konsumen dan kemasan memiliki peranan dalam keputusan pembelian (Lien & Bich, 2016). Konsumen kosmetik lebih memperhatikan desain produk agar lebih menarik dilihat, menyesuaikan dengan tema kegiatan, *trendy* dan perubahan gaya berpakaian (Lien & Bich, 2016). Informasi pada kemasan, bentuk kemasan, dan warna kemasan adalah atribut yang dianggap penting oleh konsumen produk *Body Scrub* PT. Bali Tangi (Triastuti et al., 2018).

*H3: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara faktor desain dan kemasan dengan kepuasan konsumen.*

Faktor atribut produk berdasarkan faktor kualitas, faktor merek, serta faktor desain dan kemasan dalam menggunakan kosmetik berbahan alam pada produk *body lotion* Bali Stuti PT. Karya Pak Oles Tokcer dianalisis untuk menentukan pengaruhnya pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan parameter penting untuk menangkap pasar potensial, dimana terjadi peningkatan pasar potensial kosmetik dan perubahan paradigma menggunakan bahan alam, yang akan memberi peluang bagi pelaku usaha untuk optimalisasi produknya guna mencapai kepuasan konsumen.

#### Metode

Penelitian ini adalah penelitian analitik dengan alat ukur kuesioner menggunakan skala likert 4 titik dengan pernyataan *favourable* dan *unfavourable*. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel terikat adalah kepuasan konsumen (Y) dan variabel bebas

adalah kualitas ( $X_1$ ), merk ( $X_2$ ) serta desain dan kemasan ( $X_3$ ). Karakteristik responden dianalisis berdasarkan kecamatan, usia, status pernikahan, status pekerjaan, penghasilan perbulan, tingkat pendidikan, pembelian produk body lotion dan varian yang digunakan. Data primer diperoleh dari skor kuesioner yang diisi oleh responden penelitian.

Penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan sejak Juli hingga Oktober tahun 2020. Teknik pengambilan sampel dengan *incidental sampling*. Sampel penelitian ini adalah 97 responden yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu wanita (minimal 18 tahun), domisili di Kota Denpasar dan pernah membeli dan menggunakan produk Bali Stuti dan bersedia ikut dalam penelitian ini. Responden diperoleh melalui jejaring distribusi *online* dan *offline body lotion* Bali Stuti. Studi pustaka dilakukan untuk menyusun instrument kuesioner yang terdiri dari kualitas ( $X_1$ ) dengan 6 item, merk ( $X_2$ ) dengan 3 item serta desain dan kemasan ( $X_3$ ) dengan 6 item. Kepuasan konsumen ( $Y$ ) dengan 3 item.

Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Uji validitas dilakukan untuk menguji tingkat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen dalam mengukur. Teknik yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment* oleh Karl Pearson. Instrumen dinyatakan valid jika koefisien korelasi *product moment* melebihi r-kritis dengan taraf kepercayaan 5% (Siregar, 2014). Uji reliabilitas ditujukan untuk menguji konsistensi pengukuran oleh instrumen, apakah hasilnya dapat dipercaya jika digunakan pengukurang berulang kali (Umar, 2005). Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* (Siregar, 2014).

Regresi linier berganda ditujukan untuk menguji pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Model regresi sebagai berikut:

$$\bar{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

- $\bar{Y}$  = kepuasan konsumen
- $\alpha$  = konstanta
- $\beta_1 - \beta_3$  = koefisien regresi variabel bebas
- $e_i$  = komponen pengganggu lain yang mewakili faktor lain
- $X_1$  = kualitas
- $X_2$  = merk
- $X_3$  = desain dan kemasan

Koefisien determinasi menggambarkan variasi kepuasan konsumen yang dapat

dijelaskan oleh variasi dari seluruh variabel bebas. Uji simultan (F) menentukan signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Uji parsial (t) untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel dependen (Janie, 2012).

Uji asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan Uji F mengasumsikan mengikuti distribusi normal yaitu tingkat signifikan diatas 0,05. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas. Multikolinearitas tidak terjadi jika Tolerance hitung lebih besar dari 0,10 dan VIF hitung lebih kecil dari 10. Uji heteroskedastisitas untuk medeteksi adanya sebaran varian yang berbeda. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Janie, 2012).

## Hasil dan Diskusi

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui jejaring distribusi produk body lotion Bali Stuti. Data yang dikumpulkan sejumlah 97 responden yang telah memenuhi kriteria inklusi dan bersedia ikut dalam penelitian ini. Pengujian uji validitas dan uji reliabilitas awal instrument dilakukan dengan 30 responden dan diperoleh hasil seluruh nilai r hitung item kuesioner lebih besar dari r tabel sehingga dianggap valid. Uji reliabilitas masing-masing variabel memiliki nilai  $\alpha$  lebih dari 0,6 sehingga dianggap reliabel. Instrumen yang telah teruji selanjutnya digunakan untuk mengumpulkan data. Karakteristik responden penelitian sebagai berikut:

Data Tabel 1 menunjukkan bahwa karakteristik responden penelitian didominasi oleh responden yang berdomisili di Denpasar Timur (29,9%), usia responden terbanyak pada kelompok usia 18-25 tahun (47,4%) dan didominasi oleh wanita yang belum menikah (54,6%). Pekerjaan responden paling banyak adalah swasta (79,4%) dengan penghasilan perbulannya terbanyak berkisar diantara Rp. 2.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00 (43,3%) dan dengan pendidikan terakhir terbanyak adalah sarjana, terdiri dari S1 maupun S2 sebanyak 42,3%. Responden penelitian pernah membeli minimal satu kali sebanyak 56 responden (57,7%) dan membeli lebih dari satu kali sebanyak 41 responden (42,3%). Varian body lotion yang paling banyak digunakan adalah body lotion papaya (50,5%) disusul body lotion aloe vera (32,0%) dan pernah menggunakan kedua varian tersebut (17,5%).

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Item	Frekuensi	Persentasi (%)
Kecamatan	Denpasar Timur	29	29,9
	Denpasar Barat	17	17,5
	Denpasar Selatan	26	26,8
	Denpasar Utama	25	25,8
Usia Responden	18 – 25 tahun	46	47,4
	26 – 35 tahun	32	33,0
	36 – 45 tahun	8	8,2
	46 – 55 tahun	10	10,3
	Lebih dari 55 tahun	1	1,0
Status Pernikahan	Menikah	44	45,4
	Belum Menikah	53	54,6
Pekerjaan Saat Ini	PNS	1	1,0
	Swasta	77	79,4
	Wiraswasta	5	5,2
	Ibu Rumah Tangga	5	5,2
Penghasilan	Mahasiswa	9	9,3
	Rp. 0 – Rp. 2.000.000,00	41	42,3
	Rp. 2.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00	42	43,3
	Rp. 4.000.000,00 – Rp. 6.000.000,00	9	9,3
	Rp. 6.000.000,00 – Rp. 8.000.000,00	3	3,1
Pendidikan Terakhir	Lebih dari Rp. 8.000.000,00	2	2,1
	SD – SMA	35	36,1
	Diploma	21	21,6
	Sarjana	41	42,3
	Pembelian Produk	Pembelian 1 kali	56
Varian Body Lotion	Pembelian lebih dari 1 kali	41	42,3
	Body Lotion Aloe Vera	31	32,0
	Body Lotion Papaya	49	50,5
	Keduanya	17	17,5

Tabel 2. Deskripsi data penelitian

Variabel	Indikator	Frekuensi Jawaban								Total
		1	%	2	%	3	%	4	%	
Kualitas (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0	0	6	6,2	54	55,7	37	38,1	97
	X <sub>1.2</sub>	2	2,1	2	2,1	37	38,1	56	57,7	97
	X <sub>1.3</sub>	3	3,1	14	14,4	29	29,9	51	52,6	97
	X <sub>1.4</sub>	3	3,1	7	7,2	31	32,0	56	57,7	97
	X <sub>1.5</sub>	3	3,1	5	5,2	33	34,0	56	57,7	97
	X <sub>1.6</sub>	5	5,2	5	5,2	36	37,1	51	52,6	97
Merk (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	17	17,5	18	18,6	42	43,3	20	20,6	97
	X <sub>2.2</sub>	8	8,2	17	17,5	41	42,3	31	32,0	97
	X <sub>2.3</sub>	16	16,5	15	15,5	50	51,5	16	16,5	97
Desain dan Kemasan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	5	5,2	23	23,7	36	37,1	33	34,0	97
	X <sub>3.2</sub>	5	5,2	15	15,5	44	45,4	33	34,0	97
	X <sub>3.3</sub>	9	9,3	16	16,5	39	40,2	33	34,0	97
	X <sub>3.4</sub>	3	3,1	14	14,4	37	38,1	43	44,3	97
	X <sub>3.5</sub>	9	9,3	12	12,4	35	36,1	41	42,3	97
	X <sub>3.6</sub>	2	2,1	7	7,2	35	36,1	53	54,6	97
Kepuasan Konsumen (Y)	Y <sub>1.1</sub>	2	2,1	5	5,2	44	45,4	46	47,4	97
	Y <sub>1.2</sub>	5	5,2	13	13,4	38	39,2	41	42,3	97
	Y <sub>1.3</sub>	3	3,1	13	13,4	54	55,7	27	27,8	97

Data penelitian yang dikumpulkan dari jawaban terhadap item kuesioner dan ditampilkan dalam sebaran frekuensi jawaban responden. Frekuensi jawaban responden penelitian

terhadap item kuesioner ditampilkan pada Tabel 2.

Uji validitas dari setiap item dari setiap variabel memiliki nilai  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel. Seluruh variabel memiliki nilai  $\alpha$  diatas 0,6 sesuai yang ditampilkan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Uji Validitas**

Variabel	Indikator	$r$ hitung	$r$ tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas ( $X_1$ )	$X_{1.1}$	0,631	0,1996	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,528	0,1996	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,658	0,1996	0,000	Valid
	$X_{1.4}$	0,699	0,1996	0,000	Valid
	$X_{1.5}$	0,571	0,1996	0,000	Valid
	$X_{1.6}$	0,550	0,1996	0,000	Valid
Merk ( $X_2$ )	$X_{2.1}$	0,745	0,1996	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,756	0,1996	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,766	0,1996	0,000	Valid
Desain dan Kemasan ( $X_3$ )	$X_{3.1}$	0,809	0,1996	0,000	Valid
	$X_{3.2}$	0,822	0,1996	0,000	Valid
	$X_{3.3}$	0,759	0,1996	0,000	Valid
	$X_{3.4}$	0,804	0,1996	0,000	Valid
	$X_{3.5}$	0,693	0,1996	0,000	Valid
	$X_{3.6}$	0,691	0,1996	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	$Y_{1.1}$	0,847	0,1996	0,000	Valid
	$Y_{1.2}$	0,819	0,1996	0,000	Valid
	$Y_{1.3}$	0,829	0,1996	0,000	Valid

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

Variabel	$\alpha$	Keterangan
Kualitas ( $X_1$ )	0,651	$\alpha > 0,6$
Merk ( $X_2$ )	0,623	
Desain dan Kemasan ( $X_3$ )	0,854	
Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	0,768	

**Tabel 5 Uji Asumsi Klasik**

Uji	Hasil	Rujukan	Keterangan
Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,200	Sig. > 0,05	Normal
Uji Multikolinieritas	Tolerance <sub>hitung</sub> : Kualitas ( $X_1$ ) = 0,557 Merk ( $X_2$ ) = 0,535 Desain dan kemasan ( $X_3$ ) = 0,400  VIF <sub>hitung</sub> : Kualitas ( $X_1$ ) = 1,796 Merk ( $X_2$ ) = 1,870 Desain dan kemasan ( $X_3$ ) = 2,498	Tolerance <sub>hitung</sub> > 0,1  VIF <sub>hitung</sub> < 10	Tidak terjadi korelasi antar variabel bebas
Uji Heteroskedastisitas	Sig. Kualitas ( $X_1$ ) = 0,277 Merk ( $X_2$ ) = 0,735 Desain dan kemasan ( $X_3$ ) = 0,142	Sig > 0,05	Homoskedastisitas

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Seluruh uji asumsi klasik terpenuhi yaitu data mengikuti distribusi normal, tidak terjadi korelasi antar variabel bebas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian uji asumsi klasik disajikan dalam Tabel 5.

Uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. (2-tailed) sebesar 0,200 dengan syarat agar data terdistribusi normal adalah nilai signifikan lebih dari 0,05 (Janie, 2012), maka data dari 97 responden ini disimpulkan terdistribusi normal. Uji multikolinearitas pada setiap variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) memiliki nilai Tolerance *hitung* lebih besar dari 0,1 dan VIF *hitung* kurang dari 10, maka disimpulkan tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Uji heteroskedastisitas dari setiap variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga disimpulkan data merupakan homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengaruh kualitas, merk serta desain dan kemasan selanjutnya dianalisa dengan pengujian variabel secara bersama-sama dan parsial untuk menguji hipotesa. Hasil analisa dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda**

M	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,180	1,085		2,008	,047
Kualitas ( $X_1$ )	,097	,070	,136	1,371	,174
Merk ( $X_2$ )	,057	,089	,065	,646	,520
Desain dan Kemasan ( $X_3$ )	,266	,056	,555	4,740	,000
R	= 0,700				
R square	= 0,489				
Adjust. R <sup>2</sup>	= 0,473				
F	= 29,707				
Sig.	= 0,000				

\*Tingkat kepercayaan: 95%; F tabel: 2,70; df1=3; df2= 93

Koefisien determinasi sebesar 0,473 atau 47,3 %, nilai ini menunjukkan persentase pengaruh kualitas, merk, dan desain dan kemasan terhadap keputusan konsumen body lotion Bali Stuti sebesar 47,3%. Variabel kualitas, merk serta desain dan kemasan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 47,3% sedangkan 52,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Nilai F *hitung* dari uji F diperoleh senilai 29,707 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai F *hitung* lebih besar dari F *tabel* (2,700) maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen body lotion Bali Stuti. Data tabel 6 menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen. Hanya variabel desain dan kemasan yang berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen dinilai dari nilai signifikannya (0,000) dibawah 0,05.

Atribut produk yang terdiri dari kualitas, merk serta desain dan kemasan secara bersama-sama memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Robustin yang mengemukakan bahwa atribut produk Citra *Hand and Body Lotion* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Robustin, 2015). Konsumen telah mendapatkan atribut produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya sehingga puas setelah menggunakan produk. Responden didominasi oleh usia 18-35 tahun dan pekerja swasta karena pada usia ini wanita banyak yang bekerja sehingga kebutuhan akan perawatan tubuh meningkat (Robustin, 2015).

Faktor kualitas body lotion Bali Stuti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Triastuti dkk. Keamanan produk, kandungan produk, sertifikasi, manfaat, kebersihan, aroma produk, daya simpan, takaran dan warna produk merupakan atribut produk yang dianggap memberikan kepuasan pada pengguna *Body Scrub* Bali Stuti (Triastuti et al., 2018).

Faktor merk body lotion Bali Stuti tidak mempengaruhi signifikan pada kepuasan konsumennya. Berbeda dengan hasil penelitian Lien dan Bich, sebanyak 80% konsumen memilih untuk menggunakan dan puas terhadap merek yang sudah terkenal dibandingkan merek baru. Merek yang sudah dikenali lebih banyak menarik minat konsumen dan telah memiliki keterikatan dengan konsumen (Lien & Bich, 2016). Dewasa ini, masyarakat dapat mengakses informasi lebih luas dan memilih untuk mencoba sesuatu yang baru, sehingga meskipun merek belum terkenal namun tidak membuat konsumen tidak puas akan hal tersebut.

Faktor desain dan kemasan dalam penelitian ini memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Desain kemasan dapat dijadikan sebagai seni pemasaran yang signifikan oleh perusahaan. Kemasan kosmetik yang didesain dengan bagus dan indah/menarik memiliki pengaruh kuat pada perilaku pembelian konsumen wanita. Desain kemasan yang menarik dan efektif dapat memengaruhi perilaku pembelian pelanggan untuk membeli barang berulang kali (Riaz et al., 2015). Body lotion Bali Stuti menggunakan bahan-bahan alami bersumber dari kekayaan alam asli Indonesia. Keaslian ini dapat dikomunikasikan melalui produknya, baik itu dari desain dan kemasannya, dan didukung oleh budaya Pulau Bali yang kental. Produk dengan kemasan yang memiliki keaslian ikonik, meningkatkan persepsi nilai sosial dan emosional secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini mungkin bukan

merupakan pendorong utama, namun dapat dijadikan sebagai peran penting dalam industri pariwisata (Lee, Sung, Phau, & Lim, 2019).

## Kesimpulan

Atribut produk (kualitas, merek, serta desain dan kemasan) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen body lotion Bali Stuti. Faktor desain dan kemasan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen body lotion Bali Stuti. Pengembangan dan inovasi dari desain dan kemasan produk Bali Stuti penting untuk dilakukan untuk meningkatkan kepuasannya. Pengembangan dan inovasi desain dan kemasan yang dapat dilakukan berupa menunjukkan keaslian dan ikonik dari bahan yang digunakan dan budaya daerah.

## Referensi

- Bali, P. P. (n.d.). Visi Misi Provinsi Bali. Retrieved July 27, 2019, from <http://disparda.baliprov.go.id/misi/>
- Chen, C. W., Chen, T. H., & Lin, Y. F. (2011). Statistical Analysis for Consumers' Intentions of Purchasing Cosmetics. *African Journal of Business Management*, 5(29), 11630–11635. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1278>
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Towards Green Trust. *Management Decision*, 51(1), 63–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/00251741311291319>
- Erdalina, W., & Evanita, S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Merek Citra. *Jurnal Riset Manajemen Bisnis Dan Publik*, 3(1), 1–18.
- Ferrinadewi, E. (2005). Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 7(2), 139–151. <https://doi.org/10.9744/jmk.7.2.pp.139-151>
- Hetal, T., & Vipul, P. (2016). A Study on Customer Satisfaction and Brand Loyalty for Cosmetic Products-The Working Women Perspective. *International Journal of Management*, Vol. 6, p. 46.
- Hill, N., & Alexander, J. (2017). *The Handbook of Customer Satisfaction and Loyalty Measurement* (3rd ed.). London: Imprint Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315239279>
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lee, S., Sung, B., Phau, I., & Lim, A. (2019). Communicating authenticity in packaging of Korean cosmetics. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48(February), 202–214. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.02.011>



- Lien, P. T., & Bich, D. N. (2016). *The Determinants of Customer Satisfaction When Purchasing In-store Cosmetics in Vietnam*. 32(5), 76–89.
- Oles, P. (2019). Body Lotion Bali Stuti. Retrieved July 30, 2019, from <https://pakoles.com/index.php/detail-produk/40/Body-Lotion-Bali-Stuti.html>
- Perindustrian, K. (2019). Industri Kosmetik dan Jamu diracik Jadi Sektor Andalan Ekspor. Retrieved July 27, 2019, from <https://kemenperin.go.id/artikel/20810/Industri-Kosmetik-dan-Jamu-Diracik-Jadi-Sektor-Andalan-Ekspor>
- Riaz, S., Wasif, S., Nisar, F., Farwa, U., & Rashid, A. (2015). Impact of Packaging Designs of Cosmetics on Female Consumer ' s Buying Behavior. *Academic Research International*, 6(September), 130–142.
- Robustin, T. P. (2015). Pengaruh Atribut Produk Citra Hand & Body Lotion terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Kota Jember. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(9), 174–189.
- Robustin, T. P. (2018). Kontribusi Atribut Produk Citra Hand and Body Lotion dalam Membangun Kepuasan Konsumen di Kota Jember. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 362–375.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Sigma Research Indonesia. (2018). Tren dan Perilaku Pasar Kosmetik Indonesia Tahun 2017. Retrieved July 28, 2019, from Sigma Research website: <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017>
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran* (2rd ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triastuti, N. K. T., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Wrsiati, L. P. (2018). STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK BODY SCRUB The Product Quality Improvement Strategies of. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Industri*, 6(4), 365–373.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## ANALISIS KETERBUKAAN PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS BAGI SUSTAINABILITY BPR BANK JOGJA SEBAGAI WUJUD ANTISIPASI KETIDAK PASTIAN AKIBAT PANDEMI COVID-19

Devi Sella Arianti  
Universitas Padjajaran, Indonesia

### INFO ARTIKEL

DOI:  
10.32815/jibeka.v15i1.327

ISSN:  
0126-1258

ISSN-E:  
2620-875X

KORESPONDENSI:  
devisella8@gmail.com

### ABSTRACT

*Bank BPR Jogja is considered a grassroots entity that has an obligation to contribute to providing stimulus during the Covid-19 pandemic, will be specifically for BPR Bank Jogja which is obliged to realize sustainability to convey financial reports, such as cash receipts and disbursements. The research measuring 6 aspects of the application of internal control in the cash receipt and disbursement cycle according to the COSO framework, namely accountability, control environment, assessment risk, control activities, information and communication, and monitoring. This study aims to determine the analysis of the openness of cash receipts and payments and then identify the weaknesses and strengths that have been implemented through the measurement of significance together. This study uses a quantitative research method using a fact approach and analysis of its effects directly or indirectly using Structural Equation Model. The results of the study concluded that the analysis of the openness of cash receipts and disbursements at Bank BPR Jogja has gone well, in line with the strengths and weaknesses identified.*

**Keywords:** Cash, Bank Jogja BPR Financial Statements, Internal Control, Cash Receipt System, Cash Disbursement System.

### ABSTRAK

BPR Bank Jogja sebagai entitas grass root yang memiliki kewajiban untuk memberi stimulus pada masa pandemi Covid-19 memiliki keharusan untuk mewujudkan sustainability sebagai bagian dari pelaku ekonomi untuk menyampaikan informasi berkaitan dengan laporan keuangan, seperti keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas. Penelitian mengukur 6 aspek penerapan pengendalian internal pada siklus penerimaan dan pengeluaran kas menurut framework COSO, yaitu akuntabilitas, lingkungan pengendalian, penilaian resiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi dan pemantauan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui analisis keterbukaan dari penerimaan dan pengeluaran kas serta kemudian mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan yang telah terimplementasi melalui ukuran signifikansi secara bersama-sama. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan fakta dan analisis pengaruhnya secara langsung atau tidaknya menggunakan Structural Equation Model. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa analisis keterbukaan dari penerimaan dan pengeluaran kas BPR Bank Jogja telah berjalan dengan baik, senada dengan teridentifikasi beberapa kelebihan dan kelemahan.

**Kata Kunci:** Kas, Laporan Keuangan BPR Bank Jogja, Pengendalian Internal, Sistem Penerimaan Kas, Sistem Pengeluaran Kas



## **Pendahuluan**

Pandemi Covid 19 memunculkan rangkaian dampak terhadap sektor ekonomi secara global yang membuat ketidakpastian pertumbuhan ekonomi, tidak terkecuali lingkungan di sekitar penulis. Oleh karenanya, dibutuhkan suatu upaya yang muncul sebagai strategi yang dapat meminimalisir keterpurukan kondisi ekonomi khususnya dalam wilayah yang dapat dijangkau oleh penulis. Peran strategi ekonomi dalam kelompok masyarakat sendiri dibutuhkan dalam menstabilkan ekonomi anggotanya ataupun masyarakat di sekitar lingkungan semasa pandemi Covid-19 dan menghadapi penataan kembali (restrukturisasi) sektor keuangan di era new normal. Restrukturisasi tersebut senantiasa menuntut efisien dan transparan untuk menghindari kecurangan dari pengelolaan penerimaan dan pengeluaran kas. Mengingat semasa pandemi peran lembaga keuangan rentan mengalami penyalahgunaan dan sebagai upaya suatu organisasi mampu melaporkan siklus penerimaan dan pengeluaran kasnya.

Berbicara mengenai siklus penerimaan dan pengeluaran kas, maka secara organisasi akan mengarah pada pengendalian internal dalam pelaporan keuangan. Sebagai bagian dari pelaporan keuangan, maka sesuai dengan PSAK No.45 2008 laporan keuangan dapat memanfaatkan ilmu akuntansi yang mana dapat dimanfaatkan untuk membantu mengambil keputusan (Made Aristia Prayudi, 2015). Hal tersebut dapat diimplementasikan pada organisasi besar hingga organisasi yang berkaitan dengan keuangan syariah dan ekonomi di organisasi nirlaba berbasis ekonomi pesantren, seperti Baitul Maal Hidayatullah di Yogyakarta (Andarsari, 2016).

Penulis memilih objek di BPR Bank Jogja, sebab dalam masa pandemi BPR Bank Jogja memiliki program yang menyerupai peran BMT dan Baitul Maal di mana turut menyisipkan penguatan ekonomi berbasis keagamaan sebagai solusi restrukturisasi sektor ekonomi. Penulis akan melakukan analisis bagaimana peran lembaga BPR yang dengan misi yang mengandung entitas keagamaan dapat berusaha untuk menyampaikan informasi guna tetap menjaga kestabilan ekonomi anggotanya serta kredibilitas organisasi, nantinya kredibilitas inilah yang bisa memberikan suatu strategi penguatan dalam masa pandemi (Wibowo, 2018) dengan mengukur 6 aspek penerapan pengendalian internal pada siklus penerimaan dan pengeluaran kas menurut COSO di BPR Bank Jogja, yaitu 1) akuntabilitas, 2) lingkungan pengendalian, 3) penilaian resiko, 4) aktivitas pengendalian, 5) informasi dan komunikasi dan 6) pemantauan. Keenam komponen tersebut akan meningkatkan kredibilitas dari BPR Bank Jogja sendiri yang harus dimaksimalkan perannya.

BPR dianggap sebagai entitas *grass root*, di mana dapat langsung sampai menyentuh seluruh lapisan masyarakat, oleh karena itu harus dimaksimalkan perannya (Astarani, 2019). Dilakukannya pengelolaan keuangan BPR yang baik merupakan salah satu faktor yang digunakan untuk menjaga keberlangsungan hidup serta menjamin kesejahteraan nasabahnya. Beberapa kasus yang dapat diamati dari penelitian terdahulu dan kondisi di lapangan sebelum pandemi Covid-19 terdapat beberapa BPR yang memiliki BPR Bank Jogja dengan dana yang berlebih namun tumbuh tanpa kejelasan program dan pelaporan keuangannya, sementara di sisi lain terdapat BPR yang progresif, namun mendapati sasaran yang tidak tepat. Oleh karena itu, pengendalian internal untuk siklus penerimaan dan pengeluaran kas pada entitas keagamaan membutuhkan suatu sinergisitas agar tercapainya optimalisasi dari potensi keuangan BPR yang ada sebagai penguatan ekonomi di tengah ketidakpastian di masa pandemi. Selain itu tentang pengendalian Internal untuk siklus penerimaan dan pengeluaran kas pada entitas perusahaan bank daerah, terutama untuk BPR masih jarang dijadikan perhatian khusus dalam penulisan kajian ilmiah.

Pengendalian internal sebagai suatu rencana organisasi, seluruh metode yang tersinkronisasi dan pengskalaan yang diterapkan pada perusahaan untuk menjaga aktiva, mengandalkan dan mengakurasi data akuntansi, meningkatkan efisiensi operasional dan memacu kepatuhan terhadap peraturan manajerial yang telah ditempatkan (Ompusunggu, 2020). COSO menyatakan bahwa pengendalian internal adalah suatu prosedur karena pengendalian internal menerobos aktivitas operasional organisasi dan juga menjadi salah satu bagian integral dari manajemen dasar. Jaminan secara wajar diberikan oleh pengendalian internal, karena kemungkinan adanya kolusi, kesalahan manusia, serta ketidakinginan manajemen atas pengendalian dapat menjadikan proses atau prosedur ini menjadi kurang baik (COSO, 2013). Beranjak menggunakan teori atas framework dari COSO komponen keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas akan mengacu dari pengendalian internal yang digambarkan pada Gambar 1.

Dimana komponen pengendalian internal yang dapat dijelaskan meliputi:

- a) Akuntabilitas, sebagai wujud keterbukaan dan kredibilitas yang dijaga oleh sebuah organisasi dengan pemaparan dari pengelolaan dan transparansi penganggaran hingga pelaporan keuangan dalam suatu kurun waktu tertentu.
- b) Lingkungan pengendalian, di mana merupakan salah satu hal yang mempengaruhi cara organisasi menetapkan strategi dan tujuannya, membuat struktur aktivitas bisnis, serta mengidentifikasi, menilai serta merespon resiko.

**Gambar 1 . COSO Internal Control: Integrated Framework**

- c) Penilaian resiko, yang mana merupakan kegiatan untuk melakukan pengidentifikasian, analisis, dan pengelolaan resiko yang dapat mempengaruhi tujuan organisasi. Organisasi harus bisa mengetahui dan menghindari resiko yang mungkin terjadi, terutama pada saat penerimaan dan pengeluaran kas tentunya mempunyai banyak resiko (Sukadwilinda, 2013). Manajemen juga harus dapat mengidentifikasi dan menilai perubahan-perubahan secara signifikan yang dapat berdampak pada siste pengendalian internal.
- d) Aktivitas pengendalian merupakan kebijakan, prosedur, dan aturan yang dapat memberikan jaminan yang mencukupi dengan tujuan mengendalikan apa yang telah dicapai dan risiko kedepannya. Hal ini juga memberikan suatu kepercayaan bahwa kegiatan yang dibutuhkan dapat terlaksana sehingga dapat mengurangi risiko dalam mencapai tujuan perusahaan.
- e) Organisasi membutuhkan informasi dan komunikasi yang sangat dibutuhkan dalam organisasi untuk menunjang aktivitasnya, melaksanakan tanggung jawab pengendalian internal serta mendukung pencapaian tujuannya. Informasi sendiri harus dapat diidentifikasi, diproses dan dikomunikasikan ke pihak yang tepat sehingga setiap orang dalam organisasi dapat melaksanakan tanggung jawab mereka dengan baik (Tawaqal, 2016) . Sedangkan komunikasi merupakan proses pemahaman peran individu dan pertanggungjawaban yang berhubungan dengan pengendalian internal terhadap laporan keuangan.
- f) Pemantauan merupakan suatu proses yang menentukan kualitas kinerja pengendalian internal selama waktu kerja mereka (Steinbart, 2015) . Dalam pemantauan ini meliputi penentuan desain dan pengendalian operasi yang tepat waktu dan juga pengambilan tindakan perbaikan (Mulyadi, 2008).

Kas merupakan aset paling aktif dalam komponen aktiva pada semua jenis organisasi, termasuk yang terjadi di BPR Bank Jogja. Kas memiliki sifat yang *liquid* sehingga memberikan kemudahan dalam penggunaannya, namun juga dapat menjadi celah kecurangan (Halim, 2010). Selain itu, kas memiliki sifat yang mudah untuk dipindah tangankan sehingga jika tidak akan menjadi bias dibuktikan kepemilikinya dan kas berpotensi disalahgunakan (Rahmawati, 2016). Unsur-unsur dari pengendalian internal yang baik dalam pengelolaan kas adalah: 1) Organisasi, 2) Sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, 3) Praktik yang sehat dan 4) Karyawan yang berpotensi (Hapsari, 2016).

Pengeluaran kas adalah prosedur yang dirancang agar setiap pengeluaran dipastikan telah disetujui dan merupakan pengeluaran yang bermanfaat bagi tujuan BPR Bank Jogja. Sistem pengeluaran kas dapat membantu perusahaan agar dapat dengan mudah mengatur hal hal mengenai rincian pengeluaran kas yang sudah dikeluarkan (Baridwan, 1993).

Penelitian akan memiliki tujuan mengetahui analisis keterbukaan dari penerimaan dan pengeluaran kas BPR Bank Jogja dan mengidentifikasi kelemahan dan kelebihan sistem pengendalian internal pada siklus penerimaan dan pengeluaran kas yang terimplementasi pada kas BPR Bank Jogja.

## **Metode**

Desain penelitian yang dilakukan secara *cross-sectional* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di BPR Bank Jogja. Populasi pada penelitian ini adalah pihak internal (pegawai) dan eksternal (non pegawai/nasabah) dari BPR Bank Jogja sekitar 18 pegawai dan 427 nasabah (per September 2020). Data diambil secara partisipatif dan obyektif. Partisipan hanya dibatasi pada kesediaan menjadi mengisi form melalui aplikasi *Google Form* (dikarenakan masa pandemi Covid-19). Populasi dari bagian internal adalah sebanyak 129 orang, kemudian akan dibatasi kesediaan populasi sebagai partisipan selama kurun waktu 14 hari dalam mengisi *Gform*, kemudian didapati sampel secara *purposive sampling* sebagai partisipan sebanyak 115 orang responden atau sebanyak 89,1% dari jumlah populasi. Jumlah sampel tersebut diambil sesuai dengan kaidah jumlah sampel pada pedoman *PLS (Partial Least Squares)*.

Untuk memperoleh data yang diperlukan menggunakan kuesioner. Adapun cara mengukur keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas, akuntabilitas, lingkungan pengendalian, penilaian resiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi dan pemantauan adalah dengan menggunakan kuisisioner adalah dengan skala *semantic*

*differensial* yaitu skala untuk mengukur sikap dan lainnya, tetapi bentuknya bukan pilihan ganda atau *checlist* dan tersusun dalam satu garis kontinum dimana jawaban yang positif terletak dibagian kanan garis, dan jawaban negatif terletak disebelah kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh melalui pengukuran dengan skala *semantic defferensial* adalah data interval dan digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang.

Hipotesis menunjukkan adanya pengaruh secara langsung antar variabel, yaitu akuntabilitas, lingkungan pengendalian, penilaian resiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi dan pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja.

Responden dapat memberi jawaban pada rentang jawaban yang positif sampai yang negatif. Hal ini tergantung pada persepsi responden yang dinilai. Responden yang memberi penilaian dengan 5, berarti pengukuran keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja adalah positif dan sebaliknya.

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner direkap dengan menggunakan program *Excel* dengan extension CSV dan selanjutnya akan diolah menggunakan program *SmartPLS*. Analisa data menggunakan dua model, analisa deskriptif dan *Structural Equation Model* (SEM), di mana model analisa deskriptif digunakan untuk mengkuantitatifkan nilai faktor Akuntabilitas, lingkungan pengendalian, penilaian resiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi dan pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas, serta memaparkan deskripsi variabel penelitian berdasarkan jawaban setiap kuesioner dengan memberikan skor untuk masing-masing jawaban. Dalam analisis menggunakan nilai rata-rata dan persentase dari skor jawaban responden. Sementara itu model SEM untuk menunjukkan pola hubungan antar variabel atas data yang tidak berdistribusi normal, cukup banyak jalur yang dianalisis, variabel terikat lebih dari 1, ingin menganalisa langsung berdasarkan indikator, model memuat indikator formatif / reflektif yang kita teliti sehingga relevan dengan menggunakan software *SmartPLS*.

## **Hasil dan Diskusi**

PD BPR Bank Jogja Kota Yogyakarta merupakan Perusahaan Daerah milik pemerintah kota Yogyakarta dengan dasar hukum Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Bank Jogja Kota Yogyakarta sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2015 Tentang Perubahan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 4 Tahun 2008 Tentang

Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Bank Jogja Kota Yogyakarta. PD BPR Bank Jogja Kota Yogyakarta semula bernama PD BPR Bank Pasar Kotamadya Yogyakarta, berdiri pada tanggal 12 Mei 1961 dibawah naungan kantor Dinas Pasar Beringharjo Yogyakarta. Sempat mengalami beberapa kali perpindahan kantor dari Kompleks Pasar Beringharjo ke Jl. Brigjend Katamso Yogyakarta yang akhirnya mulai pada tahun 1988 kantor pusat PD BPR Bank Jogja berkedudukan di Jl. Patangpuluhan No. 1 Yogyakarta. Berbagai penghargaan telah diraih oleh PD BPR Bank Jogja antara lain Golden Award Info Bank, BUMD Award, Anugerah BPR dan masih banyak lagi prestasi yang diraih.

Di tengah ketatnya persaingan dan ketidak pastian akibat pandemi, PD. BPR. Bank Jogja Kota Yogyakarta atau yang biasa dikenal masyarakat sebagai Bank Jogja, mampu untuk terus tumbuh dan berkembang serta memberikan kontribusi yang cukup membanggakan bagi masyarakat kota Yogyakarta. Pilihan tagline "*Luwih Ngerti lan Migunani*", diwujudkan dengan memberikan ragam pilihan produk perbankan yang semakin mampu untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Saat ini PD BPR Bank Jogja memiliki 2 kantor cabang, 12 kantor kas, dan 3 mobil kas keliling.

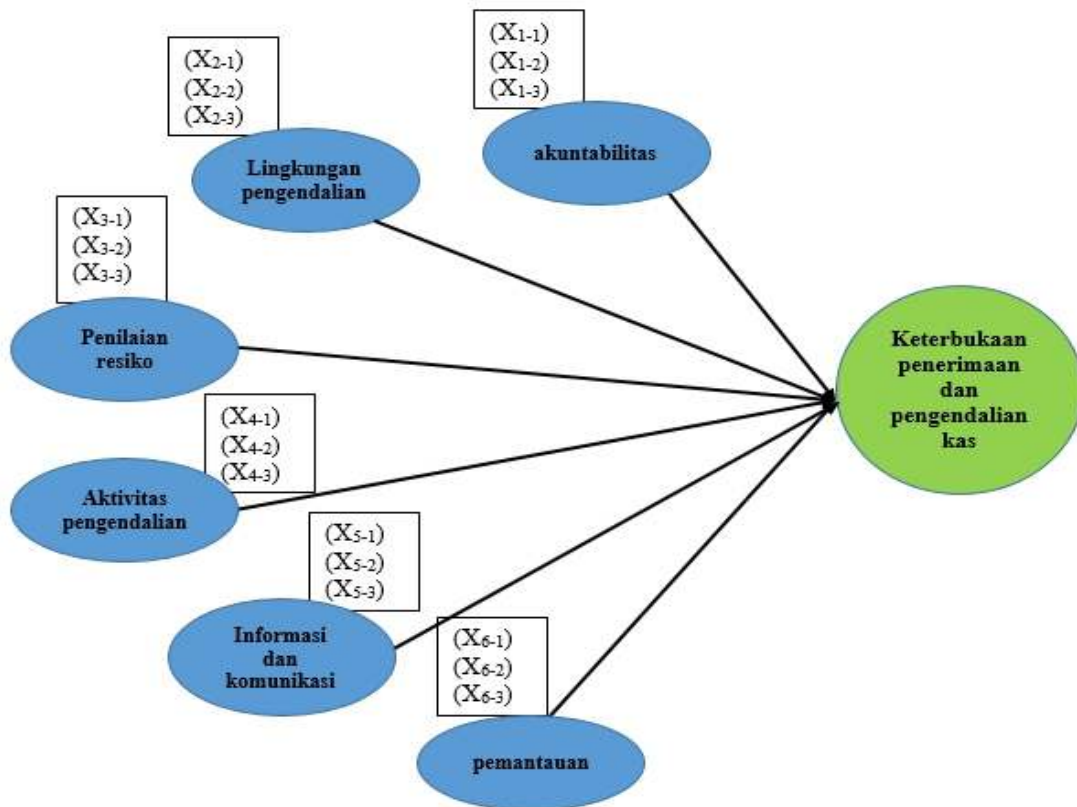
Penelitian akan menyertakan 115 partisipan yang bertugas di BPR Bank Jogja Penilaian diisi oleh responden untuk menilai pengaruh secara langsung maupun tidak langsung antara akuntabilitas, penilaian resiko, lingkungan pengendalian, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi dan pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja.

Hasil uji *Chi Square* pada variabel keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas (Y), akuntabilitas ( $X_1$ ), lingkungan pengendalian ( $X_2$ ), penilaian resiko ( $X_3$ ), aktivitas pengendalian ( $X_4$ ), informasi dan komunikasi ( $X_5$ ), pemantauan ( $X_6$ ) dengan taraf signifikansi 5% semuanya lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan semua variabel tersebut tidak ada hubungan dengan karakteristik responden.

Gambar 2 menunjukkan bahwa konstruk variabel, keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas tidak memiliki indikator, karena hanya mengukur variable yang mendukung penerimaan dan pengeluaran kas, sedangkan akuntabilitas, dan informasi dan komunikasi, ketersediaan penilaian resiko, aktivitas pengendalian dan lingkungan pengendalian juga diukur dengan 3 indikator.



Gambar 2. Model Struktural Penelitian



Hasil analisis pengolahan data ditemukan bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Nilai *probability* pada analisis ini menunjukkan nilai di atas batas signifikansi yaitu 0,05. Dari hasil pengolahan data di atas, juga terlihat bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk variabel laten menunjukkan hasil yang baik, yaitu dengan nilai *loading factor* yang tinggi di mana masing-masing indikator lebih besar dari 0,5. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator pembentuk variabel laten konstruk Akuntabilitas, penilaian resiko, Aktivitas pengendalian, Informasi dan komunikasi, Pemantauan dan keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas tersebut sudah menunjukkan hasil yang baik.

Setelah diuji validitas dan dinyatakan variabel dan indikator telah valid maka dilakukan uji reliabilitas. uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk hasil *composite reliability* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0.70. hasil evaluasi reliabilitas outer model dapat dilihat dalam tabel dengan mengevaluasi nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* pada Tabel 2.

**Tabel 1. Uji Realibitas Variabel dengan Mengevaluasi Nilai Pada Outer Model**

Validitas	Hasil Uji Pengaruh	Loading	Kriteria Uji >0,70
<i>Cronbach's Alpha</i>	Akuntabilitas	0,922	Reliabel
	Penilaian resiko	0,883	Reliabel
	Lingkungan pengendalian	0,948	Reliabel
	Aktivitas pengendalian	0,895	Reliabel
	Informasi dan komunikasi	0,888	Reliabel
	Pemantauan	0,860	Reliabel
	Keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas	0,939	Reliabel
<i>Composite Reliability</i>	Akuntabilitas	0,962	Reliabel
	Penilaian resiko	0,945	Reliabel
	Lingkungan pengendalian	0,957	Reliabel
	Aktivitas pengendalian	0,920	Reliabel
	Informasi dan komunikasi	0,929	Reliabel
	Pemantauan	0,935	Reliabel
	Keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas	0,956	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite reliability* di atas 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Selanjutnya dilakukan uji Inner Model, pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat R-Square yang merupakan Uji *Goodness-fit model*. Berikut ini adalah hasil pengukuran nilai R-Square, yang juga merupakan nilai *goodness-fit model* pada Tabel 3.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Nilai *r square* paling dominan terdapat saat komponen penilaian resiko, lingkungan pengendalian, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi dan pemantauan berpengaruh terhadap akuntabilitas sebesar 86.1% dan sisanya 13.9% dipengaruhi faktor lain.

Hasil evaluasi signifikan inner model diatur dalam output *SmartPLS* dengan mengevaluasi refleksi nilai *T Statistik* indikator terhadap variabelnya menyatakan bahwa nilai T statistik di refleksikan terhadap variabelnya sebagian besar > 1,96, sehingga menunjukkan blok indikator berpengaruh positif dan signifikan untuk merefleksikan variabelnya.

Dalam hasil penelitian ini ditemukan beberapa temuan yang signifikan untuk menggambarkan keterkaitan antar variabel, yaitu:

1. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara akuntabilitas, terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 27,34%, pengaruh tidak langsung 0.51% dan nilai T Statistik 5.426 dan signifikan pada alpha 5%.
2. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara akuntabilitas terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 9,58%, pengaruh tidak langsung 0.12% dan nilai T Statistik 1.835 dan signifikan pada alpha 5%.
3. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara akuntabilitas terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 16.81%, pengaruh tidak langsung 0.06% dan nilai T Statistik 8.903 dan signifikan pada alpha 5%
4. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara penilaian resiko terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 9.07%, pengaruh tidak langsung 0.01% dan nilai T Statistik 0.356 dan signifikan pada alpha 5%
5. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara penilaian resiko terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 11,37%, pengaruh tidak langsung 0.03% dan nilai T Statistik 8.014 dan signifikan pada alpha 5%
6. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara penilaian resiko terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 8,68%, pengaruh tidak langsung 0.002% dan nilai T Statistik 2.544 dan signifikan pada alpha 5%
7. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara lingkungan pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 7,21 dan nilai T Statistik 5.651 dan signifikan pada alpha 5%.
8. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara lingkungan pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 20,22 dan nilai T Statistik 1.933 dan signifikan pada alpha 5%.
9. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara lingkungan pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 32,5 dan nilai T Statistik 2.318 dan signifikan pada alpha 5%
10. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara aktivitas pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 40,4 dan nilai T Statistik 1.899 dan signifikan pada alpha 5%

11. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya aktivitas pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 15,06 dan nilai T Statistik 0.367 dan signifikan pada alpha 5%
12. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara aktivitas pengendalian, terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 28,8 dan nilai T Statistik 7.923 dan signifikan pada alpha 5%.
13. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara informasi dan komunikasi terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 15,9 dan nilai T Statistik 4.255 dan signifikan pada alpha 5%.
14. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara informasi dan komunikasi terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 18,2 dan nilai T Statistik 5.212 dan signifikan pada alpha 5%
15. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara informasi dan komunikasi terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 18,4 dan nilai T Statistik 3.982 dan signifikan pada alpha 5%
16. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara pemantauan, terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 26,4 dan nilai T Statistik 5,691 dan signifikan pada alpha 5%.
17. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 30,1 dan nilai T Statistik 7,221 dan signifikan pada alpha 5%.
18. Terdapat pengaruh langsung dan besarnya antara pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja sebesar 15,5 dan nilai T Statistik 8,142 dan signifikan pada alpha 5%

Tabel 2 Evaluasi nilai R Square Model Pengaruh Variabel

VARIABEL	R SQUARE
Akuntabilitas	0.828
Penilaian resiko	0.731
Lingkungan pengendalian	0,557
Aktivitas pengendalian	0.606
Informasi dan komunikasi	0.321
Pemantauan	0.709

Setelah melakukan analisa data kemudian dilakukan uji hipotesis atas variabel tersebut, di mana metode pengujian ini dilakukan dengan *bootstrapping* dimana semua variabel yang diuji memiliki nilai t-statistik lebih besar dari 1,96% dan salah satu variabel akuntabilitas terhadap penilaian resiko muncul sebagai nilai yang terbesar, yaitu sebesar

8,903, sehingga  $H_0$  ditolak karena nilai *T-Statistic* tersebut berada jauh diatas nilai kritis (1,96) sehingga signifikan pada  $\alpha$  5%. Presentase pengaruh antar variabel disajikan melalui Tabel 3.

**Tabel 3 Persentase Pengaruh Antar Variabel**

Sumber	LV	Direct	Indirect	Total	Direct (%)	Indirect (%)	Total
Akuntabilitas	0,639	0,244	0,432	0,677	0,324	0,27%	0,3267
Penilaian resiko	0,505	0,101	0,264	0,527	0,106	0,62%	0,112
Lingkungan pengendalian	0,563	0,131	0,202	0,480	0,153	0,29%	0,155
Aktivitas pengendalian	0,561	0,115	0,122	0,342	0,134	0,26%	0,136
Informasi dan komunikasi	0,557	0,092	0,137	0,331	0,106	0,14%	0,107
Pemantauan	0,581	0,133	0,084	0,313	0,16	0,12%	0,161
	<b>Total</b>				<b>0,983</b>	<b>1,70%</b>	<b>1</b>

Berdasarkan Tabel 3 ditemukan bahwa attribut akuntabilitas berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas. hasil uji koefisien menghasilkan 3 parameter utama yang memiliki p[engaruh langsgng, yaitu 1) akuntabilitas terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas menunjukkan terdapat pengaruh langsung sebesar 32,4%, 2) pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas menunjukan terdapat pengaruh langsung sebesar 16%, dan 3) lingkungan pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas menunjukan terdapat pengaruh langsung sebesar 15,3%.

Cara perhitungan pengaruh langsung akuntabilitas terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas adalah dengan cara mengalikan koefisien jalur (*path*) dari Akuntabilitas terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas dengan laten variabelnya, hal yang juga berlaku untuk perhitungan koefisien jalur variabel lainnya.

Dari masing-masing pengaruh langsung variabel laten eksogen tersebut apabila secara bersama-sama menunjukkan kesesuaian dengan *R square* atau dengan kata lain hal ini menyatakan bahwa variabel Akuntabilitas, penilaian resiko, Aktivitas pengendalian, Lingkungan pengendalian, Kemampuan dan Pemantauan sebesar 98,3%.

Sedangkan untuk pengaruh tidak langsung antara Akuntabilitas terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas sebesar 0.27%, pengaruh tidak langsung antara penilaian resiko terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas sebesar 0,62%, pengaruh tidak langsung antara lingkungan pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas sebesar 0.29%, pengaruh tidak langsung antara

aktivitas pengendalian terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas sebesar 0,26%. pengaruh tidak langsung antara informasi dan komunikasi sebesar 0,14%. Sedangkan pengaruh tidak langsung antara pemantauan terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas sebesar 0,12%.

## Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis dengan *Structural Equation Model* (SEM) dengan metode smartPLS didapat temuan bahwa variabel keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja dipengaruhi oleh pengaruh akuntabilitas (32,4%), penilaian resiko (10,6%), Aktivitas pengendalian (15,3%), lingkungan pengendalian (13,4%), informasi dan komunikasi (13,4%) dan Pemantauan (10,6%) terhadap keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja.

Berdasarkan temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwa akuntabilitas merupakan faktor yang dominan mempengaruhi keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja. Akuntabilitas sebagai salah satu indikator yang berpengaruh paling signifikan dalam meningkatkan keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas. Semakin baik peran akuntabilitas, maka semakin meningkatnya keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas di BPR Bank Jogja.

Hasil penelitian menyimpulkan suatu saran sebagai wujud intervensi atas analisis faktor yang mempengaruhi keterbukaan penerimaan dan pengeluaran kas yang akan dapat memperbaiki kinerja dari BPR Bank Jogja itu sendiri sehingga akan terasa kemajuan dan manfaatnya bagi masyarakat di tengah ketidak pastian pertumbuhan ekonomi akibat pandemi.

## Referensi

- Andarsari, P. R. (2016). Laporan Keuangan Organisasi Nirlaba (Lembaga Masjid). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri Vol 1 No 2*, 143-152.
- Astarani, J. (2019). Desain Sistem Pengendalian Internal Pengelolaan Keuangan Masjid Serta Desain Pola Kerjasama Ekonomi Antar Masjid Di Kota Pontianak. *Konferensi Akuntansi Khatulisitiwa* (pp. 43-60). Pontianak: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungura.
- Baridwan. (1993). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: BPPK.
- COSO. (2013). *What is COSO: Background and Events Leading to Internal Control-Integrated Framework*. London: Treadway Commission.

- Halim, A. (2010). *Sistem Akuntansi Sektor Publik (First ed.)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hapsari, S. W. (2016). Evaluasi Sistem Akuntansi Penjualan Dan Penerimaan Kas Dalam Meningkatkan Pengendalian Intern Yang Efektif. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 30 No. 1.
- Jusup, A. (2014). *Auditing (Pengauditan Berbasis ISA)*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Made Aristia Prayudi, M. N. (2015). Penerapan Standar Akuntansi Nasional Pada Organisasi Nirlaba Bidang Sosial Kemanusiaan di Bali. *Jurnal Akuntansi & Investasi Vol 16 No 2*, 110-120.
- Mardi. (2011). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bogor: Ghalia.
- Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ompusunggu, S. G. (2020). Analisis Pelaksanaan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik Vol 11 No 1*.
- Rahmawati, M. S. (2016). *Evaluasi Sistem Informasi Akuntansi Penerimaan Kas Untuk Meningkatkan Pengendalian Intern Perusahaan*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sabeni, G. (2010). *Pokok-Pokok Akuntansi Pemerintahan (Edisi Keempat ed.)*. Yogyakarta: BPF E.
- Singleton. (2010). *Fraud Auditing and Forensic Accounting Fourth Edition*. Wiley Corporate Financial and Accounting.
- Soemarso. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Steinbart. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi: Accounting Information Systems 13th Edition*. Prentice Hall.
- Sukadwilinda, R. A. (2013). Pengendalian Internal Terhadap Kecurangan. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset) Vol 5 no 1*, 11-21.
- Tawaqal. (2016). Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Atas Prosedur Pemberian Kredit, Pengeluaran Dan Penerimaan Kas. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 39 No. 2*.
- Wibowo, E. A. (2018). Persepsi Anggota Gereja Atas Pengendalian Internal. *Gema Teologika Jurnal Teologi Kontekstual dan Filsafat Keilahian Vol 3 No 1*.

# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## ANTESENDEN DARI KEPUASAN PENGGUNA TELEPON SELULER MEREK VIVO DI MADIUN

Dian Citaningtyas Ari Kadi<sup>1\*</sup>, Budi Setyanta<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Janabadra Yogyakarta, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**DOI:**

10.32815/jibeka.v15i1.364

**ISSN:**

0126-1258

**ISSN-E:**

2620-875X

**KORESPONDENSI:**

Citakirana11@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to determine the impact of product quality, price perception, and country of origin on user satisfaction of the Vivo cellular phone in Madiun. The number of samples in this study was 100 taken through convenience technique using an online questionnaire. The research hypothesis was tested using multiple linear regression. The results showed that the research model met the requirements of the goodness of fit. Product quality, price perception, and country of origin affect user satisfaction for the Vivo brand mobile phone in Madiun. Future research can add other variables to improve the ability of the research model to explain customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Country of Origin*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *country of origin* terhadap kepuasan pengguna telepon seluler merek Vivo di Madiun. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 yang diambil melalui teknik *convenience* menggunakan kuesioner daring. Uji hipotesis penelitian menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penelitian memenuhi syarat *goodness of fit*. Kualitas produk, persepsi harga dan *country of origin* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna telepon seluler merek Vivo di Madiun. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain untuk meningkatkan kemampuan model penelitian menjelaskan kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Country Of Origin*





## Pendahuluan

Vivo merupakan salah satu merek telepon seluler yang memiliki kinerja fenomenal di Indonesia. Vivo masuk pasar Indonesia tahun 2014 dan meraih posisi pertama sebagai telepon seluler paling laris dengan meraih pangsa pasar 25% (Ardaningtyas & Natisha, 2020). Vivo merupakan salah satu vendor telepon seluler asal Tiongkok yang selalu menghadirkan produk dengan beragam fitur unggulan untuk memaksimalkan performa fotografi dan game, dengan harga yang terjangkau untuk pasar Indonesia (Latifah & eva, 2019). Untuk meraih posisi pertama sebagai merek telepon seluler di Indonesia, Vivo berusaha meningkatkan kualitas produknya melalui pengembangan produk dan pengawasan kualitas, dan standarisasi produk global (Jamaludin & Fauzan, 2018). Upaya meningkatkan kualitas produk sangat penting karena berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, *word-of-mouth communication*, pembelian ulang, *cross buying*, *up buying*, loyalitas pelanggan, pangsa pasar, dan profitabilitas (Tjiptono, 2014).

Kualitas produk merupakan persepsi pelanggan apakah kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan. Produk berkualitas mampu memenuhi harapan pelanggan atau kualitas yang diterima lebih tinggi dari harapan yang ditetapkan pelanggan (Aaker, 2009; Zeithaml, 1988). Pengertian tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Produsen harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual, agar dapat memuaskan pelanggan yang berdampak pada pembelian ulang. Produsen yang memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti bagaimana menyusun strategi yang mampu memengaruhi target marketnya untuk melakukan pembelian dan selanjutnya melakukan pembelian ulang.

Kualitas produk merupakan salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau layanan yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan (Philip Kotler & Keller, 2016). Kualitas produk sangat berpengaruh pada kepuasan, karena pelanggan melakukan evaluasi produk paska pembelian yang memiliki konsekuensi pada kepuasan atau ketidakpuasan. Pendapat tersebut didukung (Setyanta, 2018) yang mengidentifikasi bahwa kualitas produk berpengaruh linier terhadap kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik persepsi pelanggan terhadap suatu produk mengakibatkan kepuasan pelanggan meningkat. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan meningkat jika merasakan kualitas produk yang diterimanya semakin baik.

Strategi Vivo untuk meraih pangsa pasar telepon seluler di Indonesia berdasarkan survey untuk mengetahui insight kebutuhan konsumen terhadap telepon seluler. Vivo mengindikasikan bahwa konsumen di Indonesia sensitif harga, maka temuan tersebut digunakan untuk mengembangkan inovasi produk yang berkualitas dengan harga terjangkau (Budiansyah & Ariff, 2019). Vivo mengetahui bahwa mayoritas konsumen telepon seluler Indonesia adalah kelompok menengah ke bawah, hal itu menjadi masukan bagi Vivo untuk mengembangkan inovasi produk yang ditujukan pada segmen tersebut dengan kualitas produk yang baik serta strategi harga yang diterima sesuai segmennya sehingga *product value* Vivo yang dirasakan konsumen meningkat (Harijati & Eza, 2020). Pelanggan dalam menilai sebuah produk seringkali membandingkan antara manfaat yang dirasakan dengan harga yang harus dibayarkan. Hal tersebut mencerminkan upaya konsumen untuk membandingkan kesesuaian antara kualitas produk yang dirasakan dengan pengeluaran pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Suatu produk dirasakan murah jika konsumen merasakan manfaat yang diterima sama atau lebih dari harga yang dibayarkan (Setyanta, 2018). Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan menilai harga dari suatu produk bukan berdasarkan nilai nominalnya, tetapi mahal dan murah (Allard, 2017; Zeithaml, 1982). Suatu produk yang memberikan manfaat lebih besar dari harga yang dibayarkan pelanggan menunjukkan bahwa harga yang dirasakan pelanggan adalah murah. Jika pelanggan merasakan bahwa harga yang dibayarkan terlalu besar untuk manfaat yang dirasakan tidak sesuai harapan, maka pelanggan merasa bahwa harga produk tersebut mahal.

Dalam menetapkan strategi harga suatu produk, produsen mempertimbangkan daya beli target marketnya agar harga produk dapat diterima target market sesuai dengan ekspektasi terhadap kualitas dan manfaat produknya. Strategi harga yang memiliki daya saing di pasar jika memenuhi syarat harga terjangkau, harga sesuai dengan kualitas dan manfaat, dan merujuk pada daya beli target marketnya (Philip Kotler & Armstrong, 2014). Penelitian (Setyanta, 2018) mengindikasikan bahwa semakin menguntungkan harga yang dirasakan pelanggan mengakibatkan kepuasan pelanggan meningkat.

Saat ini produk telepon seluler dari China menjadi penguasa pasar di Indonesia. Upaya yang dilakukan produk China untuk menguasai pasar telepon seluler dunia tidak terlepas dari upaya China menjauhkan *image* sebagai negara penghasil produk yang berkualitas rendah. China diketahui menganggarkan dana sangat besar untuk tumbuh menjadi negara penghasil produk teknologi tinggi (Laoli & Noverius, 2019). Upaya tersebut berdampak pada menurunnya citra negatif China sebagai negara yang menghasilkan produk berkualitas rendah.

*Country of Origin* mengindikasikan persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang dipengaruhi oleh lokasi produksinya (Bernard, Zarrouk-Karoui, & Sarra, 2014) yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen karena memengaruhi persepsi pemosisian dan persepsi resiko suatu merek. Negara yang diasosiasikan secara negatif terhadap produknya maka berdampak buruk pada keputusan pembelian pelanggan (Adina, Gabriela, & Roxana-Denisa, 2015). Penilaian negara asal suatu produk yang mengacu pada stereotip (Ahmed, 2004; Berbel-Pineda, Palacios-Florencio, Santos-Roldán, & Hurtado, 2018) (dan digunakan konsumen untuk menilai kualitas suatu produk (Berbel-Pineda et al., 2018; Sanyal & Saroj, 2011). Penelitian (Kaynak, Kucukemiroglu, & Hyder, 2000) mengonfirmasi bahwa konsumen memiliki persepsi bahwa produk dari barat berkualitas lebih baik dibandingkan produk lokal. Dalam konteks perilaku konsumen terhadap produk telepon seluler di Indonesia, diketahui bahwa *country of origin* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Nainggolan & Hidayat, 2020). Dalam perspektif pemasaran, karakteristik citra suatu negara meliputi citra negara, citra negara asal produk dan citra negara asal produk tertentu (Hsieh, M.-H, Pan, S.-L, & Setiono, 2004).

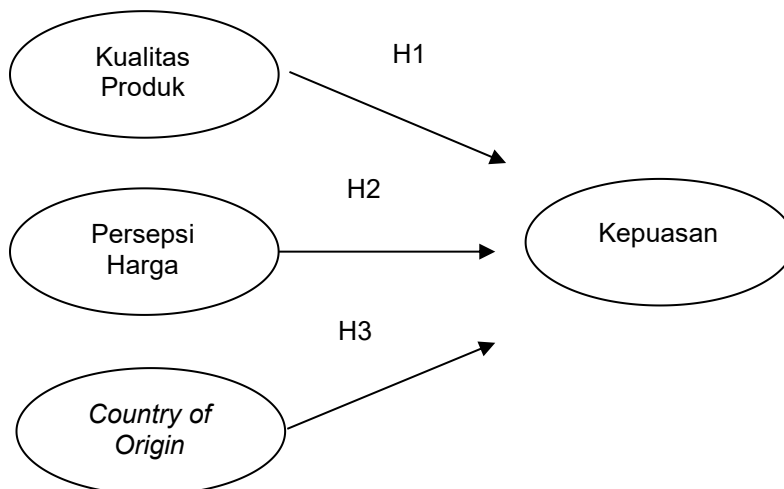
## Metode

Penelitian ini dikategorikan kuantitatif eksplanatori karena bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian secara statistik. Metode hubungan antar variabel penelitian ini bersifat causal sehingga penelitian ini dikategorikan penelitian kasual karena bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan variabel kualitas produk, persepsi harga dan *country of origin* terhadap kepuasan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna telepon seluler merek Vivo di Madiun. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 yang diambil melalui kuesioner daring berskala likert 1 - 5.

Untuk memastikan bahwa model penelitian ini memenuhi syarat goodness of fit maka dilakukan uji F statistik sedangkan uji hipotesis penelitian menggunakan uji t statistik melalui uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS.

Gambar 1. Model Penelitian



H1 : Kepuasan pengguna telepon seluler Vivo meningkat jika kualitas produk semakin baik.

H2 : Kepuasan pengguna telepon seluler merek Vivo meningkat jika merasakan harganya semakin menguntungkan

H3 : Pengguna telepon seluler merek Vivo kepuasannya meningkat jika citra positif negara asal produk semakin baik.

### Hasil dan Diskusi

Model penelitian yang baik memenuhi syarat goodness of fit, yaitu apakah model statistik yang dikembangkan dalam penelitian sesuai dengan data penelitian dan mampu menjelaskan data sesuai teori yang digunakan. Pada beberapa literatur disebutkan bahwa uji statistik F adalah uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, pengertian tersebut merujuk pada pendapat bahwa apakah data penelitian variabel independen sesuai dengan model yang dikembangkan dan mampu menjelaskan teori yang digunakan pada penelitian. Penelitian memenuhi syarat goodness of fit jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel pada taraf signifikansi 5%.

Tabel 1 Hasil Uji Statistik

F statistik	53,620		
Adj. R <sup>2</sup>	0,739		
Variabel	$\beta$	t	sig
KualitasProduk	0,305	3,063	0,000
PersepsiHarga	0,296	2,149	0,010
Country of Origin	0,102	2,006	0,024

Pada penelitian dengan 100 sampel dengan tiga variabel independen pada taraf signifikansi 5% diketahui nilai  $F_{(3;96)}$  adalah 2,7. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai  $F$  hitung adalah 53,620 lebih besar dari 2,7 sehingga model penelitian memenuhi syarat goodness of fit. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa data variabel kualitas produk, persepsi harga dan country of origin secara simultan mampu menjelaskan kepuasan dengan kontribusi 73,9% sedangkan 26,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Nilai  $t$  tabel penelitian dengan jumlah sampel 100, taraf signifikansi 5% dan uji dua sisi diketahui  $t_{(0,05;96)}$  adalah 1,985. Hasil uji statistik diketahui bahwa nilai  $t$  hitung variabel kualitas produk adalah 3,05 lebih besar dari 1,985. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, hipotesis 1 didukung. Temuan penelitian ini mendukung (Setyanta, 2018) yang mengidentifikasi pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas produk telepon seluler merek Vivo dipersepsikan penggunaannya memiliki tampilan desain moderen dan menarik, resolusi kamera tinggi, kecepatan memproses aplikasi memuaskan dan memiliki fitur yang lengkap sehingga memenuhi harapan penggunaannya. Kualitas produk merupakan salah satu nilai utama yang evaluasi pelanggan pasca pembelian. Pelanggan yang puas pada produk yang dibelinya berdampak meningkatnya peluang pembelian ulang ataupun meningkatnya *words of mouth* positif dari produk yang dibelinya. Produsen harus melakukan survey untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta tren pasar secara akurat sehingga dapat dikembangkan produk yang mampu memenuhi harapan pelanggannya.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung variabel persepsi harga 2,149 lebih besar dari 1,985. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, hipotesis 2 didukung. Penelitian ini mengindikasikan bahwa harga telepon seluler merek Vivo dipersepsikan penggunaannya sebagai terjangkau, sesuai dengan manfaat dan kualitasnya, sesuai daya beli pengguna serta harganya bersaing dengan telepon seluler merek lainnya. Hasil penelitian ini mendukung (Setyanta, 2018) yang mengindikasikan bahwa produk yang dipersepsikan murah, manfaat yang diterima lebih besar dari harga yang dibayarkan, berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan. Dalam menilai harga suatu produk, konsumen tidak menggunakan angka nominal yang tertera pada suatu produk, tetapi dibandingkan dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan. Persepsi harga bersifat subyektif sehingga penilaian terhadap harga berpotensi berbeda antar konsumen. Harga disebut murah jika manfaat yang diterima lebih besar dari harga yang dibayarkan. Harga disebut mahal jika manfaat yang

dirasakan tidak memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa membayar terlalu banyak. Jika pelanggan merasakan manfaat sebanding dengan harga yang dibayarkannya, maka harga dipersepsikan wajar.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung variabel *country of origin* adalah 2,006 lebih besar dari 1,985 sehingga *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis 3 didukung. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa China sebagai negara asal telepon seluler merek Vivo dipersepsikan sebagai negara industri maju yang memiliki teknologi tinggi dan modern. China dipersepsikan sebagai negara penghasil produk berkualitas tinggi dan modern, dan dipersepsikan sebagai negara yang menghasilkan produk telepon seluler yang berkualitas tinggi dan moderen. Hasil penelitian ini mendukung (Nainggolan & Hidayat, 2020) yang menunjukkan bahwa *country of origin* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan keberhasilan China dalam membangun negaranya sebagai negara industri maju dan terkemuka. China berhasil merubah *image* negara penghasil produk berkualitas rendah menjadi suatu negara maju, berteknologi tinggi dan modern. Upaya China membangun reputasi sebagai negara maju, modern dan penghasil produk berkualitas tinggi karena menyadari bahwa negara yang memiliki asosiasi negatif terhadap produknya berdampak meningkatnya penolakan produk yang dihasilkannya.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna telepon seluler merek Vivo dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk, persepsi harga dan *country of origin*. Kualitas produk penting produsen karena pelanggan memilih produk yang berkualitas yang mampu memenuhi kebutuhannya. Evaluasi pelanggan terhadap kualitas produk berdampak pada kepuasan dan ketidakpuasan yang berpengaruh pada pembelian ulang. Produsen perlu mempertahankan strategi penetapan harga yang wajar, terjangkau dan bersaing dengan telepon seluler merek lain. Strategi penetapan harga mempertimbangkan daya beli pasar sasaran. Harga menjadi salah satu penilaian penting bagi pelanggan sehingga penetapan harga yang baik harus mampu memenuhi kebutuhan dan daya beli pasar sasarannya. *Country of origin* merupakan variabel yang dipertimbangkan pelanggan. Negara yang diasosiasikan sebagai negara maju, modern dan negara yang menghasilkan produk telepon seluler modern dan berteknologi tinggi dapat mengguakan negara asal sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, karena negara yang memiliki citra positif diyakini pelanggan sebagai negara yang menghasilkan telepon seluler berteknologi tinggi dan modern.

## Referensi

- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity* New York, NY: Simon and Schuster
- Adina, C., Gabriela, C., & Roxana-Denisa, S. (2015). Country-of-Origin Effects on Perceived Brand Positioning. *Procedia Economics and Finance*, 23, 422-427. doi: doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00383-4.
- Ahmed, S. A. d. d. A., A. (2004). "Perceptions of countries as producers of consumer goods: A T-shirt study in China". *Journal of Fashion Marketing and Management*, 8(2), 187-200. doi: https://doi.org/10.1108/13612020410537889
- Allard, T., & Griffin, D. . (2017). Comparative Price and the Design of Effective Product Communications. *Journal of Marketing*, 81(5), 16–29. doi: https://doi.org/10.1509/jm.16.0018
- Ardaningtyas, & Natisha. (2020). Vivo, merk ponsel nomor satu di Indonesia saat pandemi.
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L., & Hurtado, J. M. R. (2018). Relation of Country-of-Origin Effect, Culture, and Type of Product with the Consumer's Shopping Intention: An Analysis for Small- and Medium-Sized Enterprises. *Hindawi*, 1-12.
- Bernard, Y., Zarrouk-Karoui, & Sarra. (2014). Reinforcing The Willingness to Purchase and To Pay Due to Consumer Affinity Toward a Foreign Country. *International Management Review*, 10(2).
- Budiansyah, & Ariff. (2019). Ini Strategi Rahasia Ponsel China 'Keroyok' Samsung di RI.
- Harijati, & Eza. (2020). Vivo pemimpin penjualan smartphone, unggul Oppo, Samsung, Xiaomi.
- Hsieh, M.-H, Pan, S.-L, & Setiono, R. (2004). Product-, Corporate-, and Country-Image Dimensions and Purchase Behavior: A Multicountry Analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(3), 251–270. doi: https://doi.org/10.1177/0092070304264262
- Jamaludin, & Fauzan. (2018). Vivo sebut Jaga Kualitas Produk Mulai dari Hulu.
- Kaynak, E., Kucukemiroglu, O., & Hyder, A. S. (2000). Consumers' country-of-origin (COO) perceptions of imported products in a homogenous less-developed country. *European Journal of Marketing*, 34(9-10), 1221–1241. doi: https://doi.org/10.1108/03090560010342610
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Laoli, & Noverius. (2019). China menggelontorkan miliaran dolar untuk kembangkan industry teknologi tinggi.
- Latifah, & eva. (2019). HP Vivo Terbaik dan Terlaris di 2019.

- Nainggolan, F., & Hidayat, A. (2020). The Effect Of Country Of Origin, Brand Image, Price Fairness, And Service Quality On Loyalty Toward iPhone Mobile Users, Mediated By Consumer Satisfaction. *European Journal of Business and Management Research*, 5(1). doi: <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.1.233>
- Sanyal, S. N., & Saroj, K. D. (2011). The Effect of Country Origin on Brand Equity: An Empirical Study on Generic Drugs. *Journal of Product & Brand Management*, 20(2), 130-140.
- Setyanta, B. (2018). peran Involvement Sebagai Variabel Pemoderasi Model Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan kewirausahaan*, 7(1).
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Malang.
- Zeitaml, v. A. (1988). of Consumer Perceptions A Means-End Value : Quality , and and Model Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22. doi: <https://doi.org/10.2307/1251446>
- Zeithaml, V. A. (1982). Consumer Response to In-Store Price Information Environments. 8(4), 357. doi: <https://doi.org/10.1086/208876>



# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

## THE ANALYSIS OF e-INVOICE IMPLEMENTATION IN INPUT TAX CONTROL

Dian Hakip Nurdiansyah<sup>1\*</sup>, Ahmad Nawawi<sup>2</sup>, Kosasih<sup>3</sup>, Siti Jamilah Sundamanik<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

### ARTICLE'S INFO

**DOI:**

10.32815/jibeka.v15i1.169

**ISSN:**

0126-1258

**ISSN-E:**

2620-875X

**CORRESPONDENCE:**

dian.hakipnurdiansyah@staff.u  
nsika.ac.id

### ABSTRACT

*The purpose of analyzing the application of e-invoice in controlling tax credit input of PT. TT Metals Indonesia, the obstacles that occur and how to overcome the obstacles in the implementation of Electronic Tax Invoice in control in an effort to prevent the issuance of fictitious tax invoices. Research method uses qualitative research with descriptive analysis. The result of this study is the positive impact of the implementation of the electronic tax, this is evidenced by the decrease in the percentage of tax in 2013 by 0.92% to 0.05% in 2015. This percentage indicates a decrease in losses due to tax corrections before and after the application of e-invoices. In addition, prevent the issuance of fictitious tax invoices made by the taxpayer. The obstacles that arise during the application of Electronic Tax Invoices are reliance on an internet network system and connection, the level of capability and negligence of Taxable Entrepreneurs and computer facilities of taxable entrepreneurs, while alternative ways to overcome the constraints that arise during the application of Electronic Tax Invoices are through improving the quality of the information system network, and appealing to taxable entrepreneurs to update or update the computer.*

**Keywords:** E-Invoice implementation, Fictitious Tax Invoice, Input Tax Credit Control

### ABSTRAK

Tujuan untuk menganalisis penerapan aplikasi e-faktur dalam pengendalian pengkreditan pajak masukan PT. TT Metals Indonesia, Kendala yang terjadi serta cara mengatasi kendala dalam implementasi Faktur Pajak Elektronik dalam pengendalian sebagai upaya mencegah penerbitan faktur pajak fiktif. Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah adanya dampak positif dari penerapan pajak elektronik, hal ini dibuktikan dari penurunan persentase pajak pada tahun 2013 sebesar 0.92% menjadi 0.05% pada tahun 2015. Persentase ini menunjukkan adanya penurunan kerugian akibat koreksi pajak sebelum dan sesudah penerapan aplikasi e-faktur. Selain itu, mencegah penerbitan faktur pajak fiktif yang dilakukan oleh wajib pajak. Kendala yang muncul selama penerapan Faktur Pajak Elektronik adalah ketergantungan pada sistem serta koneksi jaringan internet, tingkat kemampuan dan kelalaian Pengusaha Kena Pajak dan fasilitas komputer Pengusaha Kena Pajak yang kurang memadai, sedangkan alternatif cara untuk mengatasi kendala yang muncul selama penerapan Faktur Pajak Elektronik adalah melalui peningkatan kualitas jaringan sistem informasi, dan menghimbau kepada Pengusaha Kena Pajak untuk memperbarui atau melakukan update computer.

**Kata Kunci:** Penerapan e-Faktur, Faktur Pajak Fiktif, Pengendalian Pengkreditan Pajak



## **Introduction**

For our State, the tax is a primary and a strategic source of income or it can be a government instrument used for common interest. With the existence of tax, the government can carry out development, government activities, and encourage economic growth, as well as improve the welfare of the community as a business of equitable development.

According to the data from the Directorate General of Taxes from 2008 to 2013, there were 100 cases of fictitious tax invoices, which caused losses to the State up to IDR 1.5 trillion. It means 50 percent of tax evasion cases with fictitious tax invoices happened at that time. Therefore, the Directorate General of Taxes initiated a Special Task Force related to the circulation of fictitious tax invoices.

To overcome the occurrence of fictitious tax invoices, in 2013 the Directorate General of Taxes made an E-Tax Invoice (E-Invoice) which was an electronic application determined and/or provided by the Directorate General of Taxes used to make Tax Invoices as well as Periodic Tax Return of Value Added Tax as referred to in PER 16 / PJ / 2014. The data of Directorate General of Taxes from 2009 to 2013 depicted the increasing number of the State revenues (from VAT and Luxury Sales Tax (LST) in 2009) from IDR 193.07 trillion to IDR 384.72 trillion in 2013. This was a very good point regarding VAT enterprise awareness in carrying out tax obligations, especially VAT. PT TT Metals Indonesia has been a VAT enterprise since April 11, 2012. PT TT Metals Indonesia is engaged in the Steel Milling Industry with Business Field Classification of 27102. Corporate tax obligations are included in Article 21 on Income Tax, Article 23/26 on Income Tax, Article 4 (2) on Income Tax, and Article 25 on Income Tax and Article 29 on Income Tax and Value Added Tax (VAT). According to the Tax Regulations, trade activities that produce value-added are subject to Value Added Tax (Ditjen Pajak, 2007).

Based on the Letter of notification report of Periodic Tax Return of Value Added Tax from January 2013 to December 2016 the submission of Taxable Goods was IDR 645,396,631,789 and Input Tax Credit was IDR 577,665,930,515. The number can be seen in the table below.

Based on the description above, the author is interested in conducting in-depth research on the implementation of e-Invoice especially regarding its relationship with Input Tax Credit Control and intention to put it into a thesis entitled: "The Analysis of e-Invoice Implementation in Input Tax Credit Control" (Case Study at PT TT Metals Indonesia).

## Tax

According to (Mardiasmo, 2016) tax is people's contribution to the State treasury based on the law (which implemented) without expecting consideration (*quid pro quo*). The taxation of capital revenues, which include corporate bond interest income, is examined by many theories, whose authors chose the different sections of perception. While ones optimize the state revenue collected by picking different tax rates, others add a measure of time for measuring the taxpayer welfare. There is also a view of capital taxation differences in open and closed economies as well as geographically. However, earliest debates are noticed on labor, capital and consumption taxation allocation submitted and used to pay expenses (Ieva Astrauskaitė, 2016).

### Value Added Tax (VAT)

VAT is an indirect tax whose payment burden transferred to another party. Because it is indirect; even if the paying party is the seller, the VAT is paid by the buyer and even the final insurer can reach the last consumer, according to (Sakti, 2016)

### Tax Invoice

According to (Sakti, 2016), tax invoice as referred to in Article 1 point 23 regarding Value Added Tax Act, is a proof of Tax Collection made by a VAT enterprise who submits taxable goods or deliver taxable services (JKP).

### E-Invoice

Article 1 concerning the Regulation of the Directorate General of Taxes Number PER-16 / PJ / 2014 dated June 20, 2014, defines Electronic Tax Invoice as e-Invoice. Electronic Tax Invoice is made through an application or electronic system determined from/provided by the Directorate General of Taxes, in Untung Sukardji (2015: 351).

### Input Tax

Input Tax is the Value Added Tax that should be paid by the VAT enterprise for the acquisition of Taxable Goods and/or acquisition of Taxable Services and/or the use of Taxable Services from outside the regional Customs and/or importing Taxable Goods, according to Mardiasmo (2011: 294)..

### Tax Accounting

Tax accounting according to (Thakur & Natale, 2013) Accounting which provides information for stakeholders in the company through a process of identifying stakeholders, evaluating stakeholder needs, designing accounting information systems to meet stakeholder needs, assessing stakeholder needs, recording economic activities and

events in the company, as well as preparing of accounting reports for stakeholders. Tax accounting comes from two words namely accounting and tax. Accounting is a process of recording, classifying, summarizing a financial transaction and ending with a financial statement. Whereas Taxes are compulsory contributions or levies collected by the government from the public (Taxpayers) to cover the State's routine expenses and development costs without remuneration that can be shown directly (Anouar, 2017).

### **Method**

The type of this research study is qualitative research by trying to carry out descriptive data written in the form of reports or descriptions. The aim of this research study is to explain, summarize various conditions to obtain knowledge about the implementation of e-invoice in the Input Tax Credit Control at PT TT Metals Indonesia. In general, descriptive research does not require a hypothesis. Therefore, this research study does not need to use a hypothesis. The research study was conducted at PT TT Metals Indonesia located at Jalan Permata Raya, Sukaluyu, Telukjambe Timur, Karawang Regency, West Java (41361).

The data used in this research study are secondary and primary data obtained from the company in the form of organizational structure and business activities of the company as well as Periodic Tax Return (SPT) and Tax Payment Slip (SSP) during that moment. The primary sources are data sources that directly provide data to the data collectors, and secondary sources are those that do not directly provide data to the data collectors (Arikunto, 2014). Data collection techniques are carried out with interviews. population data is interviewed to all employees and officials, while the research sample by interviewing officials directly related to the research object. Furthermore, in terms of ways of collecting data, Collecting data will be processed by conducting interview, observation, documentation, and combination of those actions. In addition, the validity test used credibility test, transferability test, dependability test, and objectivity test(Sugiyono, 2016).

### **Result and Discussion**

The control of e-invoice has great contribution in reducing the input tax correction because the point that becomes a correction is usually the taxable assets issued by a "naughty" supplier who issues tax invoices but does not report Periodic Tax Return of Value Added Tax. There are also suppliers who provide the tax invoice even though the company has not been a PKP (VAT enterprise). This can be annulled by the e-invoice system because the supplier that issues the Tax Invoice for the e-invoice system must have validated the Tax Invoice as well as conducted the activity or been registered as PKP (VAT enterprise)

before getting the access to the e-invoice application. If the company reports the Periodic Tax Return of Value Added Tax but the counterparty does not report it, then the subject must pay 2-fold or 100% from Tax Invoice applied.

When the counterparty does not report the Tax Invoice, the company will send the invoice to the counterparty with the same value as unreported Tax Invoice. For the counterparty who does not report the Tax Invoice will face the administrative sanction of 2% from the DPP (Tax Base) and shall pay the bill from the company."tax planning on VAT input and VAT output in an effort to improve the efficiency of the company's cash flow "(Laborda & Pena, 2018). It uses the same method that is qualitative descriptive. Periodic Tax Return of Value Added Tax 1111 and Tax Invoice are included in Input Tax Credit. The differences in the calculation of output VAT and input VAT known are on the Tax Due of the VAT in the Periodic Tax Return of Value Added Tax. The researcher only analyzes the results of the correction of e-invoice (Electronic Tax Invoice) implementation to minimize the issuance of fictitious Tax Invoices made by VAT enterprises. The equation to analyze barriers to implement E-Tax Invoice, as well as analyzing the number of fictitious Tax Invoice after implementation of E-Tax Invoice has a difference in the object of the research study(Palupi & Darwanto, 2017). The researcher only focuses on Analyzing the correction results of the e-invoice (Electronic Tax Invoice) implementation to minimize the issuance of fictitious Tax Invoice conducted by VAT enterprise.(Susilo & Dewantara, 2016)mention, "Fictitious Tax Invoice is the tax invoice issued not in accordance with the actual transaction or the tax invoice issued by entrepreneurs who have not been confirmed as VAT enterprise.

**Table 1. Percentage Before E-Invoice implementation in 2013 at PT TT Metals Indonesia**

Total of Input Tax	Total of Tax Losses Due to Correction	Percentage
119,960,436,219	IDR 1,098,883,272.00	0.92%

**Table 2. Percentage After e-Invoice implementation in 2015 at PT TT Metals Indonesia**

Total of Input Tax	Total of Tax Losses Due to Correction	Percentage
139,959,484,318	IDR 66,500,208.00	0.05%

The prevention of fictitious Tax Invoice through the implementation of Electronic Tax Invoice has significant results. Before implementing Electronic Tax Invoice, there were 20 problematic users of the Tax Invoice and after the implementation of the Electronic Tax Invoice, there were no cases of fictitious Tax Invoice (Source: Section Accounting & Tax Officer May 2018). The result of the prevention of fictitious Tax Invoice through the implementation of the Electronic Tax Invoice at PT TT Metals Indonesia is a proof of

successreformation in the administrative system of Value Added Tax. The relevant study is a research study conducted by (Lintang & Pusung, 2017) with entitled "The Analysis of the Implementation of Tax E-Invoice as an Attempt to Improve Compliance with VAT enterprise for reporting Periodic Tax Return of Value Added Tax at KPP Pratama Manado";the equation of analyzing the application of e-invoice made by the Directorate General of Taxes. The difference is only on the object of the research study. The researcher only analyzes the results of the correction of e-invoice implementation (Electronic Tax Invoice) to minimize the issuance of fictitious Tax Invoice made by VAT enterprise.

It means that e-Invoice implementation has great contribution in Reducing Input Tax Correction at PT TT Metals Indonesia in Karawang (in the percentage). Before the issuance of tax invoice in 2013, there were 0.92% and after the issuance of Tax Invoice in 2015, there were only 0.05%. It proves that there was a decrease in losses due to the correction of Input Tax before and after the implementation of e-invoice. For the counter parties who do not report the Tax Invoice, they will be the subject of 2% administrative sanctions of DPP (Tax Base) and they must pay the bill from the company. After implementing the prevention system through e-invoice, there is not any case of fictitious Tax Invoice found at PT TT Metals Indonesia. It shows the success of reforming the Value Added Tax administration system.

Directorate General of Taxes has ruled the implementation regulations of the KUP as referred to in Law Article 14 paragraph 1d and paragraph 4. In paragraph 1 states that the Directorate General of Taxes can issue a Tax Collection Letter as mentioned in point d. Entrepreneur who has not been confirmed as VAT enterprise and does not issue Tax Invoice or issues the Tax Invoice but not timely, according to paragraph 4 on VAT enterprise or entrepreneurs as referred. Also in paragraph 1 letter d, letter e, letter f, the Entrepreneur must pay the Tax Due.The entrepreneur can be the subject to administrative sanctions in the form of a fine of 2% (two percent) of the Tax Base. The prevention of penalty through e-invoice has resulted in no more cases of fictitious Tax Invoices found at PT TT Metals Indonesia. It can be a success of reforming the administration system of Value Added Tax.

## **Conclusion**

The management of the company implements control system in order to avoid the counterparties who do not report Periodic Tax Return of Value Added Tax to PT TT Metals Indonesia. PT TT Metals Indonesia has been good at controlling its Tax Invoice and implements control system to the counterparties or suppliers through filling in supplier

forms supported by certain documents such as NPWP (Tax Registration Number), SKT (Tax Relief Certificate), SPPKP (Advance Tax Overpayment Refund Decree). PT TT Metals Indonesia conducted a brief review to the counterparty's profile to see the history or record of accomplishment of the counterparty. Moreover, according to the Tax Supervision theory, supervision can be through comparing the Tax Due according to the VAT enterprise and Tax Regulations. Tax Apparatus has the right to issue a Tax Assessment Letter if there is a difference based on the General Tax Provisions and Procedures Law and PT TT Metals Indonesia which is in accordance with the existing theory put forward by the experts; but the implementation has not been optimally realized in the field.

The implementation of Operational Activities at PT TT Metals Indonesia has faced many obstacles when applying the Electronic Tax Invoice. These are the negligence and inability of VAT enterprise, the dependence on computer facilities, inadequate VAT enterprise and many issues in network systems. According to DeLone and McLean, the quality of a system includes the ease of use, response time, reliability, flexibility, and security. This means that e-invoice implementation performed by PT TT Metals Indonesia in Karawang still experiences many obstacles that should be resolved.

invoice has great contribution in reducing the Input Tax correction. Usually, the company reports the credited Periodic Tax Return of Value Added Tax but the counterparty does not report it. Then, the counterparty will face a correction of 2-fold or 100% from the Tax Invoice applied. When the counterparty does not report the Tax Invoice, the company sends the invoice to the counterparty with the same amount as unreported Tax Invoice. The counterparty who does not report the Tax Invoice will be the subject to an administrative sanction of 2% from the DPP (Tax Base) and must pay the bill from the company.

## Reference

- Anouar, D. (2017). The Determinants of Tax Avoidance within Corporate Groups: Evidence from Moroccan Groups. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, 5(1), 57. <https://doi.org/10.11648/j.ijefm.20170501.15>
- Arikunto. (2014). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Ditjen Pajak. Undang - undang perpajakan (2007). Indonesia.
- Ieva Astrauskaitė, A. P. (2016). Economic Sustainability as A Future Phenomenon : Moving towards A Sustainable Hotel Industry. *Journal of Security and Sustainability*, 5(4), 519–532. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2016.5.4\(7\)](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.9770/jssi.2016.5.4(7))
- Laborda, J. L., & Pena, G. (2018). A New Method for Applying VAT to Financial Services. *National Tax Journal*, 71(1), 155–185. <https://doi.org/10.17310/ntj.2018.1.05>

- Lintang, K., & Pusung, R. (2017). Analisis Penerapan E-faktur pajak dalam upaya meningkatkan kepatuhan pengusaha kena pajak untuk pelaporan SPT masa PPN pada KPP Pratama Manado. *EMBA Jurnal*, 5(2), 2023–2032.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Palupi, C., & Darwanto, D. (2017). Transaction Cost on The Implementation of E-Invoices in Micro and Small Enterprises. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 139–158. <https://doi.org/10.15408/sjie.v6i1.4866>
- Sakti, N. W. dan A. H. (2016). *Tax Amnesty*. Jakarta: Visimedia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Susilo, N. A. H., & Dewantara, R. Y. (2016). Analisis Penerapan Faktur Pajak Elektronik sebagai Upaya Mencegah Penerbitan Faktur Pajak Fiktif. *Jurnal Perpajakan*, 9(1), 1–8.
- Thakur, R., & Natale, A. (2013). Analisis Akuntansi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Journal EMBA*, 1(3), 99–109.



# Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

## Diterbitkan oleh:

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M)

Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

Jurnal elektronik dapat diakses di <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>



PKP

Google



neliti

