Jurnal Solusi

Volume 12, Nomor 2, Desember 2017 ISSN 1907-2376

Daftar Isi

Hari Kusuma Satria Negara — Efektivitas Sistem Pengendalian Internal dalam Pendeteksian dan Pencegahan Fraud di Lingkungan Perguruan Tinggi ~ 139

N.N. Kurniyati, K.S. Utami, dan I.M. Sukanadi — Pengembangan Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk UKM Kerajinan Tenun Lurik Atbm ~ 153

Hardoko — Pengaruh Dimensi Kepercayaan terhadap Partisipasi Pelanggan *E-Commerce* Studi Kasus di Daeah Istimewa Yogyakarta ~ 167

Tugimin, Andrus Margiono — Kesadaran Pelaku UKM, Pembukuan Keuangan dan Validitas Pendapatan Usaha Kerupuk Berbahan Kulit di Segoroyoso, Pleret, Bantul, Yogyakarta ~ 189

Kuswadi Rustam — Strategi Pengembangan UMKM Kawasan Piyungan Kabupaten Bantul Menggunakan Analisis SWOT ~ 215

Th. A. Radito, Nerys Lourensius L.T. — Analisis Pengaruh Model Kepemimpinan Kontingensi dan Model Kepemimpinan Situasional Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul ~ 239

Eni Dwi Susliyanti — Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Return on Asset*, Kompensasi Rugi Fiskal, *Leverge* dan *Corporate Governance*, terhadap *Tax Avoidance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015) ~ 261

EFEKTIVITAS SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL DALAM PENDETEKSIAN DAN PENCEGAHAN *FRAUD* DI LINGKUNGAN PERGURUAN TINGGI

Hari Kusuma Satria Negara
UPN "Veteran"Yogyakarta
email : harikusuma05@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to reveal potential fraud symptoms occurred in the university environment and the role of internal auditors in detecting and preventing fraud. This research was conducted with a qualitative approach. Source data used are primary data. Determination the source of the data in a qualitative study using purposive sampling. Respondents in this study consisted of a team of Quality Assurance Agency and a Lecturer who once served as an internal auditor in the Quality Assurance Agency.

The results showed at University many internal auditor conduct examine final report. Regulation of Minister Research, Technology and Universtiy Indonesia and the other regulation expected every University able to detect and reduce and prevent fraud. develop an effective internal Control System so as to prevent fraud. Prevention will be effective if the Rectoras the leader of University have Operational Prosedur Standar is done carefully.

Keywords: *Fraud, Fraud Detection and Prevention, Internal Auditor*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan symptom fraud yang berpotensi terjadi di lingkungan Perguruan Tinggi serta efektivitas pengendalian internal dalam mendeteksi dan mencegah terjadinya fraud. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif menggunakan purposive sampling. Responden dalam penelitian ini terdiri dari Tim Badan Penjaminan Mutu dan dosen yang pernah menjabat sebagai auditor internal pada Badan Penjaminan Mutu serta tim Auditor Internal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa didalam Perguruan Tinggi Auditor Internal banyak melakukan pemeriksaan akhir. Namun dengan adanya Permenristek Dikti dan peraturan lain maka diharapkan Perguruan Tinggi mampu menyusun Sistem Pengendalian Intern yang efektive sehingga mampu mencegah dan mendeteksi adanya kecurangan. Pencegahan akan berjalan efektive apabila Rektor selaku pimpinan Perguruan Tinggi dan Pimpinan memiliki SOP yang dilaksanakan secara seksama.

Kata Kunci: *Fraud, Pendeteksian dan Pencegahan Fraud, Sistem Pengendalian Internal*

A. PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi di Indonesia memiliki peran yang strategis dalam pengembangan pendidikan di sebuah negara khususnya Indonesia. Selain fungsi sebagai pengembangan pendidikan Perguruan Tinggi juga memiliki fungsi Ekonomi. Perguruan Tinggi mengelola dana yang bersumber dari perorangan, masyarakat, bantuan baik dari sektor swasta maupun pemerintah. Tuntutan transparansi dan akuntabilitas dari *stakeholder* mendorong pihak manajemen untuk menghasilkan laporan berkualitas yang terbebas dari unsur *fraud.* Semakin tingginya biaya pendidikan di tingkat Perguruan tinggi menyebabkan biaya yang dikelola Perguruan Tinggi menjadi tidak sedikit. Sebagai pengelola dana, maka Perguruan Tinggi harus memiliki tata kelola yang baik agar laporan keuangan yang dihasilkan dapat dihandalkan.

Pada hasil laporan BPK pada IHPS Tahun 2016, dimana penyelenggaraan ppendidikan tinggi diatur dalam Undang-undang Nomor 12 Tahun 20012 tentang Pendidikan tinggi. Hasil pemeriksaan atas pengelolaan perguruan tinggi negeri dilakukan terhadap:

1. Penetapan kekayaan awal, pengelolaan dan pertanggungjawaban pada 5 Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTNBH), yaitu Universitas Indonesia (UI), Universitas Gadjah Mada (UGM), Institut Teknologi Bandung (ITB), Institut Pertanian Bogor (IPB) dan Universitas Sumatera Utara (USU).
2. Pengelolaan dan pertanggungjawaban keuangan pada 2 PTN berstatus BLU, yaitu Universitas Lampung (Unila) dan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta).

Beberapa permasalahan yang telah ditemukan BPK antara lain

1. Kesalahan penggunaan kode dalam mencatat penerimaan layanan non-pendidikan mengakibatkan penyajian saldo akun pendapatan tahun 2015 dan 2016 tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya sebesar Rp44,12 miliar
2. Pemanfaatan lahan IPB di Baranangsiang seluas 45.000 m2 oleh PT BLST tidak disertai perjanjian yang jelas, sehingga IPB tidak menerima kontribusi optimal,dan berpotensi merugi atas penyerahan aset kepada PT BLST pada akhir kerja sama dengan nilai investasi sebesar Rp160,19 miliar
3. Pemahalan harga, ketidaksesuaian spesifikasi, kekurangan volume serta denda keterlambatan pada Pekerjaan Pengadaan Alat Laboratorium Fakultas Pertanian dan Pekerjaan Pengadaan Barang untuk Pengembangan TI sebesar Rp23,94 miliar. Selain itu, hasil pengadaan alat laboratorium belum dimanfaatkan sebesar Rp16,35 miliar dan terdapat pemborosan atas pemberian dana P2M kepada dosen yang sedang tugas belajar sebesar Rp1,18 miliar, serta permasalahan lainnya sebesar Rp1,75 miliar.

Oleh BPK memberikan rekomendasi kepada beberapa Perguruan Tinggi Negeri terkait agar:

1. Memberi sanksi kepada pengelola/ pelaksana kegiatan yang tidak mematuhi ketentuan terkait pengelolaan pendapatan, belanja dan aset.
2. Melakukan koreksi nilai kekayaan awal pendapatan, belanja dan aset dalam laporan keuangan yang belum mencerminkan kondisi yang sebenarnya.
3. Menertibkan pengelolaan dan pertanggungjawaban atas pendapatan, belanja dan aset sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Menyusun peraturan internal/ SOP yang dibutuhkan terkait dengan pengelolaan keuangan perguruan tinggi neger

Rekomendasi BPK terakhir inilah yang menjadi salah satu dasar Perguruan Tinggi melalui auditor internal harus mampu menyusun pengendalian internal berupa SOP agar mendeteksi kondisi-kondisi yang menimbulkan *fraud* dan melakukan pencegahan. Auditor internal merupakan aktivitas independen yang memberikan jaminan obyektif dan konsultasi yang dirancang untuk memberi nilai tambah dan meningkatkan operasi organisasi. Dengan adanya internal audit yang memadai, segala kekurangan atau kesalahan dan tindakan-tindakan lain yang merugikan perusahaan akan dapat ditekan semin-

imal mungkin.

Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah No 60 Tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Intern yang diterjemahkan oleh Departemen Pendidikan dengan mengeluarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 16 Tahun 2009 tentang satuan Pengawas Intern di lingkungan Departemen Pendidikan Nasional.Kemudian dimuncuklan lagi Permenristek Dikti Nomor 56 Tahun 2016 Tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah di Lingkungan Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

Tim yang berada didalam Satuan Pengawas Internal PTN sering kali disebut sebagai Auditor Internal. Aktivitas auditor internal bukanlah mencari-cari kesalahan namun membantu organisasi mencapai tujuannya dengan membawa pendekatan yang sistematis untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko, pengendalian, dan tata kelola (The IIA Research Foundation, 2011:2).

Beberapa penelitian tentang auditor internal telah banyak dilakukan dilakukan namun penelitian yang di lakukan di Perguruan Tinggi masih jarang. Diaintara penelitian tersebut masih jarang yang menilai pencegahan *fraud* melalui Pengendalian Internal yang efektive. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk untuk mengungkapkan *symptom fraud* yang berpotensi terjadi di lingkungan Perguruan Tinggi serta efektivitas system pengendalian internal dalam mendeteksi dan mencegah terjadinya *fraud.*

B. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sawyer (2009: 7) auditor internal memberikan informasi yang diperlukan manajer dalam menjalankan tanggung jawab secara efektif. Auditor internal bertindak sebagai penilai independen untuk menelaah operasional perusahaan dengan mengukur dan mengevaluasi kecukupan kontrol serta efisiensi dan efektivitas kinerja perusahaan. Auditor internal memiliki peranan yang penting dalam semua hal yang berkaitan dengan pengelolaan perusahaan dan risiko-risiko terkait dalam menjalankan usaha. Ruang lingkup kerja pemeriksaan intern harus mencakup pemeriksaan dan evaluasi atas kecukupan bukti serta efektivitas penerapan pengendalian intern organisasi dan kualitas kinerja dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan. Hal ini berkaitan dengan reliabilitas dan integritas informasi, ketaatan pada kebijakan, rencana, prosedur, hukum, peraturan dan kontrak, penjagaan aktiva, kehematan dan efisiensi penggunanaan sumber daya serta pencapaian tujuan dan sasaran yang ditetapkan untuk operasi atau program.

Menurut Flostoiu (2012) Auditor internal membantu manajemen dalam mendisain serta memelihara kecukupan dan efektifitas struktur pengendalian intern. Auditor internal juga bertanggungjawab untuk menilai kecukupan dan keefektifan dari masing-masing sistem pengerndalian yang memberikan jaminan kualitas dan integritas proses pelaporan keuangan (Amrizal, 2004).

Secara lebih spesifik peran dan fungsi SPI Perguruan Tinggi dalam hal ini adalah auditor yang mengacu pada Permendiknas No 47. Tahun 2011 adalah melakukan pengawasan non akademik meliputi: a)Pengawasan penyusunan program; b)Pengawasan kebijakan dan program; c)Pengawasan pengelolaan kepegawaian, keuangan, dan barang milik negara; d) Pemantauan dan pengkoordinasian tindak lanjut hasil pemeriksaan internal dan eksternal; e) Pendampingan dan review laporan keuangan; f) Pemberian saran dan rekomendasi; g)Penyusunan laporan hasil pengawasan, serta yang terakhir adalah evaluasi hasil pengwasan.

Menurut Tuanakota (2007:159) ada ungkapan yang secara mudah didalam menjelaskan penyebab atau akar permasalahan dari *fraud*. Ungkapan itu adalah : *fraud by need, by greed and by opportunity*. Ungkapan tersebut diartikan jika kita hendak mencegah *fraud* hilangkan atau tekan semaksimal mungkin penyebabnya. Penyebab *fraud* dijelaskan sebagai *triangle fraud* yaitu bahwa fraud terjadi karena; 1) *Opportunity,* dijelaskan bahwa *fraud* terjadi ketika adanya kesempatan oleh pihak-pihak yang hendak melakukan kecurangan. Sehingga banyak terjadinya korupsi dindonesia ini sebagaian besar dilakukan oleh para pejabat yang memiliki "kekuatan" untuk berbuat *fraud.* 2) *Rationality,*alasan kedua terjadinya *fraud* adalah rasionalitas kondisi yang terjadi pada oknum tersebut. Seorang pegawai bergaji rendah dan bergaya hidup tinggi akan berbuat *fraud* karena tuntutan pemenuhan kebutuhan 3)*Pressure,* tekanan dapat terjadi karena banyak hal, misal ancaman pemecatan dari perusahaan, tekanan untuk melakukan balas budi, dan sebagainya. Gejala yang terjadi dalam tindakan penyimpangan laporan keuangan terdiri dari ketidaknormalan laporan keuangan, pertumbuhan yang cepat, laba yang tidak biasa, kelemahan dalam pengendalian internal, sifat agresif dari eksekutif manajemen, obsesi atas harga jual saham dari eksekutif manajemen dan *micromanagement* yang dilakukan oleh eksekutif managemen.

Singleton and Singleton (2010:40) mengkategorikan *fraud* menjadi beberapa hal yaitu: 1) *Fraud as a crime,* semua perbuatan kecerdikan manusia yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dengan cara pemalsuan atau salah saji. Tidak ada diskripsi khusus mengenai *fraud* tersebut namun secara umum adalah segala perbuatan tidak jujur maka itu *fraud* 2) *Corporate fraud,*

Setiap kecurangan yang dilakukan oleh, untuk atau terhadap sebuah perusahaan bisnis. Kecurangan ini dilakukan oleh manajemen agar perusahaanya mendapatkan laba atau melaporkan yang tidak jujur. 3) *Management fraud*, merupakan kecurangan yang dilakukan oleh manajemen secara bersama-sama untuk memperkaya diri sendiri. Kecurangan ini mudah terjadi karena adanya *power* melakukan *fraud.*4) *Layperson,* Kecurangan yang dilakukan oleh perseorangan untuk memperkaya dirisendiri dan merugikan institusi perusahaan tempat dia bekerja. Kecurangan yang dilakukan adalah dengan mengkonversi langsung kas atau aktiva lainnya untuk kekayaan pribadi.

Tahap deteksi atas tindakan *fraud* berbeda dengan investigasi, pada tahap ini berupaya untuk mengidentifikasi gejala yang sering terjadi dan mengarah pada tindakan *fraud.* Sedangkan pada tahap investigas sudah dilakukan upaya untuk menentukan siapa yang berbuat *fraud.* Pendeteksian *fraud* dapat dilakukan dengan 2 (dua) pendeketan yaitu metode induktif dan metode deduktif. Metode Induktif dilakukan dengan cara *commercial data-minning software* dan *digital analysis of company databases.* Sedangkan metode deduktif dilakukan dengan tahapan-tahapan berikut ini; a)memahami bisnis proses organisasi; b)memahami jenis *fraud* yang mungkin terjadi, c)menentukan gejala yang sering terjadi; d)menggunakan database dan sistem informasi untuk mencari gejala tersebut; e) berdasarkan gejala yang ada kemudia ditentukan apakah terjadi tindakan *fraud* atau terdapat faktor-faktor lain yang menyebabkan gejala tersebut terjadi (Albercht, 2003).

Pencegahan *fraud* pada umumnya adalah aktivitas yang dilaksanakan dalam hal penetapan kebijakan, sistem dan prosedur yang membantu bahwa tindakan yang diperlukan sudah dilakukan Senat Universitas, Rektorat, Dekanat ataupun manajemen dibawahnya dan personil lain dalam perguruan tinggi untuk dapat memberikan keyakinan yang memadai. Menurut Tuanakotta (2007:162) pencegahan fraud dapat dilakuka dengan mengaktifkan pengendalian internal. Pengendalian internal yang aktif biasanya merupakan bentuk pengendalian internal yang paling banyak diterapkan. Pengendalian internal sesuai dengan Permenristek Dikti Nomor 56 Tahun 2016 maka dilakukan pengawasan internal oleh Irjen melalui Audit, Review, Evaluasi, Pemantauan dan Kegiatan Pengawasan lainya.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif. Sumber yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif menggunakan *purposive sampling.* Kriteria yang harus

diperhatikan dalam menentukan informan untuk mendapatkan informasi yang maksimal adalah informan kunci (*key informan)* terhadap obyek penelitian.

Setelah sumber data ditentukan, selanjutnya diperlukan teknik pengumpulan data agar mendapatkanh data sesuai dengan tujuan dari penelitian dan memenuhi standar data yang diharapkan. Individu-individu yang akan menjadi informan dalam penelitian ini terdiri dari Tim Badan Penjaminan Mutu dan dosen yang pernah menjabat sebagai auditor internal Badan Penjaminan Mutu serta Auditor internal yang saat ini menjadi tim Satuan Pengawas Intern.

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah Efektivitaas system pengendalian internal dalam mendeteksi dan mencegah *fraud.* Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif. Prasetyono dan Haryadi,B (2013) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang naturalisme dimana peneliti sebagai intrumen utama untuk mengeksplorasi, memahami, serta menganalisa fakta dan data yang namapa untuk mengungkapkan makna sosial, pola pikir, serta alasan dibalik tindakan para pelaku sosial. Metode kualitatif menjadi pilihan oleh peneliti sebagai upaya untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya dari obyek penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Lapangan Model *Miles and Huberman.* Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification*. Teknik pemeriksaan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi dan teori. Pengertian triagulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang menafaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap obyek penelitian (Moelong, 2007:330).

D. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Auditor melakukan audit dalam waktu yang sangat singkat untuk mengaudit *auditee* yang jumlahnya sangat banyak. Sebagai gambaran sebuah tim Audit yang beranggotakan tiga orang akan mengaudit bagian atau satker sebanyak tiga satker selama waktu dua minggu. Dalam proses audit normal maka dibutuhkan lima orang auditor untuk mengaudit satu bagian dengan waktu pengerjaan dua minggu. Namun dengan organisasi Tata Kerja yang baru telah diwadahi bagian Satuan Pengawas Intern yang mempunyai bidang atau ruang lingkup audit keuangan, sumber daya manusia, Aset dan tata kelola.

Pengendalian Internal didalam Perguruan Tinggi yang diatur didalam Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indoonesia Nomor 56 Tahun 2016 tentang Sistem Pengendalian Internal Pemerintah di Lingkungan Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi. SPIP didalam perguruan tinggi meliputi (1) Lingkungan pengendalian (2) Penilaian Risiko, (3) Kegiatan Pengendalian (4) Informasi dan komunikasi (5) pemantauan Pengendalian Internal.

Sistem Pengendalian Internal

Satuan Pengawas Intern sebagai auditor internal berdasarkan Permendiknas No 16. Tahun 2009 dan diubah menjadi Permendiknas No 47. Tahun 2011 Tentang Satuan Pengawas Intern. Auditor Internal adalah melakukan pengawasan non akademik meliputi: a)Pengawasan penyusunan program; b) Pengawasan kebijakan dan program; c)Pengawasan pengelolaan kepegawaian, keuangan, dan barang milik negara; d) Pemantauan dan pengkoordinasian tindak lanjut hasil pemeriksaan internal dan eksternal; e) Pendampingan dan review laporan keuangan; f) Pemberian saran dan rekomendasi; g)Penyusunan laporan hasil pengawasan, serta yang terakhir adalah evaluasi hasil pengawasan. Berikut adalah peran SPI yang disampaikan oleh informan 1, selaku anggota SPI:

> "Satuan Pengawas Intern ini memiliki fungsi dan peran adalah mendukung dan membantu rektor melaksanakan kegiatan pengelolaan". Tahapan awal yang akan disampaikan oleh SPI kepada unit-unit yaitu dengan menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk tiap kegiatan masing-masing satker (bagian). Langkah awal yang akan dilakukan oleh SPI adalah dengan memastikan apakah Rencana Strategi Perguruan Tinggi telah sesuai dengan Visi dan Misi sehingga apabila sudah sesuai maka kegiatan-kegiatan dibawahnya akan menyesuaikan, maka SOP yang disusun akan sesuai dengan aturan yang berlaku".

Pernyataan dari Informan 1 didukung oleh Informan 2, seperti yang dikutip dalam wawancara berikut ini:

> "Bahwa peran SPI saat ini adalah melalukan pendampingan, pengawasan terhadap kegiatan atau program kerja institusi. Hal ini menjadi sangat penting karena prosedur yang dahulu dianggap benar saat ini setelah menjadi Perguruan Tinggi Negeri sudah tidak tepat atau menyalahi aturan. Hal inilah yang menjadi kecemasan SPI mengenai pengelolaan Perguruan Tinggi yang tepat. Sehingga program kerja awal yang akan dilakukan SPI adalah meminta Satker untuk menyusun SOP yang telah sesuai dengan aturan Perguruan Tinggi Negeri, kemudian melakukan evaluasi SOP dan yang terakhir memeriksa kepatuhan dalam pelaksanaan SOP".

Kedua pernyataan diatas merupakan gambaran bahwa peran dan langkah yang akan dilakukan oleh SPI didalam pendampingan. Pendampingan

yang dilakukan mulai proses perencanaan, pelaksanaan dan juga pengawasan. Sesuai dengan amanat Permendiknas no 47 Tahun 2011. Pengawasan yang akan dilakukan oleh Satuan Pengawas Intern sampai beberapa periode kedepan belum sampai taraf *assurance* karena masih dalam proses penataan. Pengawasan yang akan dilakukan oleh SPI meliputi Pengawasan Bidang keuangan, pengawasan barang milik negara (pengelolaan aset negara), Pengawasan proses tata kelola institusi, dan juga pengawasan dalam penentuan Sumber Daya Manusia di lingkungan Perguruan Tinggi.

SPI Perguruan Tinggi belum melakukan banyak kegiatan, seperti penyusunan program pengawasan. Baik program pengawasan kebijakan, keuangan, kepegawaian, tata kelola dan juga pengelolaan aset. Pengawasan melalui audit yang saat ini telah dilaksanakan oleh Badan Penjaminan Mutu, sudah memiliki pedoman dan kertas kerja audit. Namun dengan berubahnya status dari Perguruan Tinggi Swasta menjadi Negeri tentunya banyak aturan yang harus dipenuhi. Ketaatan terhadap peraturan yang semakin banyak ini yang belum sepenuhnya terakomodir oleh audit program maupun kertas kerja yang lama.

Efektivitas Sistem Pengendalian Internal dalam Pendeteksian dan Pencegahan Fraud

Sistem Pengendalian Internal memiliki peran yang sangat penting terkait pencegahan dan pendeteksian kecurangan. Pelibatan mulai dalam penyusunan kebijakan, pelaksanaan kegiatan, pelaporan, evaluasi hingga tindak lanjut. Hal ini sesuai dengan tugas Auditor Internal yang diatur di Peraturan Inspektur Jenderal Departemen Pendidikan Nasional Nomor Kep.275/B/Kp.2009 tentang petunjuk teknis Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No 16 Tahun 2009 tentang Satuan Pengawas Intern di Lingkungan Departemen Pendidikan Nasional.

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh Informan 2:

> "SPI saat ini belum berfungsi dengan semestinya, karena beberapa kebijakan atau kegiatan operasional Perguruan Tinggi belum melibatkan SPI dari awal. Tidak terlibatnya SPI dari awal ini berdampak pada suatu program atau yang semestinya berjalan harus tertunda bahkan terhenti karena tidak sesuai dengan aturan. Kedepan SPI akan meminta untuk dilibatkan dalam setiap aktivitas dari kegiatan Perguruan Tinggi."

Senada dengan Informan 2, Informan 1 juga menyampaikan seperti yang dikutip dalam wawancara berikut ini:

> "Pencegahan *fraud* yang paling baik adalah dengan melakukan pengawasan atau pendampingan mulai dari awal penyusunan program. Kemudian dilanjutkan dengan menilai apakah kegiatan yang telah dilaksanakan sesuai dengan SOP yang telah dis-

usun". Dengan ditaatinya SOP seluruh kegiatan operasional dan prosedur di Perguruan Tinggi maka akan *Fraud akan* mampu dicegah.

Namun opini yang muncul berikutnya adalah:

"Tugas SPI tidak sampai melakukan pengungkapan *fraud* , karena tugas utama SPI adalah membantu manajemen dalam hal ini Rektor mencapai tujuan. Sedangkan pelanggaran-pelanggaran sebagai temuan yang muncul dalam laporan audit, sepenuhnya diserahkan kepada Rektor." Opini tersebut menunjukkan bahawa Rektor haruslah segera melakukan pengendalian internal yang baik melalui Peraturan Rektor yang diteribitkan untuk menjadi proses acuan pelaksanaan kegiatan operasional perguruan tinggi.

Beberapa pernyataan diatas dari para auditor memberikan gambaran bahwa Sistem Pengendalian Internal Pemerintah pada perguruan tinggi yang efektive akan mampu melakukan pencegahan *fraud.* Semakin baiknya SOP maka akan semakin baik anmun belum maksimalnya peran SPIP dikarenakan pemahaman terhadap pencegahan *fraud* diseluruh pihak yang belum sama. Belum adanya SOP yang telah disesuaikan dengan aturan-aturan baru setelah menjadi PTN yang harus di taati menjadi alasan utama.

SOP yang akan disusun oleh setiap bagian/ satker hendaknya mengarah pada lima pilar pengendalian intern yang direkomendasikan *Committee of Sponsoring Organizationof the Treadway Commission (COSO).*Pengendalian Internal yang direkomendasikan *COSO* yaitu lingkungan pengendalian, penilaian risiko, pengendalian kegiatan, informasi dan komunikasi serta monitoring dan evaluasi. SPI yang belum memaksimalkan untuk melakukan pencegahan *fraud* maka dapat memulai dengan menyusun SOP yang mengacu pada lima pilar pengendalian internal *COSO.*

Pencegahan *fraud* dapat diawali dengan pemahaman *triangel fraud* yang menjadi dasar munculnya kecurangan disebuah institusi. Teori *triagel fraud* ini di ungkapkan oleh Cressey,(1953) dalam ratmono, et all (2014) bahwa terdapat tiga kondisi yang selalu hadir saat terjadinya kecurangan laporan keuangan. Ketiga kondisi tersebut adalah tekanan *(preasure)*, kesempatan (*opportunity)* dan rasionalisasi (*rationalization)* yang kemudian dikenal dengan istilah *fraud triangle.*

Tekanan adalah dorongan yang menyebankan seorang melakukan kecurangan seperti kebutuhan keuangan, dan stiasional. Ketika kebutuhan utama yaitu keuangan didalam seorang bekerja sudah diberikan dengan sesuai serta pemahaman terhadap aturan mulai dari pimpinan hingga staff. Kedua adalah kesempatan, biasanya disebabkan karena pengendalian internal suatu organisasi lemah. Pengendalian internal yang disusun dengan mengacu pada *COSO* maka maka kesempatan untuk melakukan kecurangan akan berkurang.

Ketiga adalah rasionalisasi menjadi elemen penting dalam terjadinya kecurangan karena pelaku mencari pembernaran atas tindakannya. Pembenaran inilah yang cukup sulit dikelola, karena seorang akan melakukan kecurangan dengan melakukan pembenaran dengan berbagai alasan, misal belum tahu aturan baru, takut program tidak berjalan, kesalahan penganggaran dan alasan lain sebagai pembenaran.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan

Simpulan penelitian ini terhadap dua hal yaitu Sistem Pengendalia Internal dalam pencegahan *fraud.*

1. Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Pemerintah di Lingkungn Kementerian Riset, Teknolohi, dan Pendidikan Tinggi sebagai mana yang diamanatkan dalam Permenristek Dikti No 56 Tahun 2016 akan mampu melakukan mencegah terjadinya *fraud.*
2. Pedoman teknis penyelenggaraan SPIP yang belum terbit menjadi salah satu alasan belum evektivenya Satuan pengawas Internal Perguruan Tinggi melakukan pengawaasan yang baik.
3. Ruang Lingkup Auditor Internal yang saat ini masih pada laporan keuangan, kedepan akan semakin terlibat sesuai fungsinya mulai dari penyusunan program pelaksanaan hingga pelaporan.

Saran

1. Menyusun Sistem Pengendalian Internal yang baik sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku. Kemudian diwujudkan didalam SOP sebagai acuan didalam melaksanakan kegiatan
2. Menciptakan budaya pengendalian internal yang baik, sesuai dengan yang diamanatkan *COSO*. Pengendalian internal dibangun mulai dari lingkungan pengendalian, pengendalian aktivitas, komunikasi hingga monitoring dan evaluasi. Apabila segala tahapan *COSO* berjalan dengan baik maka pencegahan terhadap *fraud* akan berjalan dengan maksimal.
3. Meningkatkan peran manajemen dalam hal ini pihak eksekutif/ Rektor/ Dekan/ Kepala Biro/ Ketua Jurusan dan segala yang berkepentingan terhadap pengelolaan Perguruan Tinggi. Seperti halnya penyikapan atas temuan dan rekomendasi yang diberikan oleh Auditor Internal agar ditindak lanjuti dengan baik.

REFERENSI

Albrecht,W.S. 2003.Fraud Examination. Southwestern.Thomson

Amrizal.2004.Pencegahan dan pendeteksian kecurangan oleh internal audit.

Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). 2011. Fraud Examiners Manual.USA

Brown, Sally. 2012. *Internal Audit in Higher Education*. Routledge, 2012. UK.

Prastyono. Asy'ari dan Bambang Haryadi.2013.Peran dan Fungsi Satuan Pengawas Intern Dalam Pencegahan Fraud Pada Perguruan Tinggi X. JAFFA. Vol.01 No.2 Oktober 2013.Hal.99-112

Flostoiu, Sebastian. 2012. The Relationship Between Internal Audit And Fraud. Bultein stiintific. Vol 1(33) 2012

Moelong, Lexi J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung; PTRemaja Rosdakarya

Negara, Hari KS. 2015.Evaluasi Anggaran Daerah Berbasis Kinerja dalam Pengelolaan Keuangan.Buletin Ekonomi Vol.13

Negara Hari KS, Sudaryati, Dwi, 2016. Peran Auditor Internal dalam mendeteksi dan pencegahann *fraud* di Lingkungan Perguruan Tinggi

Negara, Hari KS, Sudaryati, Dwi, 2016, Excellent Internal Auditor. Yogyakarta, LPPM pers UPN "Veteran" Yogyakarta.

Peraturan Pemerintah No 60 Tahun 2008. Tentang Pengendalian Intern

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 16 Tahun 2009. Tentang Satuan Pengawas Intern di Lingkungan Departemen Pendidikan Nasional

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 47 Tahun 2011. Tentang Satuan Pengawas Intern di Lingkungan Departemen Pendidikan Nasional

Peraturan Menteri Riset, Tekknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2016. Tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah di Lingkungkan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.

Sawyer, B Lawrence.et al. 2005. *Internal Auditing*. The IIA: Salemba Empat.

Singleton& Singleton. 2010. Fraudi Auditing and Forencsic Accounting. Fourth Edition Wiley Corporate F&A

Standar Profesional Audit Internal (SPAI), standar 120.2

Sudaryati, Dwi. 2009. Pencegahan dan Pendeteksian Kecurangan Oleh Internal Audit Dalam Mendukung Good Corporate Governance. Jurnal Sosial dan Budaya Universitas Muria Kudus, ISSN: 1979-6889 Vol. 2, No. : 2/Juni./2009.

Sudaryati, Dwi. 2010. Auditing Forensik dan Value For Money Audit . Jurnal Sosial dan Budaya Universitas Muria Kudus ISSN:1979-6870 Vo-

lume 4, No:2/Desember/2010 Hal. 152-168. http://jurnal.umk.ac.id/?page_id=1460 -- http://eprints.umk.ac.id/152/

Sugiyono.2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.Bandung. Alfabeta

The Institute of Internal Auditors. 2009. Guide to Internal Auditing Second Edition. *Statement on Auditing Standards* No.99

Tuanakota,T.M.2007. Akuntansi Forensik dan Audit Investigatif. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia (LPFE UI)

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI PRODUK UKM KERAJINAN TENUN LURIK ATBM

N.N. Kurniyati [1], K.S. Utami [2], dan I.M. Sukanadi[3]
[1,2] Universitas Widya Mataram, [3] ISI Yogyakarta
[1]nanykurniyati@gmail.com

Abstrak

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan upaya menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing dengan kualitas yang dapat diandalkan.Peranan UKM dengan keragaman usahanya dinilai sangat penting karena sektor ini menyediakan secara langsung lapangan kerja bagi sumber daya manusia dengan tingkat pendidikan dan keterampilannya terbatas. Pada umumnya, skala usaha yang dijalankan pada UKM masih berskala kecil, dimiliki dan dijalankan sendiri, sehingga strategi pemasaran UKM cenderung terjadi secara spontan, seadanya, dan tidak dikelola berdasarkan manajemen yang tepat. Para pelaku UKM umumnya lebih memilih strategi pemasaran yang fleksibel. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, para pelaku UKM harus memiliki keunggulan nilai tersendiri atau harus memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan dengan kompetitor atau para pelaku usaha yang lain. Pentingnya strategi pemasaran bagi para pelaku UKM, diantaranya bahwa pemasaran diperlukan sebagai sarana untuk mengenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen, mulai dari bahan, fitur, fungsi, dan berbagai detil produk. UKM Kerajinan Tenun Lurik ATBM merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Sleman. Desa Sumberrahayu sebagai salah satu desa yang sadar akan wisata, memiliki potensi tenun ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) sejak tahun 1950-an. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kelanjutan usaha dan meningkatkan daya saing produk Tenun Lurik, serta mendukung ekonomi kreatif di Kabupaten Sleman adalah melalui pengembangan strategi pemasaran dan inovasi produk hasil Kerajinan Tenun Lurik ATBM pada kelompok-kelompok UKM sesuai potensi ekonomi yang ada, serta tingkat kemampuan yang dimilikinya.

***Kata Kunci**: Strategi Pemasaran, Inovasi Produk, UKM, KerajinanTenunLurik ATBM*

A. Pendahuluan

Pengembangan UKM ekonomi kreatif merupakan upaya menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing dengan kualitas yang dapat diandalkan. UU Nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM, kriteria usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Selanjutnya, ekonomi kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan. Produk kreatif mempunyai ciri-ciri; siklus hidup yang singkat, risiko tinggi, margin yang tinggi, keanekaragaman tinggi, dan persaingan tinggi. Industri yang unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Industri kreatif terdiri dari *penyediaan* produk kreatif langsung kepada pelanggan dan *pendukung penciptaan nilai kreatif* pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan upaya menciptakan sumber daya manusia yang mampu bersaing dengan kualitas yang dapat diandalkan. Ekonomi kreatif terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan. Produk kreatif mempunyai ciri-ciri: siklus hidup yang singkat, risiko tinggi, margin yang tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi, dan mudah ditiru.

Secara umum, UKM atau yang biasa dikenal dengan usaha kecil menengah merupakan sebuah istilah yang mengacu pada suatu jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan) (Akifa P. Nayla, 2014:12).Menurut The American Heritage Dictionary, wirausahawan (*entrepreneur*),didefinisikan dengan, seseorang yang mengorganisasikan, mengoperasikan dan memperhitungkan risiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba.

Seorang pelaku usahadalam skala yang kecil dalam menjalankan kegiatannya akan selalu menggunakan berbagai sumber daya. Sumber daya organisasi usaha meliputi, sumber daya manusia, finansial, peralatan fisik, informasi dan waktu. Dengan demikian seoarng pelaku usaha telah melakukan pengor-

ganisasian terhadap sumber daya yang dimiliknya dalam ruang dan dimensi yang terbatas dan berusaha mengoperasikan sebagai kegiatan usaha guna mencapai laba. Dalam mengorganisasikan dan mengoperasikan usahanya tersebut pelaku usaha berhadapan dengan sejumlah risiko, utamanya risiko kegagalan. Hal ini karena berbagai sumber daya yang dimiliki keterbatasan usaha kecil dan mengandung sejumlah risiko.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah: (Undang-Undang Usaha Mokro, Kecil dan Menengah, 2013: hlm.3)

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Yang dimaksud usaha kecil dan menengah adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajaemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.
4. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
5. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (*entrepreneuship*). Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneuship*) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu meliat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

Peranan UKM dengan keragaman usahanya dinilai sangat penting karena sektor ini menyediakan secara langsung lapangan kerja bagi sumber daya manusia dengan tingkat pendidikan dan keterampilannya terbatas. Di Indo-

nesia, dengan jumlah tenaga kerja tinggi, kelangkaan modal serta kekurangan infrastruktur pendidikan untuk pelatihan dalam kompleks teknologi, maka pengembangan diarahkan untuk mengandalkan UKM dibandingkan usaha padat modal. Apalagi tujuan pengembangan adalah untuk memperluas kesempatan kerja dan peluang berusaha.

Sejarah perekonomian telah ditinjau kembali untuk mengkaji ulang peranan usaha skala mikro kecil dan menengah (UMKM). Beberapa kesimpulan, setidak-tidaknya hipotesis telah ditarik mengenai hal ini. Pertama, pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat sebagaimana terjadi di Jepang, telah dikaitkan dengan besaran sektor usaha kecil. Kedua, dalam penciptaan lapangan kerja di Amerika Serikat sejak perang dunia II, sumbangan UMKM ternyata tak dapat diabaikan (D.L. Birch, 1979 dalam Tambunan, 2013:3)

Pada umumnya, skala usaha yang dijalankan pada UKM masih berskala kecil, dimiliki dan dijalankan sendiri, sehingga strategi pemasaran UKM cenderung terjadi secara spontan, apa adanya, dan tidak dikelola berdasarkan manajemen yang tepat. Para pelaku UKM umumnya lebih memilih strategi pemasaran yang fleksibel. Alasan ini dikarenakan terbatasnya anggaran untuk pemasaran, sehingga pengusaha harus menemukan cara yang efektif dalam memasarkan produk atau jasa dengan biaya pemasaran yang rendah atau bahkan tanpa mengeluarkan biaya.

Kegiatan pemasaran perlu diperhatikan dan merupakan strategi yang harus dipikirkan oleh pelaku usahadalam meningkatkan nilai tambah dari produk yang dihasilkan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, para pelaku usaha UKM harus memiliki keunggulan nilai tersendiri atau harus memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan dengan kompetitor atau para pelaku usaha yang lain. Pelaku usaha hendaknya memiliki kemampuan untuk memahami keinginan konsumen yang semakin kritis, sehingga dapat menghasilkan produk-produk yang benar-benar diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini perlu dilakukan evaluasi produk melalui inovasi-inovasi produk guna mendapatkan produk yang terbaik. UKM akan sulit berkembang apabila pelaku UKM tidak mengetahui metode melakukan pemasaran yang tepat.

Pentingnya strategi pemasaran bagi para pelaku usaha UKM, diantaranya bahwa pemasaran diperlukan sebagai sarana untuk mengenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen, mulai dari bahan, fitur, fungsi, dan berbagai detil produk. Kegiatan pemasaran juga diperlukan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen. Riset pemasaran perlu dilakukan untuk mengetahui keinginan dan perilaku konsumen. Berdasarkan hasil kajian dari Utami dan Kurniyati (2013) menunjukkan bahwa posisi subsektor industri kerajinan

anyaman mendong berada pada kuadran I, maka dengan mempertimbangkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, strategi pengembangan yang tepat adalah *market penetration* melalui pemanfaatan media teknologi informasi ataupun *e-commerce* untuk memaksimalkan pemasaran, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan *development product* melalui inovasi produk untuk meningkatkan penjualan. Dengan demikian, pengusaha dapat memenuhi harapan konsumen melalui produk yang dihasilkan.

Pemasaran sebagai sumber keberlangsungan usaha. Tanpa strategi yang baik, penjualan akan sulit dicapai. Umumnya konsumen akan memilih produk yang sudah digunakan sebelumnya. Agar produk diketahui dan digunakan konsumen, maka pelaku usaha harus mampu membangun merek perlu dilakukan. Menciptakan komunikasi/hubungan dengan konsumen. Hubungan baik dengan kosumen perlu dilakukan untuk memaintain customer retention agar konsumen menjadi loyal dan tidak mudah berpaling ke pesaing. Usaha akan mampu bertahan lama, ditentukan oleh kekuatan merek, kualitas produk, dan komunikasi pemasaran yang kontinyu.

UKM Kerajinan Tenun Lurik ATBM merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Sleman. Desa Sumberrahayu sebagai salah satu desa yang sadar akan wisata, memiliki potensi tenun ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) sejak tahun 1950-an yang tersebar di beberapa titik seperti dusun Gamplong, Kembangan dan Sangubanyu. Tiga kawasan tersebut ini memiliki aksebilitas yang mudah dijangkau karena terletak dalam satu kelurahan. Pada dusun Kembangan masih berupa pengembangan wisata, karena dalam proses inovasi produk batik lurik, kemudian pemasaran produknya dengan membuat galeri pada masing dan terdapat *showroom* Susi. Namun, dalam perkembangannya hingga saat ini, jenis dan motif maupun produk turunan tenun lurik masih sangat terbatas. Oleh karenanya, salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kelanjutan usaha dan meningkatkan daya saing produk Tenun Lurik, serta mendukung ekonomi kreatif di Kabupaten Sleman adalah melalui pengembangan strategi pemasaran dan inovasi produk hasil Kerajinan Tenun Lurik ATBM pada kelompok-kelompok UKM sesuai potensi ekonomi yang ada, serta tingkat kemampuan yang dimilikinya.

Pusat informasi kerajinan tenun lurik ATBM memiliki visi misi yang kuat, yaitu mengembangkan kawasan agar dapat terpublikasi serta terwadahi secara merata. Selain itu diharapkan dapat menjadi contoh untuk perkembangan daerah-daerah penghasil tenun lainnya untuk terus dikembangkan. Tenun

merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan prinsip yang sederhana, yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Dengan kata lain bersilangnya antara benang lusi dan pakan secara bergantian. Kain tenun biasanya terbuat dari serat kayu,kapas, sutra, dan lainnya. Tenun lurik yang semulaberupa stagen pengikat perut kaum wanita atau kain lurik terus mengalami perkembangan.

Seni tenun dalam masyarakat selalu bersifat partikular atau memiliki ciri khas, dan merupakan bagian dari representasi budaya masyarakat tersebut. Kualitas tenunan biasanya dilihat dari mutu bahan, keindahan tata warna, motif, dan ragi hiasannya. Dalam upaya tersebut diperlukan suatu model pengembangan yang tepat bagi para pelaku UKM berdasarkan potensi ekonomi, serta potensi dasar yang dimiliki oleh pelaku UKM, baik kelompok maupun perorangan. Pemodelan pengembangan kelompok ini menjadi kunci jawaban keberhasilan usaha.

B. Identifikasi Permasalahan

Tulisan ini hendak menganalisis tentang strategi pengembangan pemasaran dan inovasi produk pada UKM Kerajinan Tenun Lurik ATBM dalam upaya meningkatkan daya saing. Inovasi produk pada tenun lurik di Dusun Kembangan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniyati dan Utami (2017) dengan memanfaatkan serat alam. Serat alam sebagai bahan modifikasi banyak tersedia di daerah sekitar, antara lain mendong, enceng gondok, lidi, bambu, dan limbah kepompong. Serat alam ini dapat digunakan setelah melalui proses pengeringan dan pewarnaan sesuai kebutuhan. Pemanfaatan sumber daya alam lokal ini dapat menjadi solusi, sehingga hasil tenun tidak terkesan monoton. Inovasi dilakukan dengan menjadikan serat alam sebagai pakan dalam proses penenunan. Dengan mempertimbangkan ketersediaan serat alam yang cukup banyak di daerah sekitar, maka peneliti membuat beberapa desain tenun lurik modifikasi serat alam dengan memanfaatkan mendong, enceng gondok, bambu, lidi, dan limbahkepompong.Hasil kajiannya menemukan bahwa sumber daya alam lokal yang tersedia di daerah sekitar dapat bermanfaat bagi UKM dalam peningkatan inovasi produk. Pemanfaatan ini dilakukan dengan menggunakan serat alam mendong, enceng gondok, lidi, agel, dan serat lainnya, yang dihasilkan daerah sekitar untuk menciptakan motif dan desain baru pada tenun lurik.

Unsur utama proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Pengembangan strategi pemasaran yang benar sepanjang waktu memer-

lukan bauran disiplin dan fleksibilitas. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi, tetapi juga menemukan cara baru untuk terus mengembangkannya. Pemasaran juga harus selalu meningkatkan strategi untuk sejumlah produk dan jasa di dalam organisasinya.

Pemasaran tradisional memandang bahwa perusahaan membuat sesuatu dan kemudian menjualnya. Dalam pandangan ini pemasaran terjadi di paruh waktu kedua proses. Perusahaan yang menerapkan pandangan ini mempunyai peluang sukses terbaik dalam ekonomi yang ditandai dengan kelangkaan barang dimana konsumen tidak memusingkan kualitas atau gaya misalnya, barang primer dasar dipasar yang sedang berkembang.Masalah lain yang dihadapi selain persaingan usaha UMKM yang sangat ketat, sehingga akhirnya pasar bagi produk UMKM semakin berkurang karena tergusur oleh produk-produk hasil tehnologi baru. Sangat banyak faktor yang menjadi kendala yang dihadapi oleh UMKM dalam persaingan, misalnya 1) lemahnya kemampuan di dalam pengambilan keputusan (*poor decision making ability*), 2) ketidakmampuan manajemen (*management incompetence*), 3) kurang berpengalaman (*lack of experience*), 4) lemahnya pengawasan keuangan (*poor financial control*) dengan manajemen yang diterapkan masih sangat sederhana, sehingga keuntunganmaupun kerugian tidak dapat terdeteksi dengan baik. Selain itu, kurangnya kemampuan dalam membuat variasi serta diversifikasi desain dan hasilproduk tenun dengan motif yang terkesan monoton. Umumnya pelaku usaha juga kurang peka terhadap selera pasar dan kurangnya kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk menarik pasar.

C. Konsep Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM

Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan inti dari kegiatan pemasaran. Sasaran dari setiap usaha atau bisnis yang dijalankan yaitu menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba. Dalam persaingan yang semakin kompetitif, dengan pembeli yang semakin pintar dalam memilih produk dengan banyaknya pilihan yang ditawarkan di pasaran, pelaku usaha UKM akan dapat meraih keunggulan apabila mampu melakukan proses penghantaran nilai yang bagus serta memilih, menyediakan, dan mengomunikasikan nilai produk yang unggul dibandingkan nilai produk para pesaiangnya. Dalam hal ini, strategi pemasaran sangat bermanfaat sebagai dasar dalam merencanakan pemasaran yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar dan mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Persaingan usaha yang semakin ketat memaksa para pelaku UKM untuk menciptakan strategi pemasaran yang baru dan efektif dalam memenang-

kan persaingan yang ada. Para pelaku UKM harus cermat dalam mengadopsi strategi pemasaran praktis menjadi lebih teoritis yaitu dengan melakukan inovasi strategi pemasaran. Beberapa contoh inovasi tersebut antara lain dengan melakukan pemasaran yang terintegrasi, fokus pada variabel pemasaran, fokus pelanggan, fokus pasar, modifikasi dan memiliki cara yang unik dalam melakukan pemasaran (O'Dwyer*et.al*, 2009).

Unsur utama proses manajemen pemasaran adalah strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha harus tetap berpegang pada strategi, tetapi juga menemukan cara baru untuk terus mengembangkannya. Pada umumnya, yang dimaksud rencana pemasaran yaitu wujud dari strategi pemasaran dan bagian-bagian yang berkaitan dalam menyusun strategi. Bagian-bagian tersebut, diantaranya; paduan pemasaran apa yang akan ditawarkan, kepada siapa (pasar target) dan berapa lama, sumber daya apa yang ada dalam perusahaan (biaya) yang diperlukan, hasil apa yang diharapkan (penjualan dan laba yang mungkin dalam setiap bulan atau setiap empat bulan, tingkat kepuasan konsumen dan kesukaan).Strategi pemasaran terdiri dari analisis, pengembangan strategi, dan pengimplementasiannya dalam mengembangkan visi mengenai tingkat ketertarikan pasar terhadap organisasi, strategi pemilihan pasar, pemilihan target market, dan pengembangan, implementasi, serta pengelolaan program *strategi positioning* dan marketing yang didesain untuk menemukan value yang diinginkan oleh konsumen di setiap pasar yang ditargetkan (Cravens, 2006: 29).

Secara internal, pelaku usaha perlu memiliki kemampuan khusus yang dicari dari integrasi fungsional. Dalam konsep strategi bersaing, dikemukakan bahwa keberhasilan sebuah usaha sangat tergantung pada kemampuan internal seperti kompetensi khusus, yaitu kemampuan menciptakan kreativitas dan dan mengembangkan inovasi. Pelaku usaha harus mampu menciptakan keunggulan melalui strategi yang menekankan pada biaya rendah dan menciptakan variasi/keragaman produk. Selanjutnya konsep pengembangan usaha kecil dengan menekankan pada strategi yang berfokus pada pengembangan kompetensi inti, pengetahuan atau pengalaman dan keunikan untuk menciptakan keunggulan. Secara spesifik, pelaku usaha kecil yang berhasil mengembangkan usaha, maka harus melakukan pula usaha-usaha khusus yang diarahkan untuk kelangsungan usaha, pengawasan, perencanaan dan ekspektasi. Perusahaan dalam bidang pemasaran harus mengubah dari *getting customer*, menjadi *improve competitive situation*.

Dalam menghadapi globalisasi dan persaingan bebas yang semakin dinamis, perusahaan harus menekankan pada strategi pengembangan kompeten-

si inti (*building core competency*) melalui *The New 7-S' Strategy*, yaitu:

1. Superior *stakeholder satisfaction*, mengutamakan kepuasan *stakeholder*.
2. *Strategic sooth surprise*, merancang strategi membuat kejutan atau yang mencengangkan.
3. *Position for speed*, mengutamakan kecepatan
4. *Position for surprise*, posisi untuk membuat kejutan
5. *Shifting the role of the game*, mengadakan perubahan/pergeseran peran
6. *Signaling strategic intent*, mengindikasikan tujuan dari strategi
7. *Simultanous and sequential strategic thrust*, mendorong strategi secara simultan dan berurutan.

Perajin tenun lurik diharapkan mampu membuat produk unggulan yang lebih inovatif dan mampu meningkatkan kesejahteraan serta mempertahankan kearifan budaya lokal sebagai warisan leluhur. Produk lurik dengan ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya serta kegiatan pemasaran yang tepat dan terarah sesuai sasarannya, merupakan identitas usaha dan merupakan ujung tombak dari usaha dalam memasarkan produk yang di hasilkannya. UKM dituntut memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing.

UKM pada umumnya memiliki anggaran pemasaran yang terbatas, sehingga diperlukan kreatifitas untuk menemukan cara yang efektif dalam memasarkan produk dengan biaya pemasaran yang rendah atau bahkan tidak memerlukan biaya.Oleh karena itu, konsep pengembangan usaha kecil dengan strategi pemasaran yang tertuju pada pengembangan kompetensi inti, pengetahuan dan keunikan produk, sehingga dapat menciptakan keunggulan melalui peningkatan dan penciptaan nilai tambah untuk meraih daya saing melalui pengembangan kapabilitas kewirausahaan. UKM tidak lagi mengandalkan strategi kekuatan pasar yang ada, dan konsep strategi ini lebih murah dan lebih ampuh dalam memberdayakan UKM, karena memanfaatkan sumber daya lokal tercipta produk inti yang unggul.

Keberhasilan strategi pemasaran harus didukung adanya sumber daya dan kemampuan utama yang merupakan inti setiap usaha. Suatu kemampuan inti memiliki tiga karakteristik, yaitu; 1) Kompetensi inti merupakan sumber keunggulan kompetitif karena memberi sumbangan besar pada manfaat anggapan pelanggan. 2) Kompetensi inti dapat diterapkan pada berbagai pasar. 3) Kompetensi inti sulit ditiru pesaing.Keunggulan kompetitif*(competitive advantage)*akan mampuberkembang pada UKM yang memiliki kemampuan yang khas dan berbeda. Kompetensi inti mengacu pada bidang keahlian teknis dan produksi khusus, sedangkan kemampuan yang berbeda menggambarkan kesempurnaan dalam proses usaha yang lebih luas. Dalam penerapan strategi

pemasaran UKM memerlukan pengaturan kembali sebuah usaha yang diperlukan untuk memaksimalkan kompetensi inti. Pengaturan kembali mempunyai tiga tahap, yaitu kemampuan mendefinisikan (ulang) konsep bisnis atau ide besar, kemampuan membentuk (ulang) lingkup bisnis dan kemampuan untuk memposisikan (ulang) identitas merek usaha yang dijalankan.

Strategi pemasaran melibatkan lingkungan internal dan eksternal. Faktor lingkungan internal meliputi bauran pemasaran, ditambah analisis kinerja dan kendala strategis. Faktor lingkungan eksternal mencakup analisis pelanggan, analisis pesaing, analisis target pasar, serta evaluasi dari setiap unsur lingkungan, teknologi ekonomi, budaya dan politik/hukum yang dapat akan berdampak kelangsungan usaha. Kunci strategi pemasaran untuk menjaga pemasaran yang dapat dijalankan, antara lain:

1. Membuat produk yang unik dan memiliki kelebihan dibandingkan produk lain yang sejenis. Apabila produk tenun yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau kekhasan tersendiri, maka produk akan sulit bersaing. Produk yang berkualitas saja tidak cukup, produk juga harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen, dan sesuai kemampuan daya beli konsumen. Apabila produk yang ditawarkan dirasa ketinggalan trend dan lambat berinovasi, maka produk cenderung akan ditinggalkan oleh konsumen dan beralih pada produk pesaing.
2. Menempatkan usaha lebih dekat dengan pelanggan yang sudah ada dan terus berupaya untuk memperoleh pelanggan yang baru. Strategi pemasaran dalam upaya mengembangkan UKM, harus terus menerus mencari pelanggan baru, dan juga berupaya membuat suasana yang menyenangkan dan mampu memuaskan pelanggan yang sudah ada. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan dengan keramahan dengan pelanggan. Memelihara pelanggan dengan memberikan discount atau produk tambahan secara gratis kepada pelanggan untuk menciptakan rasa puas di hati pelanggan.
3. Pelaku usaha harus mampu menarik pelanggan baru dalam usaha kecil dapat dilakukan dengan mendorong calon pelanggan supaya memberikan informasi kontak mereka dan melakukan *follow up* secara reguler untuk membangun kredibilitas usaha dan meningkatkan nilai produk. Melakukan publikasi di tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh calon pembeli potensial.Melakukan pameran produk dilengkapi informasi tentang harga, bahan baku dan lain-lain. Melakukan evaluasi untuk mengetahui program pemasaran yang efektif dan yang kurang efektif, sehingga kita dapat menentukan perubahan strategi pemasaran berdasarkan hasil temuan tersebut.

4. Membuat pesan pemasaran yang tepat dalam mempromosikan produk tenun lurik untuk mendapatkan atensi dari calon pelanggandengan menginformasikan keunikan dan daya tarik produk serta membuat calon pelanggan merasa tertarik. Pesan pemasaran disusun dengan lebih memahami kebutuhan pelanggan, sehingga akan lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

Langkah-langkah yang dapat dilakukan agar strategi pemasaran UKM berjalan efektif, diantaranya membuat produk dengan kelebihan yang tidak dimiliki produk lain di pasaran. Konsumen yang semakin cerdas dan ketatnya persaingan menuntut pengusaha untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelaku usaha juga dapat melakukan strategi pemasaran dengan memberikan kemudahan akses yang mudah dijangkau oleh konsumen, sehingga konsumen akan terus mendatangi dan tertarik dengan produk tenun.

Selain itu menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen, melayani dengan *personal touch*, yang membuat konsumen merasa special, hal ini dapat menimbulkan nilai tambah dari produk tenun lurik. Selain itu, pelaku usaha UKM dapat melalukan publikasi melalui pemasangan spanduk, banner, atau brosur di tempat-tampat yang banyak dikunjungi oleh calon pembeli potensial. Mengikuti bazar, pameran, atau event – event sehingga produk dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas.Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk, sehingga arus komunikasi menjadi semakin mudah, cepat, dan murah dengan teknologi internet. Dengan menggunakan jaringan internet memungkinkan produk kita menjangkau area yang lebih luas. Selain menjangkau pasar yang lebih luas, efisien dan murah, keuntungan lain dari pemasaran ini adalah memperpendek jarak distribusi produk sehingga konsumen mendapatkan harga yang lebih murah.Dengan strategi pemasaran UKM yang baik dan terencana, akan membuat aktivitas marketing berjalan dengan lebih efektif. Sehingga tidak menutup kemungkinan UKM akan berkembang pesat.

D. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan dari tulisan ini bahwa dalam upaya pengembangan industri UKM pada masa mendatang, diperlukan upaya menitikberatkan pada peningkatan daya saing sehingga pelaku UKM harus senantiasa berinovasi. Inovasi merupakan suatu tanggapan berkelanjutan terhadap perubahan situasi. Strategi pemasaran sangat diperlukan dalam mengembangkan UKM dalam memperoleh pasar, antara lain melalui perencanaan pemasaran secara matang, adanya kegiatan promosi yang mendukung, tersedianya informasi yang sesuai target,

lengkap dan terus diperbaharui. Strategi pemasaran maupun strategi berkelanjutan sangat menentukan untuk mendorong kinerja UKM. Industri UKM di Indonesia umumnya menghadapi situasi yang stagnan. Keberadaan usaha kecil menengah Tenun Lurik di Kabupaten Sleman ini dinilai jauh lebih siap dilihat dari segi kemampuan sumber daya manusia, skala usaha dan kemampuannya untuk melakukan inovasi dan akses pasar.

Secara spesifik, pelaku usaha kecil yang berhasil mengembangkan usaha, maka harus melakukan pula usaha-usaha khusus yang diarahkan untuk kelangsungan usaha, pengawasan, perencanaan dan ekspektasi. Perusahaan dalam bidang pemasaran harus mengubah dari *getting customer*, menjadi *improve competitive situation*. Keberhasilan strategi pemasaran harus didukung adanya sumber daya dan kemampuan utama yang merupakan inti setiap usaha. Suatu kemampuan inti memiliki tiga karakteristik, yaitu; 1) Kompetensi inti merupakan sumber keunggulan kompetitif karena memberi sumbangan besar pada manfaat anggapan pelanggan. 2) Kompetensi inti dapat diterapkan pada berbagai pasar. 3) Kompetensi inti sulit ditiru pesaing. Keunggulan kompetitif akan mampu berkembang pada UKM yang memiliki kemampuan yang khas dan berbeda.

Selanjutnya, saran yang dapat direkomendasikan bahwa pelaku usaha UKM harus selalu berinovasi, berkreasi, tekun dalam mengembangkan hasil produksinya. Pelaku usaha juga harus aktif memantau keinginanpasar atau mengikuti trend yang sedang berjalan, karena hal ini dapat menentukan kelayakan hasil produksinya untuk dijual dan dalam mengembangkan sumber daya manusia yang lebih berkualitas. Pemerintah agar melakukan kegiatan pelatihan, pembinaan kepada UKM industri kreatif agarlebih meningkatkan potensi berwirausaha serta memiliki kemauan kuat untuk bidang usaha industri kreatif sebagai usaha pokok dan bukan merupakan usaha sampingan dan Pelaksanaan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi Daerah (IPTEKDA) mampu memperoleh keahlian pengetahuan dan sikap baru dalam tetapi juga mampu menerapkan dalam pekerjaan. Pelatihan yang diberikan kepada mitra mempunyai tujuan untuk memberikantambahan pengetahuan dan keterampilan dalam rangka meningkatkan produktivitaspengrajin kerajinan tenun lurik. Pelatihan yang dimaksud sesuai dengan apa yangdibutuhkan oleh mitra yaitu pelatihan desain motif lurik dan manajemen usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Akifa P. Nayla. 2014. *Komplet Akuntansi Untuk UKM dan Waralaba*. Penerbit: Laksana. Jogjakarta.

Cravens, David W. 2006. *Strategic Marketing*. 8th. Edition. New York: Mc-Graw Hill.

Mulyadi Nitisusastro. 2010. Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil. Penerbit Alfabeta. Bandung.

O'Dwyer, Michele, and Ann Ledwith. 2009. Determinants of New Product Performance in Small Firms. International Journal of Enterpreneurial Behaviour & Research. Volume 15. No. 2. pp. 124-136.

Tambunan, Tulus. 2013. UMKM Di Indonesia. Penerbit: Ghalia Indonesia.

Undang-Undang Usaha Mokro, Kecil dan Menengah. 2013. Pustaka Mahardika, Yogyakarta.

Utami, KS. dan NN.Kurniyati.2013. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kreatif Pedesaan di Kabupaten Sleman studi kasus Subsektor Industri Kerajinan Anyaman Mendong. *Artikel prosiding dan Seminar Nasional Masyarakat Madani UII.*ISBN:978-979-98438-8-3.

Utami,KS. dan NN.Kurniyati.2017. Model Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Tenun Lurik Atbm Melalui Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing Dan Mendukung Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Sleman. Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2017 Nomor: 048/HB-LIT/IV/2017.

PENGARUH DIMENSI KEPERCAYAAN TERHADAP PARTISIPASI PELANGGAN *E-COMMERCE*
Studi kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hardoko, S.Si., M.M
STIE SBI Yogyakarta
E-mail:...

Abstract

Just as with offline transactions, transactions through e-commerce have a number of potential risks. Therefore, customer / community trust factor towards e-commerce service provider (vendor) becomes the factor that need to get serious attention in e-commerce development.

This research takes sample in Yogyakarta Special Province, as one of education and tourism city in Indonesia. The objectives of this research are (1) to analyze the influence of ability variable, benevolence, and integrity of e-commerce service provider to e-commerce user trust in Yogyakarta Special Region, (2) to analyze the influence of trust (trust) to the level of e-commerce customer participation in the Special Region of Yogyakarta. The sampling of e-commerce users is done by spreading the questionnaire in 5 Level II Regions (district) in Yogyakarta Special Region and measured by Likert scale. The number of respondents in this study amounted to 150 respondents.

Of the three predictor variables affecting customer trust, ability and benevolence variables have a positive and significant influence. While the integrity variable has positive but not significant influence on e-commerce customer trust in Yogyakarta Special Region. From this study, 39.1% e-commerce customers' trust in Yogyakarta Special Region is influenced by trust, benevolence and integrity, the rest by other causes.

Trust variables have positive and significant impact on e-commerce customer participation in Yogyakarta Special Region. This means trust-measured factors through convenience, satisfaction and responsibility are a factor that determines e-commerce subscriber's participation in the Special Region of Yogyakarta.

***Keywords**: e-commerce, participation, trust, ability, benevolence, integrity*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara berkembang di dunia mulai mengenal internet pada tahun 1990-an. Penyempurnaan teknologi internet ditandai dengan lahirnya teknologi world wide web (www) yang memberikan penyempurnaan kemampuan jaringan yang semakin luas di seluruh dunia. Menurut Laudon (2000) ada beberapa alasan mengapa internet berkembang sangat cepat dan populer di masyarakat : internet memiliki konektivitas dan jangkauan yang luas; dapat mengurangi biaya komunikasi; biaya transaksi yang lebih rendah; dapat mengurangi biaya *agency*; interaktif, fleksibel, dan mudah; serta memiliki kemampuan untuk mendistribusikan pengetahuan secara cepat.

Salah satu aktifitas bisnis yang bisa dilakukan dengan media internet adalah transaksi berbasis internet. Menurut McLeod dan Schell (2004), penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (e-commerce)*. Sedangkan menurut Chaffey (2007) *e-commerce* adalah semua bentuk proses pertukaran informasi antara organisasi dan stakeholder berbasiskan media elektronik yang terhubung ke jaringan internet. Karakteristik *e-commerce* terdiri atas terjadinya transaksi antara dua belah pihak : adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan internet sebagai medium utama dalam proses transaksi (Indrajit, 2001). Dalam praktiknya, transaksi *e-commerce* dapat terjadi antara organisasi bisnis dengan sesama organisasi bisnis (B2B), antara organisasi bisnis dengan konsumen (B2C), antara konsumen dengan organisasi bisnis (C2B), antara konsumen dengan konsumen (C2C), antara organisasi bisnis dengan pemerintah (B2G), antaran pemerintah dengan organisasi bisnis (G2B) dan antara pemerintah dengan masyarakat (G2C). (Putu Agus, 2015).

Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia melesat dalam beberapa tahun ini. Hasil riset yang diprakarsai oleh Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) memperlihatkan bahwa tahun 2013 nilai pasar *e-commerce* Indonesia mencapai US$8 miliar (Rp 94,5 triliun) dan di tahun 2016 diprediksi naik tiga kali lipat menjadi US$25 miliar (Rp 295 triliun). Hal ini didukung oleh pengguna internet yang besar di Indonesia. Pada saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88,7 juta orang atau sekitar 30 % dari total penduduk Indonesia (APJII dan Pusat Komunikasi UI, 2014). Dengan transaksi sebesar itu pasar dan perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat menjanjikan. Dari pengguna internet yang ada di Indonesia, hanya sekitar 7% yang pernah melakukan kegiatan belanja secara

online (McKinsey). Walau tertinggal jauh dibandingkan China, dimana 30 % penduduknya sudah pernah melakukan belanja online, pertumbuhan pengguna internet dan *e-commerce* di Indonesia sangat menjanjikan. Apalagi tipe negara Indonesia yang luas dari sabang dari merauke, terdiri dari banyak pulau yang dipisah dengan lautan, *e-commerce* sangat berpeluang tumbuh secara pesat di Indonesia, karena *e-commerce* sebagai salah satu perdagangan online berbasis komputer dan internet dapat menembus sekat-sekat wilayah yang terpisah jauh dan tidak mengenal batas kabupaten, propinsi bahkan negara.

Seperti bisnis konvensional dan tradisional yang memiliki potensi resiko yang besar, berbisnis melalui *e-commerce* pun memiliki resiko yang cukup besar. Terkait dengan keamanan berbisnis vi internet, Corbit *et al.* (2003) telah melakukan penelitian dan hasilnya adalah ternyata meningkatnya partisipasi konsumen di dalam *e-commerce* berkaitan langsung dengan pengalaman menggunakan *web*, orientasi pasar dan kepercayaan. Peneliti lain, Mukherjee dan Nath (2003), menemukan bahwa komitmen konsumen dalam menggunakan *e-commerce* berkaitan langsung dengan *shared value* (etika, keamanan, dan *privacy*) dan kepercayaan. Resiko dalam *e-commerce*, menurut Tan dan Thoen (2000), dapat dieliminir dengan menjalin komunikasi yang baik antara dua pihak yang bertransaksi, di antaranya melalui penyajian informasi yang relevan. Penyajian informasi yang baik akan menghindari terjadinya *information asymmetry* yang seringkali dimanfaatkan pihak lain untuk melakukan kejahatan di internet *(cybercrime)*. Melalui komunikasi yang baik, konsumen merasa mendapat jaminankeamanan dalam bertransaksi sehingga partisipasinya dalam *e-commerce* menjadi meningkat.

Sebagai negara dengan tingkat pertumbuhan pemakai layanan *e-commerce* cukup tinggi, yakni sebesar 42% dalam kurun waktu tahun 2012 – 2015 (forum ekonomi nusantara, 2015), Indonesia harus memperbaiki regulasi demi menjamin kepastian hukum dalam rangka melindungi konsumen dari kejahatan di dunia internet. Pada beberapa kasus kecurangan dan penipuan transaksi *e-commerce* dapat dijumpai antara lain : uang sudah dibayar tetapi barang tidak pernah diterima, pengiriman barang terlalu lama, barang yang dipesan tidak sesuai dengan kesepakatan dan berbeda kualitasnya. Karena *e-commerce* berkembang seiring dengan pertumbuhan populasi penggunan telepon pintar dan internet, pemerintah perlu untuk menata *e-commerce*, hal ini demi untuk menjaga kepercayaan konsumen yang akan melakukan transaksi layanan *e-commerce*.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki 5 daerah tingkat 2, yakni : Kotamadya Yogyakarta, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Kabupaten Bantul,

Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Gunungkidul. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu Propinsi di Indonesia yang cukup maju dalam hal perkembangan teknologi komputer, komunikasi dan informasi. Selain terkenal sebagai kota pelajar dan pendidikan, Daerah Istimewa Yogyakarta juga dikenal sebagai kota pariwisata di Indonesia. Dengan perkembangan yang ada, Daerah Istimewa Yogyakarta bisa disebut sebagai miniatur Indonesia, karena heterogenitas dan dinamika masyarakatnya.

Transaksi melalui *e-commerce* memiliki potensi resiko yang cukup tinggi. Oleh karena itu faktor kepercayaan (trust) menjadi faktor kunci dalam *e-commerce*. Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta baru beberapa tahun terakhir mengadopsi *e-commerce*, tentunya memiliki beberapa perbedaan dengan negara-negara maju yang telah lama melakukan perdagangan online. Berkaitan dengan praktek *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta yang relatif masih baru tersebut, fenomena yang menarik untuk diteliti adalah sejauh mana kepercayaan (trust) pelanggan dan bagaimana pengaruhnya terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce*. Oleh karena itu, penulis akan menuangkannya dalam penelitian dengan judul : ”Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan *E-commerce*: Studi kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kemampuan *(ability),* kebaikan hati (*benevolence),* dan integritas *(integrity)* vendor terhadap kepercayaan *(trust)* pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta ?
2. Bagaimanakah pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh variabel kemampuan *(ability),* kebaikan hati (*benevolence),* dan integritas *(integrity)* penyedia layanan *e-commerce* terhadap kepercayaan *(trust)* pengguna *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan *(trust)* terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Bagi dunia bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang kepercayaan pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta

b. Bagi pembaca selanjutnya
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan tambahan pengetahuan mengenai pengembangan penelitian di bidang *e-commerce ,* khususnya yang berkaitan dengan peningkatan kepercayaan dan partisipasi pelanggan terhadap *e-commerce*

Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna internet di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian barang/jasa melalui internet (*e-commerce)*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Penelitian

Menurut Mayer *et al.* (1995) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan *(ability)*, kebaikan hati *(benevolence)*, dan integritas *(integrity)*. Faktor yang membentuk kepercayaan ini sangat penting dalam membangun tingkat kepercayaan seseorang untuk mempercayai sebuah media dan sebuah transaksi. Penjelasan ketiga faktor ini adalah:

a. Kemampuan *(Ability)*
Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi. Kim *et al.* (2003) menyatakan bahwa *ability* meliputi kompetensi, pengalaman,pengesahan institusional, dan kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

b. Kebaikan hati *(Benevolence)*
Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar da-

lam mewujudkan kepuasan konsumen. Menurut Kim *etal.* (2003), *benevolence* meliputi perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

c. Integritas *(Integrity)*
Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak. Kim *et al.* (2003) mengemukakan bahwa *integrity* dapat dilihat dari sudut kewajaran *(fairness)*, pemenuhan *(fulfillment)*, kesetiaan *(loyalty)*, keterus-terangan *(honestly)*, keterkaitan *(dependability)*, dankehandalan *(reliabilty)*.

Definisi Operasional

E-commerce

E-commerce didefinisikan sebagai semua bentuk proses pertukaran informasi antara organisasi dan stakeholder berbasiskan media elektronik yang terhubung ke jaringan internet. (Chaffey, 2007). *E-commerce* dapat dilakukan oleh siapa saja dengan mitra bisnisnya, tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dalam aktivitas *e-commerce* sesungguhnya bentuk perubahan pola interaksi antara penjual dan pembeli dari kontak fisik dan tatap muka langsung menjadi berbasiskan internet dan pemasaran global yang lebih meluas (I Putu Agus Eka Pratama, 2015). Media yang populer dalam aktivitas *e-commerce* adalah *world wide web (www),* oleh karenanya, perbaikan terus menerus mengenai pelayanan yang disediakan oleh sistem *web e-commerce* akan mempunyai pengaruh yang besar pada tingkat penjualan dan kepuasan konsumen (Aberg dan Shahmehri, 2000).

I Putu Agus Eka Pratama di tahun 2015 menyatakan terdapat tiga faktor utama penyebab munculnya *e-commerce*, yakni :

1. Adanya Evolusi komputer beserta Hardware dan Software
Beragam inovasi telah ditemukan, berbagai kelemahan sistem berhasil diperbaiki dan beragam aplikasi dan sistem operasi bermunculan satu persatu.
2. Perkembangan jaringan komputer dan internet
Terciptanya jaringan komputer dan internet telah memberikan peran besar di dalam memudahkan hubungan antar para pengguna komputer di seluruh dunia
3. Perubahan gaya hidup dan pola pikir manusia di era digital.
Dengan makin berkembangnya perangkat keras dan perangkat lunak

komputer serta koneksi internet, masyarakat dunia mulai memasuki era digital yang sesungguhnya.

Pengertian kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan memegang peranan yang besar dalam kegiatan bisnis. Kepercayaan dibangun melalui sebuah proses dari beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Sebuah perusahaan atau instansi membutuhkan persiapan yang matang dan tepat dalam rangka memperoleh kepercayaan dari masyarakat sebagai konsumen. Keputusan seseorang dipengaruhi pada pilihan orang yang lebih dapat dipercaya (Moorman, 1992). Sedangkan menurut McKnight *et al* (2002), kepercayaan adalah keyakinan konsumen terhadap niat baik, integritas, dan kompetensi penjual dalam suatu situasi, kesediaan konsumen untuk menerima resiko apapun, serta kesediaan konsumen untuk memberikan informasi mengenai dirinya ketika melakukan transaksi melalui media internet.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa *trust*adalah hubungan saling percaya antara beberapa pihak pada sebuah transaksi, dimana antara beberapa pihak tersebut yakin bahwa akan terjadi pemenuhan kewajiban antara mereka sesuai dengan pengharapannya.

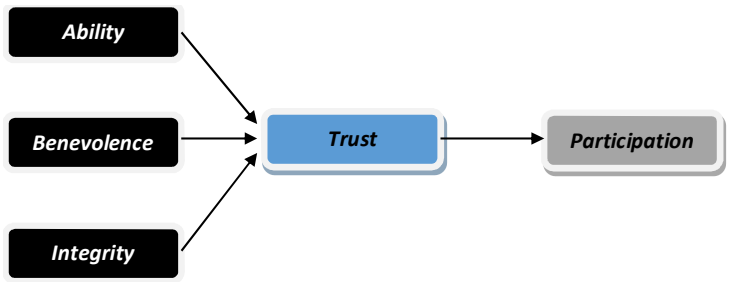
Partisipasi

Partisipasi merupakan indikasi dari keterlibatan seseorang sebuah kegiatan tertentu. Semakin besar keterlibatan seseorang dalam sebuah kegiatan tertentu, maka semakin besar partisipasinya. Partisipasi seseorang pada sebuah kegiatan ditentukan oleh beberapa hal, antara lain : kualitas layanan, kepercayaan konsumen, keamanan dan media yang digunakan.

Seperti kegiatan bisnis offline, partisipasi pada sebuah kegiatan *e-commerce*akan semakin baik jika pihak yang menjual bisa dan mampu menjaga kepercayaan konsumen. Penjual yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen dengan daya upayanya, akan mendapatkan penilaian yang baik dan akan berimbas pada kenaikan partisipasi konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang pada produk yang ditawarkan. Jika konsumen sudah percaya, akan tercipta loyalitas pelanggan yang akan diikuti pembelian ulang dan mengajak orang lain untuk melakukan pembelian pada produk yang disukainya.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan, maka konsep penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa *ability, benevolence* dan *integrity* yang dimiliki oleh vendor merupakan faktor yang membentuk *trust* konsumen (Mayer *et al.*, 1995). Apabila konsumen telah memiliki *trust*, maka akan tumbuh partisipasi (Ratnasingham dan Kumar, 2004).

Dari model konseptual tersebut, hipotesis penelitian yang dikembangkan sebagai berikut:

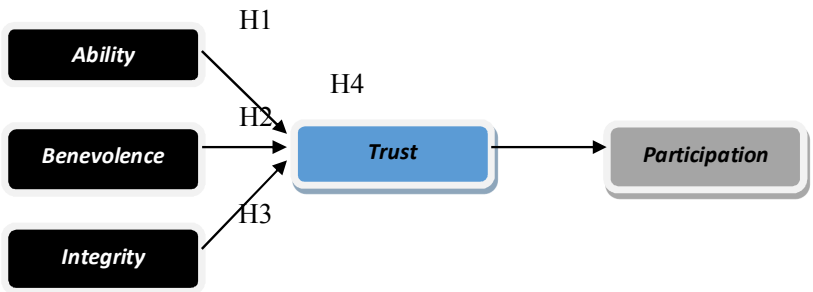
H1 : Kemampuan *(ability)* vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan *(trust)* pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

H2 : Kebaikan hati (*benevolence)* vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan *(trust)* pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

H3 : Integritas *(integrity)* vendor mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan *(trust)* pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

H4 : Kepercayaan *(trust)* mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap tingkat partisipasi pelanggan *e-commerce* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan keempat hipotesis tersebut di atas, secara grafis, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2. Hipotesis Penelitian

METODE PENELITIAN

Desain, Sampel dan Definisi Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah bidang Pemasaran dan Perilaku Konsumen, khususnya aplikasi *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lingkup bahasan yang diteliti adalah kepercayaan konsumen dan pengaruhnya terhadap partisipasi dalam transaksi melalui *e-commerce*. Subjek penelitian ini adalah pengguna internet khususnya Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah melakukan transaksi pembelian barang/jasa melalui media internet, tanpa membatasi jenis barang/jasa yang dibeli.

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengambil sampel secara langsung dari populasi, atau disebut sebagai penelitian survei. Permasalahan pada penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan dan pengaruh atau sebab akibat dari dua fenomena, sehingga penelitian ini merupakan penelitian kausalitas melalui pengujian hipotesis (Sekaran, 1992).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi *e-commerce* melalui media internet. Besarnya populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan masuk dalam kategori *non-probability sampling* (Sekaran, 1992). Teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dipilih adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan (Tatang M.Amirin, 2009).

Sampel merupakan elemen populasi yang dipilih untuk mewakili populasi dalam penelitian (Cooper dan Schindler, 2003:82). Dalam penelitian ini, besarnya sampel disesuaikan dengan model analisis yang digunakan yaitu mengacu pada pendapat Malholtra (2005:36) jumlah sampel guna memenuhi ukuran minimal untuk analisis adalah 4 atau 5 kali jumlah indikator variabelnya. Pada penelitian ini, terdapat 16 indikator variabel, maka jumlah minimal responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 16 x 5 = 90 responden. Sedangkan pada penelitian ini jumlah responden adalah 150, dimana di setiap daerah tingkat II diambil masing-masing 30 responden. Kriteria sample yang digunakan

1. Responden dengan usia minimal 17 tahun.
   Umur 17 tahun dirasa telah mencukupi umur yang mampu dan paham secara menyeluruh tentang isi kuesioner yang diajukan, dan sadar dengan apa yang telah dilakukan dalam pemanfaatan komputer, internet dan *e-commerce*.
2. Responden yang pernah melakukan kegiatan *e-commerce.*

Kuesioner dikhususkan pada responden yang pernah melakukan kegiatan *e-commerce* (tahun 2015 – 2017) untuk mampu menjawab setiap pertanyaan yang diajukan

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan komputasi program SPSS (Statistical Product and Service Solution) Versi 17 karena program ini memiliki kemampuan analisis statistik bagus serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis menggunakan menu-menu dekriptif

Alat Analisis

Alat analisis dalam penelitian ini adalah kuesioner. Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah :

Konstruk	Indikator	Kode
Ability *(var. independent)* (X_1)	Kualitas dan harga kompetitif	X1.1
	Pengalaman	X1.2
	Pengetahuan luas	X1.3
	Pengesahan Institusional	X1.4
Benevolence *(var. independent)* (X_2)	Perhatian	X2.1
	Kemauan berbagi	X2.2
	Dapat diharapkan	X2.3
Integrity *(var. independent)* (X_3)	Pemenuhan	X3.1
	Keterusterangan	X3.2
	Kehandalan	X3.3
Trust *(var. dependent)* (Y_1)	Kenyamanan	Y1.1
	Kepuasan	Y1.2
	Tanggung Jawab	Y1.3
Participation *(var. dependent)* (Y_2)	Keberlanjutan	Y2.1
	Frekuensi	Y2.2
	Rekomendasi	Y2.3

Sumber: Kim *et al*. (2003) dengan perubahan

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Prosedur pengukuran sebagai berikut:

1. Responden ditanya apakah pernah melakukan pembelian online (*e-commerce*) atau belum, jika belum pernah maka responden tidak masuk kriteria untuk mengisi kuesioner.
2. Jika responden pernah melakukan kegiatan *e-commerce*, responden dipersilakan untuk mengisi kuesioner. Jawaban terdiri dari lima pilihan baik untuk variabel bebas maupun variabel terikat, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS)

UJI INSTRUMEN

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria.

Uji ReWliabilitas

Reabilitas adalah tingkat keajegan (konsitensi) suatu tes, yakni sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang relatif tidak berubah walaupun diteskan pada situasi yang berbeda-beda.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dalam kasus ini, distribusi normal. Dengan kata lain, apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Uji asumsi klasik Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran dari responden dalam penelitian ini. Dari sampel yang diteliti sejumlah 150 orang yang mengisi dan mengembalikan kuesioner. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

No.	Karakteristik responden	Keterangan
1.	Jenis kelamin	80 pria, 70 wanita
2.	Usia	70 orang (15-25 tahun) 50 orang (26-35 tahun) 24 orang (35-45 tahun) 6 orang > 46 tahun
3.	Pendidikan	45 orang SLA 16 orang D3 79 orang S1 10 orang S2
4.	Jenis Pekerjaan	48 mahasiswa 9 PNS 16 wiraswasta 9 Dosen dan atau guru 3 BUMN 57 karyawan 1 TNI/Polri 7 lainnya

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji Validitas Variabel Kemampuan (X1)

Untuk mengetahui validitas item adalah dengan membandingkan taraf signifikansinya. Bila signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka item tersebut dapat dikatakan valid. Hasil analisis validitas variabel kemampuan yang terdiri 4 item pertanyaan, semua item terbukti valid karena nilai signifikansinya ada-

lah 0,000 (0,000<0,05), sehingga semua item pada variabel kemampuan (x1) dapat digunakan/dipakai untuk analisis selanjutnya.

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1total
x1.1	Pearson Correlation	1	.440**	.291**	.259**	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	150	150	150	150	150
x1.2	Pearson Correlation	.440**	1	.450**	.303**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
x1.3	Pearson Correlation	.291**	.450**	1	.290**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
x1.4	Pearson Correlation	.259**	.303**	.290**	1	.638**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
x1total	Pearson Correlation	.692**	.785**	.725**	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Kebaikan Hati (X2)

Hasil analisis validitas variabel kebaikan hati yang terdiri 3 item pertanyaan, menunjukkan bahwa nilai semua item memenuhi syarat validitas data yakni memiliki nilai signifikansi 0,00 (0,00<0,05).

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2total
x2.1	Pearson Correlation	1	.302**	.380**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150
x2.2	Pearson Correlation	.302**	1	.231**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	150	150	150	150
x2.3	Pearson Correlation	.380**	.231**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000
	N	150	150	150	150
x2total	Pearson Correlation	.751**	.728**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Integritas (X3)

Untuk mengetahui validitas item adalah dengan membandingkan taraf signifikansinya. Yakni bila signifikansinya lebh kecil dari 0,05 maka item

tersebut dapat dikatakan valid. Hasil analisis validitas variabel Integritas yang terdiri 3 item pertanyaan, semua item memenuhi syarat validitas karena nilainya 0,00 (0,00<0,05).

Correlations

		x3.1	x3.2	x.3.3	x3total
x3.1	Pearson Correlation	1	.213**	.187*	.673**
	Sig. (2-tailed)		.009	.022	.000
	N	150	150	150	150
x3.2	Pearson Correlation	.213**	1	.257**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.009		.001	.000
	N	150	150	150	150
x.3.3	Pearson Correlation	.187*	.257**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.022	.001		.000
	N	150	150	150	150
x3total	Pearson Correlation	.673**	.717**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas variabel Kepercayaan (Y1)

Hasil analisis validitas variabel kepercayaan yang terdiri 3 item pertanyaan, semua item valid karena semua hasil korelasi antara masing-masing butir dengan butir totalnya memiliki nilai probabilitas di bawah 0,05 (0,00<0,05).

Correlations

		y1.1	y1.2	y1.3	y1total
y1.1	Pearson Correlation	1	.347**	.333**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150
y1.2	Pearson Correlation	.347**	1	.400**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150
y1.3	Pearson Correlation	.333**	.400**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150
y1total	Pearson Correlation	.733**	.760**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas variabel Partisipasi (Y2)

Korelasi antara butir partisipasi dengan butir pastisipasi total memiliki nilai probabilitas di bawah 0,05. Hasil analisis validitas variabel partisipasi yang terdiri 3 item pertanyaan, semua item valid (0,00<0,05).

Correlations

		y2.1	y2.2	y2.3	y2total
y2.1	Pearson Correlation	1	.587**	.495**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150
y2.2	Pearson Correlation	.587**	1	.499**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150
y2.3	Pearson Correlation	.495**	.499**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150
y2total	Pearson Correlation	.852**	.836**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Umar, 2005). Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukan seberapa besar pengukuran dapat memberikan hasil yang relative tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Pengujian keandalan alat ukur dalam penelitian ini menggunakan reliabilitas metode *alpha* (α) yang digunaka adalah metode cronbach (Nasution, 2001) Berikut hasil pengolahan reliabilitas untuk setiap variabel yang hasilnya semua variabel adalah reliabel yang ditunjukan pada tabel berikut ini.

Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alfa	Tingkat Reliabilitas
Ability (Kemampuan) (X1)	0,724	Reliabel
Benevolence (Kebaikan hati) (X2)	0,699	Reliabel
Integrity (Integritas) (X3)	0,739	Reliabel
Trust (Kepercayaan) (Y1)	0,701	Reliabel
Participation (Partisipasi) (Y2)	0,780	Reliabel

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ability	15.5849	2.569	.559	.724
benevolence	15.4519	2.566	.636	.699
integrity	15.5185	2.740	.513	.739
kepercayaan	15.4411	2.520	.622	.701
partisipasi	15.7767	2.738	.405	.780

Uji Normalitas

Dari hasil Uji Normalitas yang telah dilakukan, nilai probabilitas di atas 0,05 pada uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov pada variabel X1, X2, X3, Y1 dan Y2. Oleh karena p = 0,855 atau p > 0,05, maka diketahui bahwa data variabel dengan jumlah sampel 150 buah adalah normal, atau memenuhi persyaratan uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41797552
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.607
Asymp. Sig. (2-tailed)		.855

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Uji asumsi klasik Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan menghitung nilai Variance inflation factor (VIF) dari tiap-tiap variabel independen. Nilai VIF kurang dari 10 menunjukan bahwa korelasi antar variabel independen masih bisa ditolerir (Gurajati, 1995).

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terjadi masalah multikolinieritas (multikol). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel.

Berdasaran hasil analisis, tidak ada variabel dalam penelitian ini yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 (VIF < 10). Dengan demikian hasil analisis menunjukan tidak adanya masalah multikolinieritas.

Coefficients[a]

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
Zero-order		Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	ability	.571	.418	.355	.739	1.353
	benevolence	.494	.282	.227	.704	1.420
	integrity	.396	.094	.073	.709	1.410
2	ability	.571	.451	.392	.804	1.243
	benevolence	.494	.329	.270	.804	1.243

a. Dependent Variable: kepercayaan

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Variance Inflation Factor (VIF)	Keterangan
Kemampuan	1,353	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kebaikan hati	1,420	Tidak terjadi Multikolinieritas
Integritas	1,410	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil olah data

Pengujian Hipotesis

Pengujian uji korelasi parsial analisis regresi berganda ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.623	3	5.874	32.947	.000[a]
	Residual	26.031	146	.178		
	Total	43.654	149			

a. Predictors: (Constant), integrity, ability, benevolence
b. Dependent Variable: kepercayaan

Dari Interpretasi Anova, nilai F = 32,947 dengan nilai p = 0,000. Oleh karena p < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas kemampuan, kebaikan hati dan integritas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepercayaan pada taraf 95 %.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635[a]	.404	.391	.42225

a. Predictors: (Constant), integrity, ability, benevolence

b. Dependent Variable: kepercayaan

Adjusted R^2 = 0,391 berarti 39,1 % kepercayaan pelanggan e-commerce di Daerah Istimewa Yogyakarta dipengaruhi oleh kemampuan, kebaikan hati dan integritas, sisanya oleh sebab lain.

Coefficients[a]

Model B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.968	.325		2.980	.003
	Ability	.400	.072	.413	5.560	.000
	benevolence	.284	.080	.270	3.550	.001
	Integrity	.091	.080	.086	1.139	.257

a. Dependent Variable: kepercayaan

Pengaruh *Ability*terhadap Kepercayaan Pelanggan *E-commerce*

Berdasarkan nilai probabilitas, variabel kemampuan memiliki p = 0,000. Nilai probabilitas variabel kemampuan lebih kecil dibandingkan 0,05 dengan nilai beta positif, maka dapat dikatakan kemampuan terbukti signifikan dan positif mempengaruhi kepercayaan pelanggan e-commerce di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pengaruh *Benevolence* terhadap Kepercayaan Pelanggan *E-commerce*

Berdasarkan nilai probabilitas, variabel Kebaikan Hati memiliki p = 0,001. Nilai probabilitas variabel Kebaikan Hati lebih kecil dibandingkan 0,05 dan nilai beta positif, maka dapat dikatakan Kebaikan Hati terbukti signifikan dan positif mempengaruhi kepercayaan pelanggan e-commerce di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti faktor *benevolence* yang diukur melalui perhatian, kemauan berbagi, dan dapat diharapkan merupakan suatu faktor

yang menentukan kepercayaan pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pengaruh *Integrity* terhadap Kepercayaan Pelanggan *E-commerce*

Berdasarkan nilai probabilitas, variabel integritas memiliki p = 0,257. Nilai probabilitas variabel integritas lebih besar dibandingkan 0,05, maka dapat dikatakan integritas terbukti tidak signifikan mempengaruhi kepercayaan pelanggan e-commerce di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti faktor *integrity* yang diukur melalui pemenuhan, keterusterangan, dan kehandalan merupakan suatu faktor yang tidak menentukan kepercayaan pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pengaruh *Trust* terhadap Partisipasi Pelanggan *E-commerce*

Coefficients[a]

Model B		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.113	.339		6.227	.000
	kepercayaan	.388	.084	.355	4.617	.000

a. Dependent Variable: partisipasi

Hasil uji regresi menunjukkan variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan koefisien 0,388. Hal ini berarti faktor *trust* yang diukur melalui kenyamanan, kepuasan dan tanggung jawab merupakan suatu faktor yang menentukan *participation* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka kesimpulan dalam penelitian adalah :

1. Variabel *ability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Variabel *ability* memiliki pengaruh paling kuat diantara variabel yang lain. Hal ini berarti faktor *ability* yang diukur melalui kompetensi, pengalaman,

pengetahuan, dan pengesahan institusional merupakan suatu faktor yang menentukan *trust* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Variabel *benevolence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti faktor *benevolence* yang diukur melalui perhatian, kemauan berbagi, dan dapat diharapkanmerupakan suatu faktor yang menentukan trust pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Variabel *integrity* berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap *trust* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti faktor *integrity* yang diukur melalui pemenuhan, keterusterangan, dan kehandalan merupakan suatu faktor yang tidak menentukan *trust* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
4. Variabel *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *participation* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini berarti faktor *trust* yang diukur melalui kenyamanan, kepuasan dan tanggung jawab merupakan suatu faktor yang menentukan *participation* pelanggan *e-commerce* di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
5. 39,1 % kepercayaan pelanggan e-commerce di Daerah Istimewa Yogyakarta dipengaruhi oleh kemampuan, kebaikan hati dan integritas, sisanya oleh sebab lain.

Saran

1. Perlunya memasukkan faktor lain yang diduga ikut mempengaruhi kepercayaan pelanggan e-commerce di Daerah Istimewa Yogyakarta, misal : kualitas barang dan Harga.
2. Vendor *e-commerce* diharapkan detail dalam mendeskripsikan produknya, baik berupa informasi tentang harga, warna, ukuran, jenis/bahan. Sehingga reputasi vendor terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Candra dan Hermawan, Dadang, (2013). *E-Business dan E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Ainur Rofiq, (2007), *Pengaruh dimensi kepercayaan (trust) terhadap partisipasi pelanggan e-commerce, studi pada pelanggan e-commerce di Indonesia, Thesis*, Universitas Brawijaya, Malang

Andhika, S., 2002. *Asumsi Klasik dan Penanganannya*. Penerbit Bandung.

Gaertner, N. dan Smith, M. 2001. E-Commerce in a Web-based Environment: Auditing Relative Advantages in The Australian Health Sector, *Managerial Auditing Journal*.

Gefen, D., 2002. Customer *Loyalty in E-Commerce*, Journal of the Association for Information Systems. 3:27-51.

Gefen, D. dan Straub, D.W., 2004. Consumer *Trust in B2C E-commerce and theImportance of Social Presence*, Tiga Serangkai, Solo.

IC3 *(The Internet Crime Complaint Center)*, 2004. 2003 Internet Fraud Report: January1,003-December31,2003, http://www.ifccfbi.gov/strategy/statistics.asp

IFW *(Internet Fraud Watch)*, 2004. Internet Scams: Fraud Trends January-December 2003,http://www.fraud.org/internet/intstat.htm

Indrajit, R. E., 2001. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

I Putu Agus Eka Pratama, (2015). E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce. Bandung: Penerbit Informatika

Kim, E., dan Tadisina, S., 2003. *Customer's Initial Trust in E -Business: How toMeasure Customer's Initial Trust,* Proceedings of Ninth Americas-Conference on Information Systems, pp. 35-41.

Kim, Y. H. dan Kim, D. J., 2005. *A Study of Online Transaction Self-Efficacy,-Consumer Trust, and Uncertainty Reduction in Electronic Commerce Transaction*, Proceedings of the 38thHawaii International Conference onSystem Sciences.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., 2003a. *Antecedents of Consumer Trust inB-to-C Electronic Commerce*, Proceedings of Ninth Americas Conferenceon Information Systems, pp. 157-167.

Kim, D. J., Lee, K. Y., Lee, D., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., 2003b. *Trust, Risk andBenefit in Electronic Commerce: What Are The Relationships?*,Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems, pp. 168-174.

Kim, H. dan Xu, Y., 2004. *Internet Shopping: Is It a Matter of Perceived Price orTrust?*, Proceedings of Twenty-Fifth International Conference on-Information Systems, pp. 831-842

Liao, Z., dan Cheung, M. T., 2001. *Internet-based E-Shopping and Consumer Attitudes*: an Empirical Study, Information and Management.

Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. *An Integratif Model of OrganizationalTrust*, Academy of Management Review.

McKnight, D. H., Chervany, N. L., 2002. What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology, *International Journal ofElectronic Commerce*, hal 35-59.

McLeod, R dan Schell, G. P., 2004. *Management Information Systems*. Ninth Edition. Pearson Education Inc., New Jersey 07458.

Moorman, C., 1992, Relationships between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations, *Journal of Marketing Research*, hal 314-328

Mukherjee, A., dan Nath, P., 2003. A *Model of Trust in Online Relationship Banking*. Penerbit: Jakarta.

Ratnasingham, P. dan Kumar, K., 2004. *Trading Partner Trust in Electronic-Commerce Partisipation,* Proceedings of Tenth Americas Conference onInformation Systems, pp. 544-552.

Santoso., dan Suprantto 2002-2004. *The Classic Assumtion*. Penerbit: PT.Elex Media Komputindo.

Sekaran, U., 1992. *Research Methods for Business, a Skill-Building Approach*. Second Edition. John Wiley & Sons, Inc. Canada.

Tung, L. L., Tan, P. L. J., Chia, P. J. T., Koh, Y. L., dan Yeo, H. L., 2001. *AnEmpirical Investigation of Virtual Communities and Trust,* Proceedings ofTwenty-Second International Conference on Information Systems, pp. 307-319.

Utoyo,D.B., 2003. *Darkside of the Warnet*. http://free.vlsm.org/v17/com/ictwatch/ paper/paper040.htm diakses 18 Mei 2005.

Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., dan Foxall, G. R., 2003. A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking, *Technovation,* 23: 847-860.

KESADARAN PELAKU UKM, PEMBUKUAN KEUANGAN DAN VALIDITAS PENDAPATAN USAHA KERUPUK BERBAHAN KULIT DI SEGOROYOSO, PLERET, BANTUL, YOGYAKARTA

Tugimin, Andrus Margiono
Politeknik ATK Yogyakarta Ring Road Selatan, Glugo, Panggungharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta 55188
Telp/Faks.: (0274) 383727, Email: tugimin.atk@yahoo.com

Abstract

Segoroyoso village, kec. Pleret, kabupaten. Bantul is sentra home industri crackers rambak caused by its the skin .Many of the doers of small and medium enterprises inherited rambak business crackers are holding up in a traditional manner characterized by the level of absorption of labor that many .There are business doers that do the orderly administration of financial bookkeeping, but there are also some who lacking orderly in their business financial management sistem .It all depended on of the intention and awareness of the companies of his own where it is strongly influenced by the dual role business players to indonesia capacity as the owner but also decreased production techniques in its internal affairs, until marketing affairs financial management. The production of crackers rambak is becomes the prima donna first basic as culinary in yogyakarta. The needs of crackers rambak were still could be met in accordance with the market demands as a typical food gudeg who be an attraction culinary tourism the community in yogyakarta special. The most interesting factor is a habit of business players doing the calculations an advantage in measuring advantage without recording the orderly administration of but the number is almost equal to the registration of the orderly administration of. Aware of the need to factor the orderly administration of this is what being important in business management sistem as the basis in the decision-making in the basic consideration of business the development of industri crackers rambak in time hereafter.

Key Word: *Crackers rambak industri, awareness of entrepreneurs, the dual role business operators, the orderly administration of, measuring the degree of valid income.*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor industri pengolahan industri olahan makanan kerupuk rambak di Desa Segoroyoso, Kec. Pleret, Kabupaten Bantul terus mengalami peningkatan. Pemerintah daerah melalui Disperindag Kabupaten Bantul menetapkan makanan olahan ini sebagai salah satu produk unggulan di wilayah tersebut. Walaupun dalam perkembangannya, pbanyak ermasalahan klasik UKM yaitu lemahnya tata kelola usaha, tertib administrasi dan lemahnya perencanaan usaha mereka.

Pengusaha kerupuk rambak di Kec. Pleret Kab. Bantul banyak ditemui di Desa Segoroyoso, yang merupakan sentra industri rambak dengan 34 UKM. Sejumlah UKM kerupuk rambak ini keberadaannya tersebar di 5 pedusunan yaitu Jembangan, Srumbung, Kloron, Segoroyoso 1 dan Sogoroyoso 2. Setiap UKM biasanya dapat menyerap setidaknya 5-25 tenaga kerja, sehingga industri di wilayah ini mampu menyerap banyak tenaga kerja lokal. Bahan baku kulit selama ini diperoleh dari dalam propinsi dan luar propinsi, dari dalam propinsi berasal dari Rumah Pemotongan Hewan, sedangkan yang dari luar propinsi berasal dari Kalimantan dengan harga kisaran Rp. 45.000 per kg sedangkan untuk kulit dari Kalimantan dan Rp. 42.000 untuk kulit dari Ujung Pandang. Sampai saat ini semua industi kerambak di wilayah Segoroyoso, tidak mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku kulit.

Usaha kecil dan Menengah bagi Pemerintah Daerah adalah basis pertumbuhan ekonomi rakyat. Salah satu potensi usaha kecil menengah mikro disini adalah usaha pembuatan kerupuk rambak yang menjadi peluang bisnis bagi masyarakat. Sudah terbukti bahwa usaha kecil dan menengah memiliki keunggulan komparatif dalam menghadapi krisis ekonomi sehingga dalam kondisi stabil UKM ini diharapkan dapat mengambil kesempatan. Walaupun terkadang unit usaha mikro ini sering terabaikan karena tingkat produksinya kecil dengan tingkat persaingan yang tajam. (Kanaidi, 2015)

Secara umum UKM memiliki karakteristik antara lain: (1) Sistem pembukuan yang sederhana, (2) Marjin usaha yang tipis karena persaingan yang sangat tinggi, (3) Modal terbatas, (4) Pengalaman manajerial yang terbatas. Selain itu, usaha kecil dan menengah juga tergolong dalam usaha rumahan dengan ciri khas peran pelaku usaha akan melakukan rangkap jabatan dalam segala hal guna menunjang usahanya. (Kellen, Pius Bumi. 2004)

UKM industri krupuk rambak ini tata kelola usahanya masih perlu dimotivasi agar lebih baik, karena UKM selama ini tumbuh dari golongan masyarakat bawah dengan tingkat pendidikan dan pengetahuan yang serba terbatas, sehingga ciri khasnya mereka selalu bertahan dengan cara produksi

sederhana tetapi menyerap banyak tenaga kerja. Fenomena inilah yang menarik dimana seharusnya UKM menerapkan mekanisasi dengan peralatan baru untuk meningkatkan produksi namun hal itu tidak dilakukan, karena tenaga kerja selama ini banyak yang berasal dari lingkungan keluarga.

Masalah tenaga kerja dan kesempatan kerja merupakan masalah klasik bangsa ini yang sangat erat kaitannya dengan pertambahan penduduk, pertambahan angkatan kerja juga semakin besar, sedang bertambahnya angkatan kerja tidak sebanding dengan kesempatan kerja. Pertambahan penduduk di pedesaan yang cepat, berakibat pada makin sempitnya kepemilikan lahan. Dengan demikian gejala umum di pedesaan, khususnya di Jawa adalah tidak seimbangnya antara jumlah penduduk dalam usia kerja dengan lapangan kerja yang tersedia (Nasarudin Malik, 2016).

Kondisi ini perlu disikapi dengan baik supaya peluang kerja dapat dimunculkan, salah satu caranya adalah dengan mengembangkan sektor industri rumah tangga. Maksudnya adalah industri sederhana yang dapat menghasilkan barang barang kebutuhan rakyat secara padat karya, dengan bahan baku yang tetrsedia sesuai potensi daerah tersebut. Dengan demikian akan meningkatkan pendapatan masyarakat untuk terus berkembang sesuai dengan permintaan pasar.(Hoover, E.M. 1977)

UKM industri kecil merupakan sektor yang memiliki pola pertumbuhan yang tidak pasti dan perkembangannya relatif terbatas. Sektor industri kecil lebih mudah dikerjakan masyarakat bawah yang memiliki subsistensi bidang ekonomi. Oleh sebab itu, industri rakyat tidak boleh ditinggalkan, karena dapat menjadi tulang punggung nasional asalkan industri kecil ini mendapat dukungan dan intervensi yang tepat (Thamrin, 1997).

Secara garis besar proses pengolahan makanan olahan industri rumah tangga kerupuk rambak berbahan baku kulit cukup sederhana, yaitu meliputi proses sebagai berikut:

1. Perendaman Kulit Mentah
   Perendaman kulit mentah sapi/kerbau dilakukan dengan air kapur selama sehari semalam (48 jam)
2. Pengerokan
   Pengerokan untuk membersihkan bulu-bulunya dengan pisau sehingga tersisa daging kulitnya.
3. Penjemuran
   Kulit yang sudah bersih lalu dikeringkan melalui cara dijemur dengan dibentangkan agar cepat kering
4. Pemotongan

Bila kulit sudah kering dilakukan pemotongan dengan gunting besar berukuran 3 cm × 5 cm atau sesuai selera. Potongan biasanya mempengaruhi penampilan kerupuk sebagai daya tarik konsumen.

5. Penambahan bumbu
   Kulit yang sudah dipotong-potong ditaburi bumbu halus bawang putih, lada/merica, garam, dan gula.
6. Perebusan
   Perebusan dilakukan sebagai tahap awal agar semua tambahan bumbu rasa dapat merasuk terus direbus sampai kulit benar-benar masak (tandanya kulit tampak transparan).
7. Pengeringan
   Pengeringan dilakukan sebagai tahap akhir sampai produksi rambak kulit ini tampak kering.
8. Penggorengan tahap pertama
   Penggorengan tahap pertama dilakukan di atas api kecil (minyak jangan sampai mendidih/ bergejolak) hingga kerupuk agak mekar lalu angkat dan tiriskan.
9. Penggorengan tahap kedua
   Penggorengan tahap kedua dilakukan dengan api besar sehingga minyak goreng mendidih/ bergejolak di atas api besar ini akan menghasilkan kerupuk yang matang dan mekarnya optimal.
10. Packing
    Setelah mekar dan matang, ditiriskan, setelah dingin, dan kering kerupuk rambak mentah siap digoreng ini siap dikemas dan siap dipasarkan dalam kemasan plastic 5 dan 10 kilonan.

Daya dukung pengembangan industri yang ditempuh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bantul, dalam hal penyuluhan dan pembinaan tata kelola usaha, perijinan, permodalan dan pendampingan sudah optimal. Namun perlu disadari bahwa usaha industri rumah tangga dalam pengembangan pengelolaanya sangat tergantung kepada karakter pemilik usaha itu sendiri.

Kemitraan usaha kerupuk rambak yang terjalin di Segoroyoso, Pleret, Bantul selama ini cukup menjamin ketersediaan bahan baku produksi rambak, begitu juga dengan permintaan produksi kerupuk rambak tidak pernah behenti. Daya dukung tenaga kerja juga cukup memadai dimana banyak melibatkan tenaga kerja dari lingkungan keluarga. Begitu juga dengan daya dukung lingkungan selama ini tidak menjadi masalah, semisal dalam pengolahan limbah cair telah dibuang dengan sistem resapan tersendiri.

Kegiatan usaha industri rumah tangga kerupuk rambak berbahan baku kulit di Bantul ini selama ini cukup prospektus. Semua unsur kemitraan berjalan den-

gan dinamis dalam menunjang tersedianya bahan baku dalam jumlah yang cukup, berkesinambungan, dan harga yang relatif murah. Tersedianya tenaga kerja yang cukup, terampil, dan relatif murah akan memberikan pengaruh pula terhadap kualitas dan kuantitas barang produksi. Selain faktor-faktor tersebut juga didukung sarana transportasi masih cukup memadai. (Eugene F. Brigham Joel F Houston, 2012)

Peran industri rumah tangga kerupuk rambak selama ini menjadi roda penggerak ekonomi rakyat cukup memberikan andil sangat besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan, namun karena sifat usahanya kecil sehingga masih memerlukan pembinaan terus menerus agar masalah yang dihadapi seperti masalah pemasaran, modal, dan pengelolaan dapat segera diatasi. (Mittal, B., and Lassar, W.M., 1998)

Pentingnya industri kecil di dalam proses pembangunan ekonomi negara yang sedang berkembang sangat erat hubungannya dengan sifat-sifat dasar industri kecil. Sifat-sifat dasar industri kecil di Segoroyoso ini antara lain :

1. Proses produksi yang padat karya. Jika dilihat dari sifat industri kecil ini tidak hanya dianggap sebagai elemen dari kebijakan pemerintah untuk memperbesar kesempatan kerja, tapi juga cukup efektif untuk pembentukan, peningkatan dan distribusi pendapatan
2. Industri kecil ini terkonsentrasi di daerah pedesaan, oleh karena itu industri kecil dapat menjadi sumber pendapatan utama atau tambahan bagi masyarakat
3. Industri kecil ini menggunakan teknologi sederhana yang lebih sesuai dengan kondisi lokal
4. Banyak menggunakan bahan baku lokal dalam kegiatan produksinya
5. Sumber utama pembiayaan proses produksi pada umumnya berasal dari pemilik usaha itu sendiri, sehingga industri kecil sangat penting sebagai suatu instrumen investasi utama
6. Industri kecil tidak banyak memerlukan tertib administrasi pembukuan keuangan yang rumit

Sifat-sifat dasar ini akan memunculkan kontribusi industri kecil terhadap pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat dan kontribusinya terhadap penerimaan devisa Negara telah membuktikan bahwa industri kecil tidak hanya aktif namun juga produktif, sedangkan sektor informal mampu berperan sebagai buffer (penyangga) dalam perekonomian masyarakat (Tambunan, 1992).

Jenis industri kecil dan menengah di Kabupaten Bantul terbagi kedalam 5 (lima) jenis usaha yakni pangan, kerajinan, sandang dan kulit, kimia dan bahan bangunan, logam dan elektronika. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, terdapat 18.158 industri kecil dengan penyerapan tenaga kerja 81.803 orang, total nilai investasi sebesar

Rp 488.715.000.000 dan total nilai produksi Rp 800.106.000.000. Banyaknya UKM di wilayah Bantul merupakan pertanda bahwa kontribusi UKM terhadap perekonomian nasional pada tahun 2016 mencapai 35,48 persen.

Kerupuk rambak Desa Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul merupakan salah satu jenis kerupuk yang terbuat dari bahan baku kulit sapi atau kerbau. Secara komparatif UKM memiliki keunggulan komparatif dengan tingkat pertumbuhan yang lebih baik jika dibandingkan dengan usaha besar. Dengan demikian keberpihakan Disperindag Kab. Bantul untuk memberdayakan UKM merupakan strategi pembangunan daerah. Pemda Kabupaten Bantul telah menetapkan wilayah-wilayah zonasi tertentu sebagai produsen makanan kecil. (Erizky Binarw Chiara, Joseph De & Lee E.Koppelman, 1990)

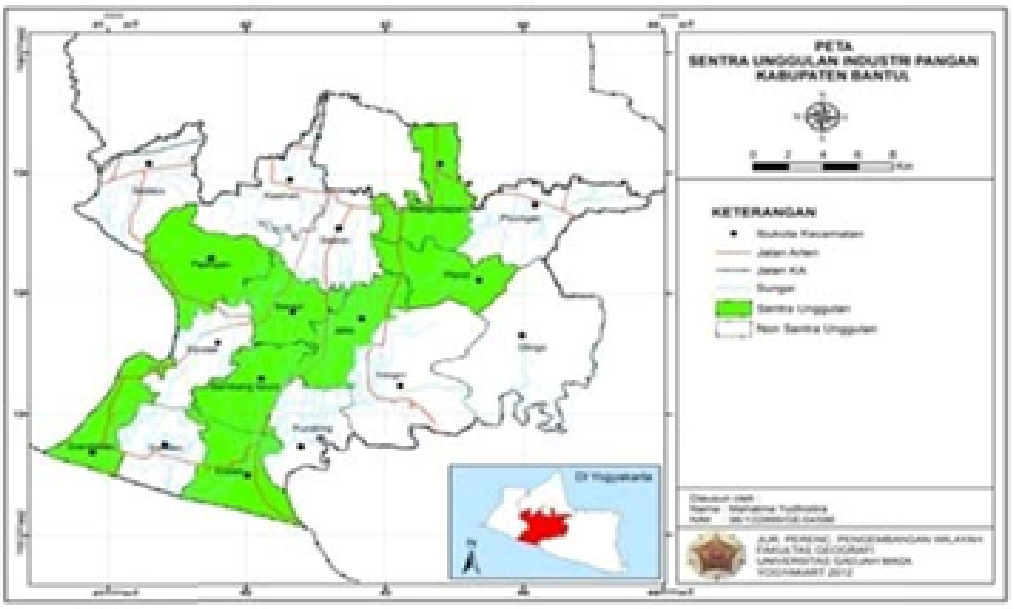
Tabel 1.
Sentra Unggulan Jenis Industri Kecil dan Rumah Tangga
di Kabupaten Bantul

Kecamatan	**Jenis Industri**				
	Pangan	**Sandang**	**Kimia Bangunan**	**Kerajinan**	**Logam**
Srandakan	UU	BU	UU	BU	BU
Sanden	BU	BU	BU	BU	BU
Kretek	UU	BU	BU	BU	BU
Pundong	BU	BU	BU	UU	BU
Bambanglipuro	UU	BU	BU	BU	BU
Pandak	BU	UU	BU	BU	UU
Bantul	UU	UU	BU	BU	BU
Jetis	UU	UU	BU	BU	BU
Imogiri	BU	UU	U	BU	BU
Dlingo	BU	BU	BU	UU	BU
Pleret	UU	BU	BU	BU	BU
Piyungan	BU	BU	UU	BU	BU
Banguntapan	UU	BU	UU	BU	UU
Sewon	BU	BU	BU	UU	BU
Kasihan	BU	BU	BU	UU	UU
Pajangan	UU	BU	UU	BU	BU
Sedayu	BU	UU	UU	UU	BU

Sumber data diolah

Keterangan* BU=Bukan Unggulan, UU=Unggulan Utama, U=Unggulan

Berikut ini peta sentra-sentra unggulan industri kecil dan rumah tangga di Kabupaten Bantul.



Gambar 1. Peta Sentra Unggulan Industri Pangan Kabupaten Bantul

Kesadaran budaya tertib administrasi keuangan pelaku UKM dalam tata kelola usaha di Segoroyoso masih perlu dimotivasi. Karena belum semua UKM menerapkan kebijakan tertib administrasi keuangan namun secara garis besar catatan keuangan masih dapat terlacak dengan pembenahan pembukuan akuntasinya. Fenomena rangkap jabatan dalam kapasitasnya sebagai pemilik/ pengusaha, terkadang juga mengurusi urusan teknis produksi yang terkadang menggantikan peran tenaga kerja, urusan permodalan, urusan membangun relasi kemitraan sampai urusan pemasaran.

Sistem akuntasi merupakan suatu kegiatan yang harus dan sebaiknya dilakukan oleh suatu usaha bisnis, guna melihat kondisi suatu usaha yang sebenarnya. Tata kelola keuangan dan sistem akuntansi suatu usaha wajib diterapkan pada semua skala usaha, namun jika kurang sesuai dapat di modifikasi sesuai dengan keperluan dengan tetap memperhatikan fungsi perencanaan dan pengawasannya. Administrasi pembukuan usaha kecil memerlukan minimal 3 jenis buku pencatatan meliputi : (1) Buku Harian, (2) Buku Jurnal, (3) Buku Besar. (Harimurti Subanar, 2001, Manajemen Usaha Kecil. Hal. 69).

Tertib administrasi keuangan dibutuhkan untuk menelaah keadaan keuangan guna mengetahui seluruh hasil usaha, dan kemajuan usaha agar terus berkembang. Analisa dilakukan dengan mengukur hubungan antara unsur-unsur laporan keuangan dan bagaimana perubahan unsur-unsur itu dari tahun ke tahun untuk mengetahui arah perkembangannya.

Validitas tingkat pendapatan usaha dari sudut pandang manajemen merupakan tolok ukur kinerja untuk mencatat tingkat prestasi pencapaian laba usaha, efisiensi kerja, keamanan aktiva, struktur permodalan yang sehat, dan perusahaan mampu merencanakan pengembangan usahanya sehingga diperlukan informasi yang lengkap, terperinci dan terukur.

TUJUAN

Tujuan penelitian ini adalah

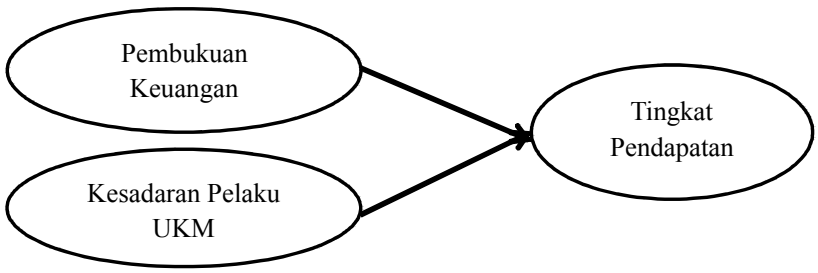
1. Mengidentifikasi karakter UKM dalam tata kelola usaha kerupuk rambak
2. Melihat hubungan antar variable, kesadaran pelaku UKM dalam menerapkan kebijakan tertib administrasi keuangan pengaruhnya terhadap tingkat validitas pendapatan usaha kerupuk rambak
3. Merekomendasikan masukan dalam tata pengelolaan usaha yang seharusnya dilakukan

METODE PENELITIAN

Penelitian UKM di Bantul ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan cara Cross Sectional yaitu untuk menggambarkan kecenderungan data responden yaitu UKM industri rumah tangga kerupuk rambak dilakukan dalam bentuk meneliti seluruh pencatatan keuangan, catatan semua transaksi dan kegiatan operasional, semua penerimaan dan pengeluaran keuangan sehari-hari sehubungan dengan kegiatan UKM, dengan melihat hasil laporan keuangan (pelaporan) berupa neraca, laporan rugi/laba dan laporan perubahan modal. Pengambilan data di lapangan dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan Juli 2017. Data diambil dari lima responden pengusaha kerupuk rambak di Segoroyoso, Pleret, Bantul. Pengambilan data sampel menggunakan metode pengambilan contoh secara simple random sampling untuk responden pengusaha sekaligus untuk melihat sistem pembukuan tertib admninistrasi keuangan. Dari seluruh kuesioner penelitian sebanyak 60 responden yang terdistribusikan ditujukan kepada pemilik UKM maupun karyawan pekerjanya. (Black, James A. & Dean J. Champion. 1992)

Pengumpulan data seluruh variable dilakukan untuk menyajikan data setiap variable lengkap guna mengetahui karakteristik UKM, membandingkan data pengamatan/ observasi dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi dengan mengkonfirmasikan hasil wawancara dari satu orang ke orang lain yang sifatnya cross-check dan terakhir membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen untuk menegaskan data setiap variable.

Penegasan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tiga hubungan antar variabel yaitu "Kesadaran Pelaku UKM", "Tertib Administrasi Pembukuan Keuangan" dan "Validitas Tingkat Pendapatan Usaha Kerupuk Berbahan Kulit" yang tercermin pada model penelitian seperti yang di jelaskan dalam gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2
Kesadaran Pelaku UKM, Pembukuan Keuangan dan Validitas Tingkat Pendapatan Usaha Kerupuk Berbahan Kulit di Segoroyoso

Penegasan hubungan interaksi kausal antara "Validitas Tingkat Pendapatan UKM yang sebenarnya" lebih ditentukan oleh "Kesadaran Pelaku UKM" untuk menerapkan "Sistem Pembukuan Keuangan" sehingga mampu menjadi landasan pertimbangan dalam pengembangan usaha industri kerupuk rambak berbahan kulit di Segoroyoso, Pleret, Kabupaten Bantul ini.

Pengembangan hipotesis sistem pembukuan keuangan terhadap tingkat pendapatan. Ditunjukkan oleh sistem pembukuan keuangan UKM diharapkan mampu menyajikan nilai keuntungan berdasarkan seluruh bukti pemasukan dan pengeluaran transaksi keuangan, sehingga dapat diketahui keuntungan yang terukur untuk mengetahui Validitas Tingkat pendapatan perusahaan sebagai dasar pengembangan rencana usahanya. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1: Sistem pembukuan keuangan akan berpengaruh terhadap validitas tingkat pendapatan yang sebenarnya

Pengembangan hipotesis kesadaran pelaku UKM terhadap tingkat pendapatan. Ditunjukkan oleh kesadaran pelaku UKM dalam menerapkan pencatatan pembukuan keuangan sebagai penunjang bisnisnya. Pelaku UKM wajib merespons setiap transaksi pemasukan maupun pengeluaran keuangan sesuai kebutuhan usahanya untuk mencatat semua transaksi secara tertib guna mengetahui seluruh keuntungan bersih usahanya. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

H_2: Kesadaran pelaku UKM dalam menerapkan tertib administrasi keuangan akan berpengaruh terhadap Validitas Tingkat pendapatan perusahaan yang sebenarnya

Defininisi Operasional Variabel

Variabel Independen: Kesadaran pelaku UKM dan Sistem pembukuan keuangan dengan **Variabel Dependen**: Validitas Tingkat pendapatan perusahaan. Sarana yang dipakai untuk mengumpulkan data penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang terbagi atas tiga bagian. Masing-masing terdiri dari data Kesadaran pelaku UKM dan Sistem pembukuan keuangan dan Validitas Tingkat pendapatan perusahaan.

Kesadaran pelaku UKM diukur dengan 13 item pernyataan. Item pernyataan mencakup: struktur organisasi, kebijakan, gaya kepemimpinan, peraturan kerja, administrasi umum, rekruitment, komunikasi, personalia, sistem keuangan, ketentuan jam kerja, jaminan kerja, sistem upah dan prospek karir.

Sistem pembukuan keuangan diukur dengan 13 item pernyataan. Item pernyataan mencakup: pokok transaksi, catatan nota bukti pengeluaran, catatan nota bukti pengeluaran, buku kas, buku rekapitulasi, buku neraca dan buku untung rugi perusahaan.

Validitas Tingkat pendapatan perusahaan diukur dengan 13 item pernyataan. Item pernyataan mencakup: total penerimaan, total pengeluaran, investasi peralatan dan investasi permodalan.

Seluruh data yang terkumpul adalah data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan melalui kuesioner yang disusun dengan skala sikap *Likert*. Nilai jawaban dilakukan dengan skoring antara 1 sampai 5 tingkatan skalatis yang terukur dari jawaban angka 5 positif atau favorable sampai jawaban angka 1 atau unfavorable. Sedangkan uji validitas memakai metode *Product Moment* sedangkan uni reliabilitasnya memakai metode *Cronbach Alpha.*

Analisis data menggunakan Multiple Regresion untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variable independent (Sistem Manajemen Organisasional) atau uji–t dan variable dependent (Tingkat Pendapatan) atau uji–F. Koefisien R^2

menunjukkan bahwa prosentase variasi variable dependen yang dijelaskan oleh variasi yang ada dalam variabel independen. Sedangkan nilai R^2 yang berada antara nilai 0 dan nilai 1 hingga kecenderungan R^2 mendekati nilai 1 berarti Kesadaran Pelaku UKM dalam Tertib Administrasi Keuangan semakin kuat dalam menghitung Validitas Pendapatan memiliki hubungan yang kuat.

HASIL PENELITIAN

Dari kuesioner yang didapatkan data mengenai karakter responden yang kita jangkau meliputi pelaku, administrasi dan pekerja di UKM dianggap cukup mewakili seluruh populasi sample. Seluruh data responden tersebut dinyatakan sahih yang sesuai pada tabel 1.

Tabel 2.
Data Responden Diukur Berdasarkan Usia, Pendidikan, Jabatan dan Masa Kerja

		Jumlah	
	Variable	**Orang**	**Prosentase**
1.	Usia		
	• 21 – 30 tahun	26	43,33
	• 31 – 40 tahun	32	53,33
	• 41 – 50 tahun	2	3,33
2.	Tingkat Pendidikan		
	• SD	4	6,66
	• SMP	43	71,66
	• SMA	11	18,33
	• S1	2	3,33
3.	Jabatan		
	• Pemilik	7	11,66
	• Administrasi	2	3,33
	• Pekerja/Buruh	51	80

4. Masa Kerja		
• 2 – 5 tahun	6	10
• 6 – 9 tahun	43	71,66
• 10 – 5 tahun	11	18,33

Pendistribusian kuesioner penelitian ini menggunakan metode *try out* terpakai, yaitu kuesioner yang terdistribusikan tanpa *pre-test* terlebih dahulu, sehingga seluruh data yang telah diisi responden dilakukan pengujian. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan dengan SPSSS dengan taraf signifikansi yang digunakan dalam pengujian adalah 5%, sehingga setiap pertanyaan mendapat status sahih jika nilai rxy positif dan nilai $p<0.05$.

Dari kuesioner yang didapatkan data mengenai karakter responden yang memuat penjabaran Sistem Pembukuan UKM Kerupuk Rambak : Bagan Alir Keuangan, Kebijakan, Aturan Kerja, Administrasi Pembukuan , catatan pemasukan, catatan pengeluaran, buku KAS, upah tenaga kerja, Buku Pengiriman Rambak investasi keuangan, investasi perlatan kerja, pajak dan Buku Rekap Bulanan dan lainnya, seluruhnya dinyatakan Sahih sesuai pada tabel 2.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Sistem Pembukuan Keuangan UKM Kerupuk Rambak

Sistem Pembukuan Keuangan UKM			
Butir No	**Rxy**	**P**	**Status**
1. Bagan Alir Keuangan	0.608	0.001	Sahih
2. Kebijakan	0.575	0.001	Sahih
3. Aturan Kerja	0.826	0.000	Sahih
4. Administrasi Pembukuan	0.740	0.000	Sahih
5. Catatan Nota pemasukan	0.701	0.000	Sahih
6. Catatan Nota pengeluaran	0.813	0.000	Sahih
7. Buku KAS	0.703	0.000	Sahih
8. Buku Upah Tenaga Kerja	0.853	0.000	Sahih
9. Buku Pengiriman Rambak	0.843	0.000	Sahih
10. Investasi Keuangan	0.753	0.000	Sahih
11. Investasi Peralatan	0.643	0.000	Sahih
12. Pajak	0.488	0.004	Sahih
13. Buku Rekap Bulanan	0.820	0.000	Sahih

Kesadaran Penerapan Pembukuan Keuangan UKM : Kesadaran Pelaku UKM dalam Pembukuan Keuangan meliputi : Struktur Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Perencanaan Anggaran, Pilihan Sumber Dana, Pilihan Jenis Investasi, Penjadwalan, Koordinasi, Pengalaman,/pengetahuan, Pengawasan/ control, Prosedur Pengeluaran Kas, Sistem Pembayaran dan Penagihan, Sistem Pengarsipan, Pelaporan Keuangan Bulanan dan Tahunan, dst, seluruhnya dinyatakan Sahih sesuai pada tabel 3.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kesadaran Pelaku UKM dalam Pembukuan Keuangan

Kesadaran Pelaku UKM dalam Pembukuan Keuangan			
Butir No	**Rxy**	**P**	**Status**
1. Struktur Organisasi	0.483	0.001	Sahih
2. Gaya Kepemimpinan	0.673	0.000	Sahih
3. Perencanaan Anggaran	0.639	0.000	Sahih
4. Pilihan Sumber Dana	0.574	0.000	Sahih
5. Pilihan Jenis Investasi	0.637	0.000	Sahih
6. Penjadwalan	0.698	0.000	Sahih
7. Koordinasi	0.578	0.000	Sahih
8. Pengawasan/control	0.707	0.000	Sahih
9. Prosedur Pengeluaran Kas	0.646	0.000	Sahih
10. Sistem Pembayaran/Penagihan	0.707	0.000	Sahih
11. Sistem Pengarsipan	0.646	0.000	Sahih
12. Pelaporan Keuangan Bulanan	0.574	0.000	Sahih
13. Pelaporan Keuangan Tahunan	0.588	0.000	Sahih

Dari kuesioner yang didapatkan data mengenai karakter responden yang memuat penjabaran Validitas Pendapatan : Pendapatan Penjualan Produk Utama, Keuntungan Produk Sampingan, Pendapatan Pemberian Jasa Sewa, Pendapatan Bunga Simpanan, Pendapatan Keuntungan Pelepasan Investasi, Pendapatan dari Penghematan, Tambahan Modal Berjalan, Keuntungan Lain (Bangunan), Pemupukan modal, Keuntungan Neraca Rugi Laba, dst seluruhnya dinyatakan sahih sesuai pada tabel 4.

Tabel 5.
Hasil Uji Validitas Validitas Tingkat pendapatan perusahaan

Validitas Tingkat pendapatan perusahaan			
Butir No	**Rxy**	**P**	**Status**
1. Pendapatan Penjualan Produk Utama	0.702	0.001	Sahih
2. Keuntungan Produk Sampingan	0.675	0.000	Sahih
3. Pendapatan Pemberian Jasa Sewa	0.526	0.000	Sahih
4. Pendapatan Bunga Simpanan	0.840	0.001	Sahih
5. Keuntungan Pelepasan Investasi	0.603	0.000	Sahih
6. Pendapatan dari Penghematan	0.603	0.000	Sahih
7. Tambahan Modal Berjalan	0.703	0.000	Sahih
8. Keuntungan Lain (Bangunan)	0.853	0.001	Sahih
9. Pemupukan Modal	0.743	0.000	Sahih
10. Keuntungan Neraca Rugi Laba	0.653	0.000	Sahih

Berdasarkan uji reliabilitas, item-item variabel Sistem Pembukuan Keuangan UKM, Kesadaran pelaku UKM dan Tingkat Pendapatan UKM kerupuk rambak, hasil uji reliabilitas dinyatakan Sahih, sesuai pada tabel 5.

Tabel 6
Uji Reliabilitas

Nama Variable	Koefisien Alpha	Status
Sistem Pembukuan Keuangan UKM	0.789	Andal
Kesadaran pelaku UKM dalam penerapan Adm. Keuangan	0.849	Andal
Validitas Tingkat pendapatan perusahaan Kerupuk Rambak	0.823	Andal

Berdasarkan uji validitas, item-item variabel Sistem pembukuan UKM, sistem kesadaran pelaku UKM dalam menerapkan kebijakan tertib administrasi keuangan pengaruhnya terhadap validitas tingkat pendapatan usaha kerupuk digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa kesadaran pelaku UKM dalam menerapkan kebijakan tertib

administrasi keuangan terhadap validitas tingkat pendapatan usaha kerupuk rambak memiliki korelasi yang cukup signifikan.

Korelasi terbesar pada Uji eliabilitas Penerapan kebijakan tertib administrasi dengan validitas tingkat pendapatan usaha menjadi lebih jelas ditunjukkan dengan korelasi sebesar 0.789. Sedangkan korelasi antara variabel Sistem pembukuan keuangan UKM terhadap Validitas Tingkat pendapatan usaha memiliki korelasi sebesar 0.823. Hasil lengkap perhitungan statistik dan analisis korelasi ditunjukkan pada tabel 6 dan tabel 7

Tabel 7
Statistik Deskriptif

Nama Variable	**Mean**	**SD**	**N**
Validitas Tingkat Pendapatan UKM kerupuk rambak	25.08	5.07	60
Sistem Pembukuan Keuangan UKM	35.60	5.87	60
Kesadaran pelaku UKM	23.33	3.55	60

Analisis tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan *multiple regression*, Hasil analisis uji t pada model regresi dapat dilihat dari tabel 7.

Tabel 8
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	**Beta**	**t**	**p**
Sistem Pembukuan Keuangan UKM	0.220	2.763	0.008
Kesadaran pelaku UKM	0.250	3.628	0.001

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, dengan Uji-F dan uji-t menunjukkan bahwa variabel Sistem Pembukuan Keuangan UKM dan Kesadaran pelaku UKM dan Validitas Pendapatan UKM Kerupuk Rambak, secara uji bersama maupun uji parsial memiliki pengaruh yang signifikan Sistem Pembukuan Keuangan UKM terhadap Kesadaran pelaku UKM. Hasil positif signifikansinya (F=16.563 ; p = 00.00).

Melalui uji-t maka pengaruh antara Sistem Pembukuan Keuangan UKM terhadap Validitas Pendapatan UKM Kerupuk Rambak adalah positif signifikan (t=2.763 ; p = 0.008).

Demikian halnya dengan uji-t Kesadaran pelaku UKM dan Validitas Pendapatan UKM Kerupuk Rambak adalah positif dan signifikan (t=3.628 ; p = 0.001).

Sedangkan nilai R^2 yang didapatkan adalah sebesar 0.368, menunjukkan bahwa 36.8% variasi dalam variabel Validitas Pendapatan UKM Kerupuk Rambak dapat dijelaskan oleh variabel Sistem Pembukuan Keuangan UKM dan variabel Kesadaran pelaku UKM.

PEMBAHASAN

Dari hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan ada korelasi yang kuat terhadap kedua hipotesis penelitian. Hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa Penerapan Sistem Pembukuan Keuangan UKM terhadap validitas tingkat pendapatan dinyatakan didukung. Hasil ini mengindikasikan bahwa berdasarkan tata tertib administrasi pembukuan keuangan maka akan besar pengaruhnya terhadap validitas tingkat pendapatan yang sesungguhnya. Dalam hal tertib administrasi pembukuan ini akan mengoreksi cara kerja pengusaha yang seenaknya sendiri perlu didukung dengan bukti catatan tertulis secara jelas.

Demikian juga dengan hipotesis kedua penelitian yang menyatakan bahwa Kesadaran pelaku UKM dalam menerapkan tertib administrasi keuangan akan berpengaruh terhadap validitas tingkat pendapatan dinyatakan didukung. Hasil ini memberi makna bahwa mentalitas pelaku UKM cara pandangnya masih banyak yang perlu dirubah karena ternyata tertib administrasi adalah sesuatu hal yang mutlak dilakukan.

Proses pelaporan keuangan, selama ini setiap UKM memiliki cara unik dalam membuat laporan keuangan, yaitu menggunakan cara sederhana dengan menggunakan buku nota dan buku kas yang banyak dijual secara bebas. Laporan keuangan UKM yang dapat kita lihat adalah Struktur Organisasi, Kebijakan, Aturan Kerja, Administrasi Pembukuan, catatan pemasukan, catatan pengeluaran, buku KAS, upah tenaga kerja, Buku Pengiriman Rambak investasi keuangan, investasi perlatan kerja, pajak dan Buku Rekap Bulanan. Sedangkan penghitungan Neraca rugi laba jarang sekali dilakukan.

Membahas laporan keuangan menjadi salah satu hal yang menarik, karena tidak semua pengusaha menganggap penting padahal itu mutlak dilakukan oleh setiap UKM. Kebanyakan pelaku UKM ini maunya pencatatan keuangan yang mudah, yang penting untung. Pihak perbankan juga tidak konsisten menetapkan syarat laporan keuangan perusahaan sebagai standart kemampuan angsuran. Setelah kita cross chek dari enam puluh responden UKM menunjuk-

kan bahwa sebagian besar melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dan tidak lengkap serta di kerjakan sendiri oleh pemilik UKM, dengan alasan bahwa mereka tidak ada waktu, rumit, sulit, sehingga pencatatan dilakukan disaat mereka waktunya luang.

Dari seluruh data keuangan hampir seluruh catatan-catatan berisi catatan jumlah uang yang diterima dan mereka keluarkan, jumlah barang yang di beli dan dijual, dan jumlah uang / piutang, namun pencatatan itu hanya sebagai pengingat saja, namun tidak dapat di pungkiri para pengusaha ini dapat mengetahui jumlah modal akhir mereka yang hampir sama jumlahnya jika dicatat dengan sistem akuntansi.

Penelitian sempat mengalami kendala dimana banyak catatan yang tidak lengkap, namun dengan catatan seadanya dapat di kerjakan pencatatan secara garis besar untuk mengetahui seluruh transaksi yang terjadi sebagai bahan untuk menyusun laporan keuangan. walaupun ketika catatan mengenai transaksi usaha tersebut tidak ada namun jumlah catatan lain dapat membantu juga, maka akhirnya laporan keuangan dapat di buat walaupun seadanya sebagai laporan transaksi yang benar benar terjadi.

Proses pencatatan keuangan yang di buat oleh sebagian besar UKM kulit rambak belum mengikuti sistem baku, sehingga hasil akhir pencatatan UKM tidak valid untuk disebut laporan akuntansi baku, akibatnya sulit untuk di pakai sebagai bahan penilaian kinerja keuangan usaha, karena kegunaan laporan keuangan seharusnya untuk : (a) alat pertanggungjawaban, dan (b) untuk memprediksi arus kas dan alat pengambilan keputusan. Laporan keuangan bukan hanya sekedar fomalitas, melainkan memiliki fungsi untuk memprediksi yang sangat diperlukan untuk pengembangan bisnis (Darsono, Ashari :2005:2).

Pencatatan keuangan yang di buat UKM saat ini belum menunjukkan kinerja keuangan yang baik, karena tidak dibuat dalam laporan akuntansi baku, namun hanya mencatat garis besarnya saja sehingga tidak bisa dimanfaatkan untuk mengetahui rasio likwiditas, rasio aktivitas, rasio leverage, rasio profitabilitas. (James C. Van Horn, 2005: 206-235; Eugens F Brigham & Joel F Houston, 2001:79-95).

Sebagian pengusaha pengusaha kulit rambak memiliki kendala dalam penyusunan laporan keuangan, rata-rata pengusaha berpendapat bahwa keterbatasan waktu dan pengetahuan mereka yang terbatas. Sehingga mereka menempuh cara pembukuan sederhana dengan buku nota dan kas, karena pengusaha lebih mengutamakan produksi daripada menyusun laporan keuangan, hanya 10 pengusaha pengusaha kulit rambak yang telah diteliti befikir bahwa pencatatan adalah hal terpenting.

Berangkat dari banyaknya kasus pelaku UKM yang mengabaikan pembukuan yang tidak standat maka perlu dilakukan pembinaan. Motivasi kesadaran pelaku UKM untuk menerapkan kebijakan tertib administrasi sangat dibutuhkan sebagai kebutuhan mutlak bagi kemajuan usaha mereka.

A. Karakteristik UKM Kerupuk Rambak

Data karakter industri diperoleh dengan melihat aspek Sumber Daya Manusia, Bahan Baku, Permodalan, Administrasi Keuangan dan Permodalan dengan hasil yang tersajikan sebagai berikut :

1. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 72% pengusaha menyatakan bahwa motivasi usaha mereka berdasarkan dorongan untuk memperoleh pendapatan sebagai mata pencaharian utama mereka.
2. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 76% pengusaha memulai usaha krecek/ kerupuk rambak ini atas inisiatif dan ketrampilan mengelola industri kecil kerupuk rambak secara mandiri
3. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 76% bahwa jumlah tenaga kerja industri kerupuk rambak di Bantul ini berpendidikan SMP dan SMA dan sebagian kecil lainnya berpendidikan SD, D3/Sarjana.
4. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 64% tenaga kerja industri kecil kerupuk rambak ini berlatar belakang hubungan saudara atau masyarakat sekitar dimana mereka bekerja
5. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 35% bahan Baku produksi kerupuk rambak berbahan kulit berasal dari dalam wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan 25% berasal dari Luar propinsi yaitu Ujung Pandang dan dari Kalimantan..
6. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 90% cara mendapatkan bahan baku kulit dari mitra kerjasama permanen yaitu rumah pemotongan hewan (RPH) di wilayah DIY
7. Dinyatakan responden bahwa sebesar 60% modal didapatkan dari modal pengusaha itu sendiri. Besarnya nilai modal untuk industri kecil kerupuk rambak kurang antara 50 - 200 juta rupiah,
8. Dinyatakan sebesar 46% dari seluruh pengusaha memiliki nilai modal usaha sejumlah Rp. 10.000.000,00 s/d Rp. 50.000.000,00.
9. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 58% tidak melakukan pembukuan catatan keuangan secara lengkap, namun secara terpisah-pisah hanya sebagai pengingat saja dengan tidak secara terinci tetapi hanya mencatat secara gelondongan saja
10. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 14% melakukan pencatatan

keuangan secara lengkap dan memadai karena sudah ada kesadaran akan pentingnya pencatatan pembukuan keuangan

11. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 84% jenis peralatan yang digunakan dalam proses produksi pembuatan kerupuk rambak sebagian besar masih manual, walaupun ada juga yang menggunakan mesin, namun harga peralatan sederhana yang dibutuhkan untuk industri kecil ini relatif murah.
12. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 80% pekerja sering mengeluhkan alat produksi manual yaitu alat pemotong kerupuk rambak sering kewalahan karena proses pemotongan lamban, pekerja sering merasakan tidak nyaman (pegal-pegal, nyeri pada punggung, mudah kelelahan), dan membutuhkan kosentrasi guna menghindari resiko dalam proses pemotongan dengan pisau tajam yang digerakan dengan tangan secara manual.
13. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 86%, mereka memasarkan produknya sendiri kepada mitra pemasaran baik di pasar maupun pusat kuliner tanpa melalui pihak lain di wilayah DIY

Potensi yang dimiliki UKM Kerupuk Rambak Berbahan Kulit

1. Dinyatakanan responden bahwa sebanyak 70% industri kecil menggunakan tenaga kerja kerabat saudara yang berasal dari desa yang sama dimana industri kecil itu berada.
2. Bahan baku yang diperlukan berasal dari dalam wilayah DIY, Ujung Pandang dan Kalimantan dengan harga yang relatif stabil dan tidak banyak persaingan usaha.
3. Jangkauan pemasaran industri kecil kerupuk rambak untuk memenuhi permintaan pasar lokal, dan pusat-pusat kuliner khas Gudeg Yogyakarta.
4. Kapasitas produksi industri ini masih dapat memenuhi permintaan konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat terjaga.
5. Beberapa infrastruktur penunjang seperti lingkungan yang didukung oleh kelancaran air, listrik, jalan, telepon dan sarana perdagangan berupa tempat produksi dan gudang tersedia cukup baik.
6. Beberapa penunjang pokok usaha mereka adalah berupa kendaraan sangatlah mendukung untuk pengambilan bahan baku ataupun sebagai sarana pemasaran

Masalah yang melekat UKM Kerupuk Rambak Berbahan Kulit

1. Dinyatakanan responden bahwa sebanyak 58% pengusaha melakukan kredit dari bank, untuk menunjang atau melengkapi alat produksi maupun konsumstif, sedangkan dari pihak Bank lebih mengandalkan kesanggupan kemampuan angsuran.
2. Proses produksi yang masih menggunakan sistem produksi secara manual sehingga butuh waktu lama, sehingga diperlukan peralatan/ mesin yang dapat mempercepat proses produksi.
3. Kurang adanya inovasi pengemasan agar lebih menarik konsumen, karena selama ini hanya dilakukan dengan kemasan karung plastic 5 atau 10 kiloan saja.

Karakteristik Sistem Pembukuan Keuangan UKM Kerupuk Rambak

1. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 86% UKM yang belum memiliki Bagan Alir Keuangan sistem keuangan secara jelas karena semua urusan dihandle langsung oleh pemilik usaha
2. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 58% UKM sebagian besar tidak menerapkan standart pembukuan baku karena persepsi mereka pembukuan itu hanya diperlukan bagi perusahanaan besar
3. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 64% UKM belum menerapkan pengaturan Kerja secara jelas karena selama ini mereka terbiasa dengan sistem hitungan upah kerja borongan
4. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% UKM yang belum menerapkan tertib Administrasi pembukuan keuangan dikarenakan semua urusan semuanya akan kembali kepada mereka sendiri dan administrasi hanya dianggap memanbah pekerjaan yang tidak begitu penting
5. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% UKM sejauh ini sudah memakai Catatan Nota pemasukan dikarenakan mereka selama ini memakai sistem penjualan langsung, sehingga bila barang sudah terkirim biasanya akan langsung dibayar.
6. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% UKM sejauh ini sudah memakai Catatan Nota pengeluaran dalam tansaksi penjualan barang produksi langsung dicatat dalam bentuk buku catatan maupun dalam bentuk nota pembelian bahan produksi
7. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% UKM sejauh ini sudah menerapkan Catatan Buku KAS harian, artinya catatan ini dipakai oleh pelaku UKM untuk menghitung pemasukan dan pengeluaran transaksi harian, namun mereka sering tidak tertib dikala mereka kehabisan wak-

tu, sehingga mereka hanya mencatat jumlah uang masuk dan jumlah uang keluar saja tanpa rincian jelas.

8. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 64% UKM yang belum menerapkan Sistem jam Kerja secara khusus namun mereka lebih sering menerapkan sistem Upah tenaga Kerja borongan saja.
9. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% UKM yang belum menerapkan tertib Administrasi pembukuan Pengiriman Rambak, tetapi hanya mencatat total pengeluaran namun tidak diperinci.
10. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 86% UKM yang belum menerapkan tertib Administrasi pembukuan Investasi Keuangan, karena banyak mereka menilai bahwa investasi mereka adalah rahasia yang tidak semua orang perlu mengetahui
11. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 84% UKM yang belum menerapkan tertib Administrasi pembukuan Investasi peralatan usaha adalah sesuatu yang biasa yang tidak seberapa pengaruhnya
12. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 54% UKM belum menerapkan tertib Administrasi Pajak, karena banyak usaha mereka selama ini tidak banyak hal yang berkaitan langsung dengan pembayaran wajib pajak yang hanya diurus sebagai syarat untuk pengajuan pinjaman di bank saja
13. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 58% UKM yang belum menerapkan tertib Administrasi pembukuan Rekap Bulanan dan 100% tidak melakukan penghitungan keuntungan Tahunan.

Karakter Kesadaran Pelaku UKM dalam Pembukuan Keuangan

1. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 80% Struktur Organisasi dalam perusahaan kerupuk rambak selama ini belum menerapkan pembagian kerja dengan bagian-bagian pokok secara terpisah dan jelas sesuai dengan bagian masing-masing, namun dikerjakan secara serabutan sesuai kebutuhan produksi.
2. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 62% Gaya Kepemimpinan dalam usaha kerupuk rambak sangat tergantung pada karakter pemilik usaha, setiap pengambilan keputusan tidak melalui pertemuan resmi antara pemilik dengan karyawan namun semua tergantung kepada kebaikan hati pengusahanya
3. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 52% pemilik UKM tidak melakukan Perencanaan Anggaran sehingga perencanaan anggaran hanya dilakukan bilamana ada banyak keuntungan saja.

4. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% Pilihan Sumber Dana lebih banyak para pemilik usaha kerupuk rambak ini langsung berhubungan dengan perbankan pemerintah dan BPR baik untuk kebutuhan tambahan modal produksi maupun konsumsi pemilik usahanya
5. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 54% Pilihan Jenis Investasi dilakukan dengan cara yang sangat variatif, artinya para pengusaha ini sudah mengenal berbagai macam bentuk investasi dalam bentuk mata uang maupun dalam bentuk benda tidak bergerak
6. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 54% Penjadwalan keuangan dilakukan setiap bulan dalam bentuk pengeluaran untuk upah para karyawannya setiap tanggal muda.
7. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 68% Koordinasi antara pemilik dengan para karyawannya hanya dilakukan pada saat ada sesuatu keputusan baru misalnya penyesuaian gaji karyawan atau karena lonjakan permintaan barang, sehingga koordinasi dilakukan bila ada kerja borongan saja.
8. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 66% Pengawasan/control selalu dilakukan oleh pemilik usaha setiap saat dan hal ini seringkali untuk melihat hasil kerja bersama karyawannya untuk mengejar deadline permintaan sesuai pesanan yang harus segera dikirim
9. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 85% Prosedur Pengeluaran Kas selama ini dilakukan secara langsung, tidak melalui prosedur yang rumit tetapi langsung dilakukan oleh pemilik usaha sesuai dengan kebutuhan untuk menunjang kelancaran usaha mereka
10. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 85% Sistem Pembayaran/ Penagihan ada yang dilakukan secara cash dan ada pula yang dilakukan secara transfer perbankan melalui pembayaran elektronik.
11. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 85% Sistem pembukuan dilakukan untuk mencatat pokok transaksi tanpa mencatat secara rinci, terpenting bagi mereka adalah asal ada keuntungan masuk.
12. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 54% Pelaporan Keuangan Bulanan dilakukan untuk merekap pemasukan harian sebagai kontrol hasil usaha yang dipakai sebagai dasa perhitungan upah karyawan.
13. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 48% Pelaporan Keuangan Tahunan tidak pernah dilakukan karena hal tersebut tidak terlalu penting fungsi kegunaannya untuk apa. Para pengusaha masih mempersepsikan laporan tahunan hanya untuk skala perusahaan besar saja.

Karakter Tingkat Pendapatan Perusahaan

1. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 88% Pendapatan Penjualan Produk Utama kerupuk Rambak ini dijual dengan harga Rp. 45.000 hingga 86.000, tergantung kualitas rambak. Omzet penjualan menjadi rata-rata 39 juta per-bulan dengan tingkat keuntungan 5%.
2. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 84% Keuntungan Produk Sampingan Perajin juga mendapat keuntungan dari penjualan residu yaitu bulu dan daging yang menempel. Bulu tersebut dijual untuk makanan ikan bawal dengan harga Rp. 2000 per kg dan untuk daging Rp. 7000 per kg.
3. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 54% Pendapatan Bunga Simpanan bank merupakan milik pribadi pengusaha UKM dan bukan pendapatan yang dibagikan debagai devident kepada karyawannya
4. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 48% keuntungan pelepasan investasi selama ini tidak ada untung atau rugi kaena selama ini merupakan hak sepenuhnya dari pemilik UKM (milik perorangan) karena dalam sistem pengelolaan usaha tidak menerapkan sistem perusahaan
5. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 52% Pendapatan dari Penghematan diperhitungkan dari unsur pajak penjualan ataupun pajak upah karyawan, karena sebenarnya selama ini banyak UKM tidak menerapkan pajak dalam perusahaan, namun hanya pajak perorangan sebagai wajib pajak saja.
6. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 56% perhitungan peningkatan Modal Berjalan dari tahun sebelumnya dengan tahun berjalan dianggap sebagai perkembangan biasa
7. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 48% Pendapatan dari unsur lain adalah Jasa Sewa peralatan usaha sifatnya hanya sebagai penopang sementara, misalnya mesin press, mesin potong, genset bila bermasalah maka mereka pinjam ke pengusaha lain dengan imbalan uang jasa sekedarnya
8. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 60% Keuntungan Lain (Bangunan) selama ini tidak pernah mereka perhitungkan sebagai investasi namun hanya diperhitungkan sebagai fasilitas tambahan penunjang usaha produksi saja.
9. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 82% UKM tidak melakukan penambahan pemupukan modal secara terencana, investasi keuangan hanya didapat lakukan disaat mereka memiliki tingkat pendapatan yang tinggi atau terpaksanya mereka mencari pinjaman bank

10. Dinyatakan responden bahwa sebanyak 46% UKM kerupuk rambak selama ini tidak melakukan penghitungan keuntungan Neraca Rugi Laba dengan benar, namun mereka menghitung untung berdasarkan prakiraan saja.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Perkembangan sektor industri pengolahan kerupuk rambak di Desa Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kabupaten Bantul cukup baik. Pemerintah setempat dalam hal ini Disperindag Kabupaten Bantul menetapkan rambak sebagai salah satu produk unggulan di Kabupaten Bantul. Namun dalam sistem tata kelola usaha masih terkendala karena belum semua UKM menerapkan sistem administrasi keuangan. Selain karena sifat kepemilikan usaha milik perorangan, sehingga ada kecendeungan pencatatan cukup dilakukan sederhana saja. Penerapan sistem keuangan akuntansi baku masih perlu dimotivasi, hal tersebut menunjukkan bahwa industri kecil kerupuk rambak tersebut menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi juga terkendala oleh sistem administrasi dan struktur organisasi yang sangat lemah.

Saran

Saran dan rekomendasi yang diberikan terkait dengan pengembangan industri kecil kerupuk rambak di Segoroyoso, Kecamatan Pleret, Kab. Bantul sebagai berikut:

1. Fenomena rangkap jabatan haus diakhiri, yaitu dalam kapasitasnya sebagai pemilik/ pengusaha, cukup melakukan kontrol keuangan, kontrol tenaga kerja produksi dan kontrol pemasaran.
2. Administrasi keuangan merupakan kewajiban mutlak sehingga semua transaksi semua terekam dalam catatan keuangan mereka
3. Setiap pengusaha sebaiknya melakukan perencanaan pengembangan usaha
4. Guna mengatasi masalah banyaknya keluhan dalam proses pemotongan kerupuk rambak perlu dilakukan dengan menambah mesin pemotong industri agar lebih produktif, efektif-efisien dengan tetap mempekerjakan tenaga kerja yang sudah ada.
5. Pengadaan lokasi sentra industri masih perlu dilengkapi gudang bersama dengan mesin pendingin sehingga lebih efisien dan lebih memudahkan pengusaha memperoleh bahan baku

REFERENSI

Black, James A. & Dean J. Champion. 1992. "Metode dan Masalah Penelitian Sosial". Penerbit PT. Eresco. Bandung

Bridges, E., Ensor, K.B., dan Raman, K. 2003. "Media, Integrated Marketing Communications, The impact of need frequency on service marketing

strategy". *Service Industries Journal*, 23: 40-62

Darsono, Drs, MBA, Akt & Ashari, SE, Akt,(2005)"Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan ", Andi Offset, Yogyakarta

Dewi Fitriasari, SS, Msi,AK, dkk. 2007. "Accounting information sistem s = sistem informasi akuntansi 1", Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Erizky Binarw Chiara, Joseph De & Lee E.Koppelman, 1990. "Standar Perencanaan Tapak". Penerbit Erlangga. Jakarta

Eugene F. Brigham Joel F Houston, (2012) "Fundamentals of Financial Management", Concise Edition, University of Florida.

Frismar, J. And Horte, S.A 2005. "Managing External Information in Manufactur Firms: The Impact on Innovation Performance". *Journal of Innovation Manajement,* 22 (3): 251-266.

Harimurti Subanar, 2001, "Manajemen Usaha Kecil". Percetakan BPFE Yogyakarta

Hoover, E.M. 1977. "The Location Of Economic Activity". Publisher Mc Graw Hill Book Company Inc.

James C. Van Horne, John M. Wachowicz. *"*Fundamental Financial Management*"*. Published by Prentice Hall (2001)

Kanaidi, SE., M.Si., 2015. "Koperasi dan UMKM, Tantangan Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan" Manajemen Bisnis Politeknik POS Indonesia. Bandung

Kellen, Pius Bumi.(2004) "Peranan Akuntansi Untuk Pengembangan Bisnis Kecil." Jurnal Bisnis dan Usahawan, II No.7

Mittal, B., and Lassar, W.M., 1998, "Why Do Customer Swicth? The Dinamics of Satisfaction versus Loyalty". *Journal of Service Marketing,* 12(3): 177-194.

Mengue, N. dan S. Auh. 2006. "Creating a Firm-Level Dynamic Capability Through Capitalizing on Market Orientation and Innovativeness". *Journal of The Academy of Marketing Science,* 24: 63-73

Moosmayer, D.C. dan Fuljahn, A. 2010. "Consumer Perceptions of Cause Related

Marketing Campaigns". *Journal of Consumer Marketing,* 27 (6): 543-549

Miyazaki, A., Grewal, D. dan Goodstein, R, 2005. ”The Effect of Multiple Extrinsic Cues on Quality Perceptions: A Matter of Consistency”. *Journal of Consumer Research,* 32: 146-153.

Nasarudin Malik, 2016. “Dinamika Pasar Tenaga Kerja di Indonesia” UMM Press. Malang

Prof. Dr. Lexy Johanes Moleong, MA. (2014), “Metodologi Penelitian Kualitatif”, Edisi Revisi., Penerbit Remaja Rosdakarya, Bandung

Pryor, M. G., Anderson, D., Toombs, L., dan Humphreys, J. H. 2007. “Strategic Implementation as a Core Competency: The 5P’s model”. *Journal of management Research, 7(1), pp. 3-17.*

Susanto, E.M. 2003 “Hubungan Antara Temperamen Karyawan, Pemberian Kompensasi dan Jenjang Karier Prestasi Kerja Karyawan”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan,* 5 (1): 42 – 55

Tjiptono, F. 2005. “Brand Management & Strategy*”*. Penerbit Andi. Yogyakarta

Thamrin, Juni. 1997. “Gagasan ke Arah Pembentukan Indikator Kinerja Pengembangan Usaha Kecil di Indonesia”. Jurnal Prakarsa, Bandung

Stoner, J. A. F. 1994. “Managing Finance for Quality: Bottom Line Result from Top Level Comitment”, ASQC Quality Press, Milwaukee, Visconsin.

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM KAWASAN PIYUNGAN KABUPATEN BANTUL MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Kuswadi Rustam
Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo
email: kuswadi_sleman@yahoo.com

Abstarct

Kawasan Piyungan terdapat 1.506 UMKM yang tersebar di Desa Sitimulyo 47,28 % atau 712 unit, Desa Srimartani 28,29% atau 426 UMKM dan Desa Srimulyo 24,44% atau 368 UMKM. Pengembangan UMKM merupakan komponen penting dalam perencanaan pembangunan ekonomi daerah karena daya tahan UMKM merupakan cara terbaik untuk mengembangkan perekonomian yang sehat. Metodologi penelitian menggunakan metode diskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah UMKM yang bergerak di bidang manufaktur, jasa dan perdagangan di Kawasan Piyungan meliputi Desa Sitimulyo, Desa Srimulyo, dan Desa Srimartani, sedangakan penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu dilakukan secara sengaja berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu. Analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat 9 potensi pengembangan UMKM yaitu: (1). Pemasaran ke luar negeri; (2). Pemasaran dalam negeri; (3). Badan hukum lembaga usaha; (4). Sentuhan teknologi produksi; (5). Pendidikan formal pemgusaha; (6). Pendidikan formal TK; (7). Keterampilan manajemen; (8). Kemandirian lembaga dan (9) akses terhadap sumber modal. Beberapa strategi pengembangan yang diperlukan meliputi: (a). Pengembangan pemasaran; (b). Pengembangan SDM; (c). Meningkatkan kualitas produk (d). Meningkatkan kapasitas produksi; (e). Inovasi produk; (f). Pengembangan skala usaha; (g). Penggunaan teknologi produksi; (h). Penguasaan teknologi; (i). Sinergi kemitraan kerjasama; (j). Penguatan usaha; (k). Pendampingan usaha; (l). Pengembangan lembaga usaha; dan (m). Pengembangan kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan pekerjaan serta memberikan pelayanan

ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan yang secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah. Selain itu keberadaan UMKM di suatu daerah sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat, serta mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Oleh karena itu UMKM merupakan komponen penting dalam mengembangkan perekonomian daerah yang sehat mengingat UMKM dapat memberdayakan masyarakat melalui penyerapan tenaga kerja dan peluang lapangan kerja, memiliki daya tahan yang kuat terbukti menurut Presiden Jokowi bahwa UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global.

Beberapa fakta bahwa UMKM memiliki peran stategis dan memiliki kontribusi besar dalam perekonomian nasional, antara lain :

1. UMKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia.

Menurut *data* BPS 2014, *jumlah UMKM* di Indonesia sebanyak 57,89 juta, atau 99,99 % dari total *jumlah pelaku* usaha nasional.

2. UMKM menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran.

Menurut BPS 2014, UMKM menyerap 76,55 juta tenaga kerja atau 96,99% jumlah pekerja di Indonesia. Sebagian besar tenaga kerja berada pada usaha mikro yang mencapai 93 persen, sisanya pada tenaga kerja pada usaha kecil dan usaha menengah masing-masing mencapai 4 % dan 3 %.

3. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional

Menurut Abdul Kadir Damanik Staf Ahli Menteri KUKM bidang Penerapan Nilai Dasar Koperasi, tahun 2014 UMKM telah memberikan kontribusi pada PDB 58,92%. Selain itu UMKM juga berkontribusi dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspor sebesar Rp 27.700 milyar dan menciptakan peranan 4,86% terhadap total ekspor *(data BPS 2014)*. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM telah memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian nasional, bahkan telah menjadi tulang

punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN karena sekitar 88,8% - 99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan tingkat penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7% - 97,2%.

Memasuki tahun 2016, dimana Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) telah diterapkan, UMKM Indonesia harus mempunyai sesuatu yang mempunyai nilai tambah dari negara-negara lain di ASEAN. MEA merupakan sebuah gagasan dari bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terdidik antar negara ASEAN. Indonesia dengan penduduk yang berjumlah 250 juta jiwa lebih akan menjadi sasaran perdagangan karena sangat berpotensi menjadi basis konsumsi yang besar. Namun demikian, masyarakat di Indonesia tidak perlu pesimis, ragu dan takut. Indonesia memiliki kekuatan tersendiri melalui keunikan dan kekhasan pada sector UMKM. Oleh karena itu menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing dengan para pengusaha dari negara ASEAN lainnya. Dukungan penuh dari pemerintah dan *stakeholders* lainnya sangat diperlukan untuk mendongkrak pertumbuhan UMKM supaya tidak sampai ada atau banyak yang tumbang. Untuk itu pengembangan UMKM sangat relevan dilakukan di daerah-daerah di Indonesia, mengingat struktur usaha yang berkembang selama ini telah bertumpu terhadap UMKM. Sementara keberadaan UMKM di daerah banyak diyakini oleh pelaku ekonomi dapat menjadi awal dari kebangkitan ekonomi kerakyatan di suatu daerah.

Kabupaten Bantul yang memiliki sekitar 45.830 UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekenomian di Kabupaten Bantul. Oleh karena itu dalam pengembangannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan tersebut tentu saja akan lebih baik dengan adanya dukungan dari pemerintah Kabupaten Bantul dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan UMKM yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional. Permasalahannya adalah tidak semua UMKM yang ada di setiap wilayah khususnya di Kabupaten Bantul adalah potensial, namun masih banyak jenis UMKM yang justru masih menghadapi kesulitan dan kendala untuk berkembang baik secara internal maupun eksternal.

Kecamatan Piyungan sebagai salah satu wilayah Kabupaten Bantul telah memiliki kawasan industri strategis yang terletak di Desa Sitimulyo, sehingga dapat diharapkan mendorong makin pesatnya pertumbuhan ekonomi dan berkembangnya sektor industri terpadu. Terkait dengan hal tersebut Pemerintah Kabupaten Bantul melalui Pemerintah Kecamatan Piyungan sudah memfasilitasi sarana dan prasarana pendukung seperti akses jalan menuju lokasi dan

sarana lain, agar para investor akan terus tertarik untuk menanamkan investasinya di Kecamatan Piyungan. Pemangku kebijakan dalam hal ini Kecamatan seyogyanya juga mengembangkan UMKM daerahnya dengan melakukan pemetaan potensi UMKM. oleh karena itu perlu diadakan penelitian strategi pengembangan UMKM Kecamnatan Piyungan Kabupaten Bantul. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan beberapa strategi yang diperlukan dalam rangka pengembangan UMKM kawasan Piyungan Kabupaten Bantul.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian UMKM

   Berdasarkan undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah disingkat UMKM adalah:

   1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
   2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
   3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Kriteria UMKM

   Menurut undang-undang dan beberapa lembaga atau instansi, kriteria UMKM antara lain:

   1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kriteria UMKM sbb:

Tabel 1
Kriteria Umkm (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008)

Pelaku Usaha	**Kekayaan Bersih*1) (Rp)**	**Omset Per Tahun (Rp)**
Usaha Mikro	≤ 50.000.000	≤ 300.000.000
Usaha Kecil	50.000.000 – 500.000.000	300.000.000 – 2.500.000.000
Usaha Menengah	500.000.000 – 10.000.000.000	2.500.000.000 – 50.000.000.000

Sumber: Undang-undang No. 20 tahun 2008

Keterangan: 1) Hasil pengurangan total nilai kekayaan usaha dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

2) Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah No. 30/Per/M.UKM/VIII/2007 tentang Petunjuk Teknis Perkuatan Permodalan Koperasi dan Usaha Kecildan Menengah.

   Pada pengertian ini diklasifikasikan sebagai Usaha Kecil dan Usaha Menengah atau disebut dengan Usaka Kecil dan Menengah (UKM) .Entitas usaha kecil mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara usaha menengah merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

3) Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro Kecil

   Terdapat usaha mikro dan usaha kecil yang didifinisikan dalam keputusan ini. Usaha Mikro adalah Usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,- sementara usaha kecil usaha produktif milik Warga Negara Indonesia yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak ber-

badan hukum, atau badan usaha berbadan hukum termasuk koperasi; bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung, dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar; memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000.00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) per tahun.

4) Badan Pusat Statistik (BPS)

Terdapat pengertian usaha kecil dan menengah atau disingkat UKM. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitias usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

3. Tujuan UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 3 disebutkan bahwa usaha mikro bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan ekonomi yang berkeadilan.

4. Pengembangan UMKM

Pengembangan dunia usaha khususnya industri kecil merupakan komponen penting dalam perencanaan pembangunan ekonomi daerah karena dapat memberdayakan masyarakat melalui penyerapan tenaga kerja dan peluang lapangan kerja, daya tahan UMKM merupakan cara terbaik untuk mengembangkan perekonomian daerah yang sehat. Selanjutnya Suyatno, 2000: 146, menyatakan bahwa, pertumbuhan industri yang menggunakan sumberdaya lokal, termasuk tenaga kerja dan bahan baku untuk diekspor, akan menghasilkan kekayaan daerah dan penciptaan peluang kerja. Asumsi ini memberikan pengertian bahwa suatu daerah akan mempunyai sektor unggulan apabila daerah tersebut dapat memenangkan persaingan pada sektor yang sama dengan daerah lain sehingga menghasilkan ekspor.

Dalam kaitannya dengan pengembangan UMKM dapat dilihat dari teori basis. Menurut Glasson (1990: 64) basis ekonomi membagi perekonomian menjadi dua sektor, yaitu: (1) sektor basis adalah sektor yang mengekspor barang dan jasa ke tempat di luar batas perekonomi-

an masyarakat yang bersangkutan, (2) sektor bukan basis yaitu sektor yang menjadikan barang yang dibutuhkan oleh orang yang bertempat tinggal di dalam batas perekonomian masyarakat yang bersangkutan.

Menurut Suryana (2001:73) bahwa teori dynamic dan teori *resource-based strategy* sesuai jika diterapkan pada pengembangan UMKM di Indonesia. Model dasar *resource-based strategy* adalah strategi perusahaan yang memanfaatkan sumber daya internal yang superior (potensial) untuk menciptakan kemampuan inti (keunggulan) dalam menciptakan nilai tambah untuk mencapai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, keberadaan UMKM tidak tergantung pada strategi kekuatan pasar melalui monopoli dan fasilitas pemerintah. Dalam strategi ini, UKM mengarah pada skill khusus secara internal yang bisa menciptakan produk inti yang unggul untuk memperbesar pangsa pasar manufaktur. Teori tersebut dapat memanfaatkan sumber daya lokal. UMKM termasuk industri yang mampu berkembang bukan karena fasilitas dari pemerintah melainkan karena kreatifitasnya

5. Kluster UMKM

Kluster industri termasuk UMKM mengidentifikasikan bahwa jenis baru daerah industri (*New Industrial District*)). Menurut Kuncoro, 2007:104 terdapat tiga jenis *industrial district*, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Kawasan industri yang terspesialisasi (*specialized industrial district*). Sesuai dengan garis teori tersebut, selanjutnya kluster yang terspesialisasi merupakan konsentrasi geografis subsektor manufaktur yang sama, model ini cocok untuk kluster industri di Italia.
2) Daerah industri diturunkan dari model kompleks industri yang muncul dari teori klasik dan neoklasik. Ciri utama dalam model ini adalah ada sekumpulan hubungan yang dapat diidentifikasikan dan stabil, serta minimisasi biaya transaksi dan biaya spasial, model ini dikembagkan di Amerika dan Jepang.
3) Model jaringan sosial *(social network model*). Model ini dikembangkan literatur sosiologis dan neo institusionalis. Kluster ini hanya menggambarkan respon ekonomi terhadap peluang yang tersedia dan melengkapi, tetapi tingkat kelekatan dan integrasi sosial yang tidak biasa. Karena adanya bentuk modal sosial, yang dihasilkan dan dilestarikan melalui kombinasi sejarah sosial dan tindakan bersama yang menerus, merupakan faktor kunci, selanjutnya kluster ini sering disebut kluster dewasa.

6. Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

1) *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.
2) *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar.

7. Strategi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha khususnya UMKM adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang dan pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha. Untuk merumuskan pengembangan usaha, tahapan yang terpenting dengan melakukan analisis lingkungan usaha. Analisis lingkungan adalah analisis untuk menentukan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dan kekuatan dan kelemahan pada lingkungan internal dalam rangka menemukan strategi pengembangan usaha akan datang. Pada konteks ini, Pelaku UMKM harus memiliki strategi pengembangan usaha, sehingga dapat menemukan kesesuaian dengan kondisi perkembangan pasar. Mengetahui kekuatan dan kelemahan dari lingkuangan internal serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal akan membantu dalam menyusun strategi usaha guna mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan.

Suliyanto (2011), menyatakan bahwa untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM dapat menggunakan empat (4) faktor yang mencakup pemasaran, sumber daya manusia, operasional dan keuangan. Adapun menurut Amalia (2012) untuk mendapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada UMKM adalah dengan menggunakan faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan unit-unit dalam usaha yang mempengaruhi keputusan dan kebijakan dari perusahaan, sedangkan faktor eksternal adalah pelaku dan kekuatan di luar perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen dalam perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode diskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung, Tujuannya adalah untuk membuat diskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena dari subyek dan obyek kajian. Dalam hal peneliti mendiskripsikan fenomena UMKM kawasan Piyungan sebagai subyek dan lokasi sebagai obyek kajian. Metode ini akan menghasilkan gambaran akurat tentang subyek dan obyek kajian dalam bentuk verbal atau *numerical*. Pendekatan kualitatif yaitu pendekatan dalam rangka mengumpulkan informasi lebih dalam dan lebih luas baik secara individu maupun kelompok kecil dengan melakukan wawancara lebih mendalam (*in-depth interview)* dan dengan melakuakan FGD. Penggunaan pendekatan ini dikarenakan fenomena yang diteliti dapat berkembang menjadi lebih dalam dan lebih luas dari yang ditentukan sebelumnya sehingga disesuaikan dengan kebutuhan data yang telah diperoleh Sedangkan pendekatan kuantitatif yaitu melakukan pengukuran data kuantitatif melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel sasaran survey (responden).

1. Populasi dan Sampel
   1) Populasi
      Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pelaku UMKM Kawasan yang bergerak di bidang manufaktur, jasa dan perdagangan di kawasan Piyungan
   2) Sampel
      Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik mengambil sampel yang dilakukan secara sengaja dan telah disesuaikan dengan persyaratan sampel yang akan diperlukan serta berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat maupun ciri-ciri yang diketahui sebelumnya. Dalam hal ini, sebelum menentukan sampel penelitian terlebih dahulu dilakukan observasi terhadap subyek dan obyek kajian. Sebagai pertimbangannya yaitu individu yang dianggap ahli dan kompeten serta merupakan representasi dari subyek kajian seperti pelaku UMKM, pejabat pemerintah daerah yaitu pejabat Disperindagkop, Kecamatan Piyungan, Desa Sitimulyo, Desa Srimulyo, dan Desa Srimartani dan tokoh masyarakat setempat.

2. Metode pengumpulan data
   1) Jenis dan sumber data

      Jenis data yang digunakan dalam kajian ini adalah data primer dan data sekunder.

      a. Data Primer

         Data primer diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data yang berasal dari sumber-sumber yang terkait dengan subyek penelitian. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kawasan Piyungan, dinas terkait, dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi informan.

      b. Data Sekunder

         Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak terkait. Dalam hal ini data sekunder yang digunakan dan diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan subyek kajian serta dari instansi terkait seperti, Disperindagkop, Kantor Kecamatan, Kantor kelurahan serta Badan Pusat Statistik (BPS)

   2) Teknik Pengumpulan Data

      Teknik pengumpulan data pada kajian ini menggunakan:

      a. Studi Kepustakaan

         Merumuskan konsep dan teori sebagai landasan kajian, melalui penelaahan berbagai literatur, buku, naskah ilmiah, laporan penelitian, dokumen, perundangan maupun peraturan pemerintah daerah terkait dengan sebyek kajian.

      b. Observasi atau penelitian lapangan,

         Teknik pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung pada obyek kajian. Teknik observasi bertujuan untuk mengamati suatu fenomena sosial sekaligus melakukan pengumpulan data serta mengamati keseluruhan gejala gejala atau fenomena yang terjadi. Terdapat beberapa variabel penelitian yang berkenaan dengan observasi ini, yakni berkaitan dengan potensi wilayah, aspek internal dan eksternal usaha, institusi pendukung dan keterkaitan jaringan usaha.

      c. Wawancara

         Melakukan penggalian informasi mendalam secara langsung yang dapat menjelaskan atau menjawab permasalahan kajian secara obyektif. Dalam hal ini, wawancara dilakukan terha-

dap beberapa pelaku UMKM kawasan Piyungan dan beberapa pihak terkait.

d. Kuesioner

Membuat daftar pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan permasalahan kajian yang harus dijawab dan diisi oleh responden sebagai sampel yang terpilih. Responden dalam kajian ini yakni pihak yang ditentukan secara sengaja (*purposive*) berdasarkan tingkat kepentingan terhadap permasalahan yang diteliti serta pengetahuan dan pengalamannya terhadap permasalahan.

3. Analisis Data

Untuk memproleh tujuan kajian, menggunakan analisis data sebagai berikut:

1) Analisis Diskriptif

Analisis diskriptif dilakukan dengan teknik statistik yang relatif seder,hana, seperti menggunakan tabel, grafik, dan prosentase komulatif. Tujuannnya memberikan gambaran pola-pola yang konsisten dalam data, sehingga hasilnya dapat dipelajari dan ditafsirkan secara singkat dan mendalam berdasarkan hasil analisis deskriptif. Dalam analisis deskriptif juga dilakukan interprestasi atas data dan hubungan yang ada dalam kajian. Di samping itu juga dilakukan komparasi hasil analisis dengan teori atau konsep yang relevan.

2) SWOT Analysis

SWOT Analysis merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk menyusun pengembangan usaha berdasarkan kekuatan (*Strength)*, kelemahan (*Weakness)*, peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut Rangkuti (2001) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun pada saat bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

a. Kekuatan *(Stregths)* yaitu kekuatan atau keunggulan yang dimiliki untuk menghadapi tantangan yang ada, sehingga pada akhirnya usaha dapat bertahan dan berkembang.

b. Kelemahan *(Weakness)* dengan adanya kelemahan yang dimiliki, diharapkan dapat diminimalkan dengan nilai lebih yang dimiliki perusahaan.

c. Peluang *(Opportunities)* yang ada sehingga dapat mengambil kesempatan yang terdapat di pasar serta dapat mengatasi kelemahan yang ada.
d. Ancaman *(Threat)* yaitu kecenderungan yang tidak menguntungkan dan mengancam kedudukan usaha dalam persaingan.

Menurut Rangkuti (2001), proses perumusan strategi pengembangan usaha melalui tiga tahapan yakni: tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan. Model yang digunakan dalam tahap pengumpulan data terdiri dari tiga yaitu matrik faktor strategi eksternal, matrik faktor strategi internal dan matrik profil kompetitif. Matrik faktor strategi eksternal dapat diketahui dengan menyusun EFAS *(External Strategic Factors Analysis Summary)* dan matrik faktor strategi internal dapat diketahui dengan menyusun IFAS *(Internal Strategic Factors Analysis Summary).*

Tahap analisis dapat dimulai setelah faktor-faktor strategis diketahui melalui EFAS dan IFAS maka disusunlah matrik SWOT, seperti berikut ini:

Tabel 2
Diagram Matrik Swot

IFAS / EFAS	STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTU-NITIES	**STRATEGI-SO** Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**STRATEGI-WO** Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS	**STRATEGI-ST** Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	**STRATEGI-WT** Mencitptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti 2001

Penentuan bobot dalam matriks IFE dan EFE dilakukan dengan cara mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal tersebut kepada pengelola perusahaan yang menjadi responden dengan menggunakan metode "Paired Comparisson". Untuk menentukan bobot setiap faktor digunakan skala 1, 2, 3, da 4. Bobot setiap faktor diperoleh dengan menentukan nilai setiap faktor terhadap nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus:

$$Ai = \sum_{i=1}^{Xi} Xi/n$$

Keterangan:

Ai = Bobot faktor ke-i
Xi = Nilai faktor ke-i
I = 1,2,3,.....
n = Jumlah faktor

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan organisasi diperlukan dalam rangka menilai lingkungan usaha secara keseluruhan, yang meliputi faktor-faktor yang berada di dalam perusahan (internal) maupun di luar perusahaan (eksternal) yang dapat mempengaruhi kemajuan usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan analisis lingkungan adalah untuk mengetahui lingkungan usaha agar pengusaha melakukan reaksi secara tepat terhadap setiap perubahan sekaligus mempunyai kemampuan merespon berbagai isu kritis tentang lingkungan yang mempunyai pengaruh terhadap keberadaan usaha. Secara umum lingkungan usaha yang berpengaruh terhadap perusahan meliputi dua bagian besar yang terdiri dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal.

1) Analisis lingkungan eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk mengetahui kecenderungan dan kejadian yang berada di luar kendali suatu usaha. Analisis yang dilakukan berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha, sehingga memudahkan manajemen untuk menentukan beberapa strategi dalam menghadapi pengaruh yang berasal dari luar. Berdasarkan hasil FGD dan indepth interview diketahui faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan UMKM Kawasan piyungan yaitu :

A. Letak Geografis dan Iklim Usaha, terdiri dari :
   1. Letak geografis Kecamatan Piyungan
   2. Iklim usaha Kecamatan Piyungan
B. Sumber Daya dan Bahan Baku, terdiri dari :
   1. Potensi SDM Kecamatan Piyungan

2. Ketersediaan bahan baku
3. Kestabilan harga bahan baku
4. Keberadaan supplier bahan baku dan distributor produk bagi UMKM

C. Aspek Ekonomi
1. Kemampuan daya beli masyarakat
2. Ketersediaan sarana transportasi untuk menjangkau tempat usaha
3. Perkembangan pusat pertumbuhan ekonomi

D. Dukungan Politik dan Hukum
1. Komitmen Pemerintah Daerah terhadap UMKM
2. Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha
3. Perlindungan dari pemerintah daerah bagi keberlangsungan UMKM
4. Kerjasama pemerintah daerah terkait UMKM

E. Tingkat Persaingan
1. Berlakunya MEA (Masyarakat Ekonomi Asia) 2016
2. Standarisasi produk yang diinginkan pasar
3. Keberadaan UMKM di wilayah lain di bidang yang sama
4. Pertumbuhan umkm di Kabupaten Bantul
5. Keberadan usaha skala besar/pasar moderen di Bantul

F. Penawaran sumber permodalan
1. Dukungan permodalan dari pemerintah daerah
2. Penawaran fasilitas sumber modal dari lembaga keuangan

G. Keberadaan Teknologi
1. Perkembangan teknologi produksi bagi UMKM
2. Perkembangan teknologi informasi bagi UMKM

2) Analisis lingkungan internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi arah dan tindakan yang berasal dari internal perusahaan, berkaitan dengan sumber daya yang ada di UMKM . Berdasarkan hasil survey, FGD dan indepth interview diperoleh faktor-faktor internal UMKM dari beberapa aspek yaitu:

A. Kelembagaan Usaha
1. Kemandirian lembaga usaha
2. Badan hukum lembaga usaha
3. Perijinan usaha

B. Aspek Produk
   1. Variasi pengembangan produk
   2. Kemasan Produk
   3. Labeling produk

C. Jaringan Pemasaran
   1. Tingkat lokal (Kabupaten Bantul)
   2. Nasional (Luar Kabupaten Bantul)
   3. Luar negeri

D. Aspek Produksi
   1. Ketersediaan sarana dan peralatan produksi
   2. Kapasitas produksi
   3. Ketersediaan lahan produksi
   4. Sentuhan teknologi produksi

E. Aspek SDM
   1. Pendidikan formal pengusaha
   2. Pendidikan formal tenaga kerja
   3. Keterampilan penguasaha dalam menjalankan usaha
   4. Keterampilan tenaga kerja

F. Kewirausahaan
   1. Keterampilan manajemen
   2. Keuletan dalam mengembangkan usaha

G. Permodalan
   1. Skala permodalan
   2. Akses terhadap sumber permodalan

2. Identifikasi faktor eksternal dan internal

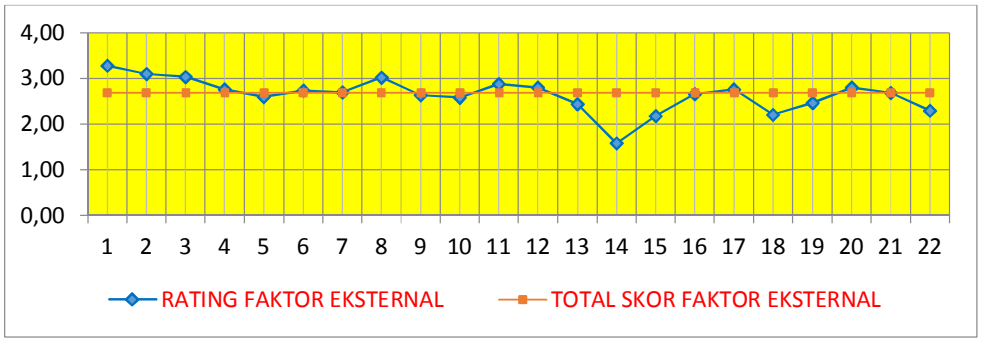
Idendifikasi faktor eksternal dan internal merupakan evaluasi melalui faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan internal dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis internal dan eksternal. Analisis faktor eksternal dilakukan berfokus untuk menemukan faktor-faktor kunci yang menjadi peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) bagi keberlangsungan usaha. Sementara analisis faktor internal dilakukan untuk menemukan faktor internal yang menjadi kekuatan (strength) dan faktor yang menjadi kelemahan (Weakness) UMKM. Berdasarkan analisis SWOT atas hasil penyebaran kuesioner faktor eksternal dan internal ke responden, menghasilkan identifikasi faktor sebagai berikut:

1) Analisis faktor eksternal

Melalui analisis SWOT terhadap faktor lingkungan eksternal maka diperoleh faktor peluang (opportunity) dan faktor ancaman

(threats)yang berpengaruh terhadap pengembangan UMKM Kawasan Piyungan seperti tertera pada gambar berikut:

Gambar I
Hasil Analisis Swot Faktor Eksternal



Sumber : data primer diolah 2016

Berdasarkan gambar I. dapat dijelaskan bahwa rating faktor-faktor eksternal UMKM yang di atas garis total skor faktor eksternal merupakan faktor eksternal yang menjadi peluang dalam pengembangan usaha. Sementara rating faktor-faktor eksternal yang berada dibawah total skor faktor eksternal merupakan faktor eksternal yang menjadi ancaman dalam pengembangan UMKM. Hasil analisis SWOT dari semua faktor eskternal selengkapnya tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 3
Analisis Swot Faktor Eksternal

PELUANG (OPPORTUNITY)		RATING	BOBOT	SKOR
1	Letak geografis Kecamatan Piyungan	3.28	0.06	0.185
2	Iklim usaha Kecamatan Piyungan	3.10	0.05	0.165
3	Potensi SDM Piyungan	3.04	0.05	0.159
4	Ketersediaan Bahan Bak	2.76	0.05	0.131
5	Keberadaan supplier bahan baku dan distributor Produk	2.74	0.05	0.129
6	Kemampuan daya beli masyarakat	2.70	0.05	0.125
7	Ketersediaan Sarana transportasi untuk menjangkau tmpt usaha	3.02	0.05	0.157

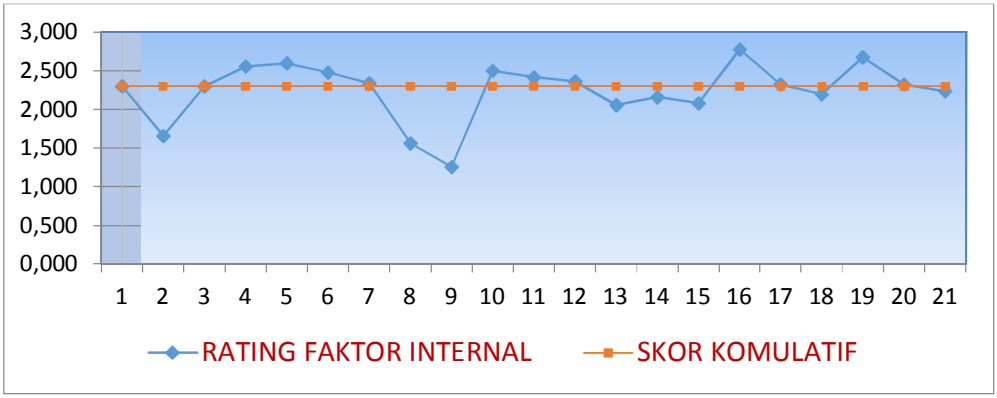
8	Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha	2.88	0.05	0.143
9	Perlindungan dari pemerintah daerah bagi keber-langsungan UMKM	2.80	0.05	0.135
10	Pertumbuhan umkm di Kabupaten Ban	2.76	0.05	0.131
11	Penawaran fasilitas modal dari lembaga keuangan	2.46	0.04	0.104
	TOTAL			1.563
ANCAMAN (THREAT)		**RATING**	**BOBOT**	**SKOR**
1	Kestabilan Harga Bahan Baku	2.60	0.04	0.116
2	Perkembangan pusat pertumbuhan ekonomi	2.64	0.05	0.120
3	Komitmen pemerintah daerah terhadap UMKM	2.58	0.04	0.114
4	Kerjasama PEMDA terkait UMKM	2.44	0.04	0.102
5	Berlakunya MEA	1.58	0.03	0.043
6	Standarisasi produk yang diinginkan pasar	2.18	0.04	0.082
7	Keberadaan UMKM di Wilayah lain	2.66	0.05	0.122
8	Keberadaan Usaha Sekala Besar	2.20	0.04	0.083
9	Dukungan permodalan dari pemda	2.46	0.04	0.104
10	Perkembangan teknologi produksi	2.68	0.05	0.123
11	Perkembangan teknlogi informasi	2.30	0.04	0.091
	TOTAL			1.100

Sumber : data primer diolah 2016

2) Analisis faktor Internal

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap faktor lingkungan internal diperoleh faktor kekuatan (strength) dan faktor kelemahan (weakness) yang dimiliki UMKM Kawasan Piyungan seperti nampak pada grafik berikut:

Gambar II
Hasil Analisis Swot Faktor Internal



Sumber : data primer diolah 2016

Berdasarkan gambar II. dapat dijelaskan bahwa rating faktor-faktor internal UMKM yang berada di atas garis total skor faktor internal merupakan faktor internal yang menjadi kekuatan (Strenght) yang ada pada UMKM. Sementara faktor-faktor internal yang berada di bawah total skor faktor internal merupakan faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan UMKM. Hasil analisis SWOT dari semua faktor internal selengkapnya tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 4
Analisis Swot Faktor Internal

KEKUATAN (STRENGHT)		RATING	BOBOT	SKOR
1	Perijinan usaha	2.30	0.05	0.112
2	Variasi pengembangan produk	2.56	0.05	0.139
3	Kemasan produk	2.60	0.06	0.143
4	Labeleing produk	2.48	0.05	0.13
5	Pemasaran lokal	2.34	0.05	0.116
6	Ketersediaan saprosi	2.50	0.05	0.132
7	Kapasitas Produksi	2.42	0.05	0.124
8	Ketersediaan lahan produksi	2.36	0.05	0.118
9	Kereampilan pengusaha	2.78	0.06	0.164
10	Keterampilan TK	2.32	0.05	0.114

11	Keuletan mengembangkan usaha	2.68	0.06	0.152
12	Sakala Permodalan	2.32	0.05	0.114
	TOTAL			1.560
KELEMAHAN (WEAKNESS)		RATING	BOBOT	SKOR
1	Kemandiarian lembaga usaha	2.30	0.05	0.112
2	Badan hukum lembaga usaha	1.66	0.04	0.058
3	Pemasaran luar Bantul (Nasional)	1.56	0.03	0.052
4	Luar negeri	1.26	0.03	0.034
5	Sentuhan teknologi	2.06	0.04	0.09
6	Pendidikan formal pengusaha	2.16	0.05	0.099
7	Pendidikan formal TK	2.08	0.04	0.092
8	Keterampilan Manajemen	2.20	0.05	0.103
9	Akses sumber permodalan	2.24	0.05	0.106
	TOTAL			0.745

Sumber : data primer diolah 2016

3. Analisis Matriks SWOT

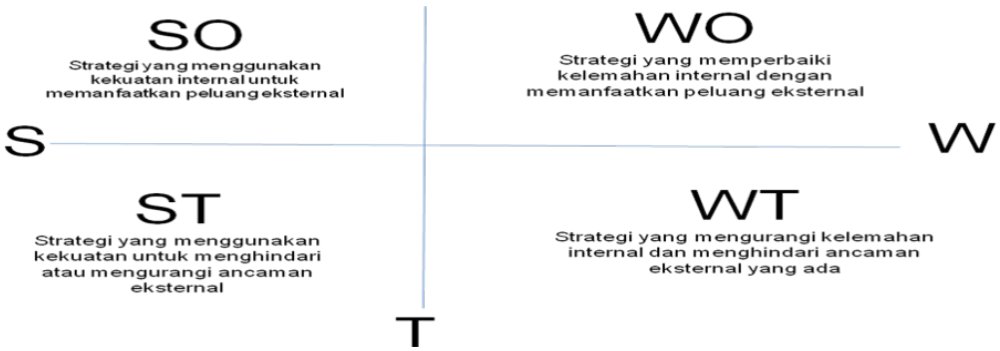
   Matriks Analisis SWOT Matrik merupakan analisis faktor strategi eksternal yang dapat diketahui dengan menyusun EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary) dan matrik faktor strategi internal yang dapat diketahui dengan menyusun IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary). Berdasarkan tabel 6.1 dan tabel 6.2, total IFAS sebesar 2.30 dan total EFAS sebesar 2,68, artinya IFAS lebih kecil dari EFAS. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan faktor internal memiliki nilai strategi yang lebih rendah. Untuk itu, dalam menyusun strategi pengembangan UMKM Kawasan Piyungan lebih memperhatikan faktor internal. Di sisi lain nilai Strenght (S) =1,560 lebih besar dari Weakness (W) = 0.745 dengan selisih 0,814 dan nila Opportunity (O) 1,563 lebih besar dari Threat (T) = 1,100 dengan selisih 0,463. Dengan demikian alternatif pilihan strategi yaitu menggunakan strenght dengan memanfaatkan opportunity atau disebut dengan strategi agresif.

4. Kombinasi Strategi

   Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT yang dilakukan dengan membandingkan secara sistematis hasil kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal dengan peluang dan ancaman dari lingkungan ek-

sternal secara terukur untuk menghasilkan kombinasi strategi sebagai berikut.

Gambar III
Matriks Kombinasi Strategi



Sumber : data primer diolah 2016

Berdasarkan gambar III dapat dijabarkan beberapa alternatif strtategi pengembangan UMKM Kawasan Piyungan sebagai berikut:

1) Strategi S-O

Strategi SO merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal Alternatif strategi SO sebagai berikut:

a. Meningkatkan kapasitas produksi

Adanya faktor kekuatan ketersediaan saprosi, ketersediaan lahan produksi, kereampilan pengusaha, dan keterampilan TK bisa digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu ketersediaan bahan baku, keberadaan suplier bahan baku dan distributor produk, penawaran sumber modal dari lembaga keuangan, memungkinkan bagi pengembangan UMKM Kawasan Piyungan.

b. Inovasi produk

Kekuatan UMKM berupa variasi pengembangan produk, kemasan produk, labeling produk, keterampilan pengusaha, keterampilan TK, keuletan mengembangkan usaha dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang ketersediaan bahan Baku, keberadaan supplier dan distributor, Kemampuan daya beli masyarakat, dan pertumbuhan umkm di Kabupaten Bantul, memungkinkan pengembangan UMKM Kawasan Piyungan.

c. Pengembangan pemasaran

Dengan menggunakan kekuatan internal berupa variasi pengembangan produk, Kemasan produk, Labeleing produk, Kapasitas produksi Pemasaran lokal, dapat memanfaatkan peluang yang ada berupa Letak geografis Kecamatan Piyungan, Keberadaan supplier bahan baku dan distributor, kemampuan daya beli masyarakat dan Ketersediaan Sarana transportasi menjangkau tempat usaha .

d. Pengembangan skala usaha

Adanya faktor kekuatan internal berupa perijinan usaha, Keuletan mengembangkan usaha, Sakala Permodalan dan Kapasitas Produksi dimungkinkan dapat memanfaatkan peluang yang ada berupa Letak geografis Kecamatan Piyungan, Iklim usaha Kecamatan Piyungan, Potensi SDM Piyungan, dan Ketersediaan Sarana transportasi menjangkau tempat usaha, Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha, dan Perlindungan dari pemerintah daerah bagi keberlangsungan UMKM dan Penawaran fasilitas sumber modal dari lembaga keuangan sangat mendukung pengembangan UMKM Kawasan Piyungan

2) Strategi W-O

Strategi WO merupakan strategi yang memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Adapun beberapa alternatif strategi W-O yang dihasilkan sebagai berikut:

a. Pengembangan lembaga usaha.

Dengan melakukan pengembangan lembaga usaha akan dapat mengatasi kelemahan internal berupa kemandirian lembaga usaha, badan hukum lembaga usaha, dan akses sumber permodalan, sehingga dapat memanfaatkan peluang Letak geografis Kecamatan Piyungan, Iklim usaha Kecamatan Piyungan, potensi SDM Piyungan, dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha dan Perlindungan dari pemerintah daerah bagi keberlangsungan UMKM dan Penawaran fasilitas sumber modal dari lembaga keuangan

b. Penggunaan teknologi produksi

Menggunakan tektologi akan menghasilkan biaya produksi dan peningkatan produktifitas, sehingga UMKM dapat menawarkan harga bersaing, hal ini dapat mengatasi kelemahan sentuhan teknologi dan Pemasaran luar Bantul (nasional) sehingga UMKM dapat memanfaatkan peluang eksternal berupa kemampuan daya beli masyarakat dan pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bantul

c. Pengembangan SDM
Melalui pengembangan kapasitas maupun kuantitas SDM akan mengatasi kelemahan berupa Pendidikan formal pengusaha, Pendidikan formal TK, Keterampilan Manajemen sehingga dapat memanfaatkan peluang eksternal berupa Potensi SDM Piyungan, Perlindungan dari pemerintah daerah bagi keberlangsungan UMKM dan Dukungan masyarakat terhadap kegiatan usaha

3) Strategi S-T
Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan UKM untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Beberapa alternative strategi S-T yang dihasilkan antara lain:

a. Meningkatkan kualitas produk
Adanya ancaman berupa Berlakunya MEA, Standarisasi produk yang diinginkan pasar, Keberadaan UMKM di Wilayah lain, Keberadaan Usaha Sekala Besar, Perkembangan teknologi produksi dapat dihindari dengan meningkatkan kualitas produk. Strategi ini ditunjang dengan kekuatan internal berupa variasi pengembangan produk, kemasan produk, labelling produk, keteampilan pengusaha, keterampilan TK, ketersediaan saprosi, dan ketersediaan lahan produksi

b. Melakukan sinergisme kemitraan kerjasama
Strategi ini ditunjang dengan kekuatan internal berupa Perijinan usaha dan Keuletan mengembangkan usaha, sehingga dapat menghindari ancaman eksternal berupa perkembangan pusat pertumbuhan ekonomi (Kawasan industri), keberadaan UMKM di Wilayah lain, keberadaan Usaha sekala besar, dan berlakunya MEA,

c. Penguasaan teknologi
Penguasaan teknologi informasi akan menghindari ancaman eksternal berupa berlakunya MEA, standarisasi produk yang diinginkan pasar, perkembangan teknologi produksi dan perkembangan teknlogi informasi, strategi ini ditunjang dengan kekuatan internal yaitu kereampilan pengusaha, keterampilan TK, keuletan mengembangkan usaha dan sakala permodalan.

4) Strategi W-T
Strategi WT merupakan strategi yang mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada. Alternatif strategi WT antara lain:

a. Penguatan usaha
Ancaman eksternal berupa Perkembangan pusat pertumbuhan ekonomi (Kawasan industri, Berlakunya MEA, Keberadaan UMKM di Wilayah lain, Keberadaan Usaha Sekala Besar, sementara kelemahan yang ada dinternal adalah kemandiarian lembaga, akses sumber permodalan usaha, badan hukum lembaga usaha, pemasaran luar Kabupaten Bantul (nasional), pemasaran luar negeri., dengan melakukan strategi penguatan usaha ancaman dan kelemahan dapat diatasi.

b. Pengembangan kewirausahaan
Agar UMKM dapat maju dan berkembangan diperlukan pengembangan kewurausahaan lebih maju kita dan selalu belajar, baik itu dari pengalaman pribadi maupun pengalaman dari pihak lain.

c. Pendampingan usaha
Faktor kelemahan internal berupa sentuhan teknologi, pendidikan formal pengusaha, pendidikan formal TK, keterampilan manajemen diperlukan strategi pendampingan sehingga mereka dapat mengatasi faktor kelemahan internal yang ada.

KESIMPULAN

1. Terdapat 9 potensi pengembangan UMKM yaitu: (1). Pemasaran ke luar negeri; (2). Pemasaran dalam negeri; (3). Badan hukum lembaga usaha; (4). Sentuhan teknologi produksi; (5). Pendidikan formal pemgusaha; (6). Pendidikan formal TK; (7). Keterampilan manajemen; (8). Kemandirian lembaga dan (9) akses terhadap sumber modal
2. Beberapa strategi yang diperlukan dalam rangka pengembangan UMKM Kecamatan Piyungan Kabupaten Bantul meliputi : (a). Meningkatkan kapasitas produksi; (b). Inovasi produk; (c). Pengembangan pemasaran' (d). Pengembangan skala usaha; (e). Pengembangan lembaga usaha; (f). Penggunaan teknologi produksi; (g). Pengembangan SDM; (h). Meningkatkan kualitas produk; (i). Melakukan sinergisme kemitraan kerjasama; (j). Penguasaan teknologi; (k). Penguatan usaha; (l). Pengembangan kewirausahaan; (m). Pendampingan usaha

DAFTAR PUSTAKA

Rangkuty, Freddy. 2003. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi

Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21). Jakarta" Gramedia Pustaka Utama.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Kuncoro, Mudrajat, Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Penerbit Erlangga Jakarta.

Wheleen, Thomas L, and David Hunger 2006, Manajemen Strategis, Penerjemah Yulianto Agung, Penerbit PT. Andi Ofset Yogyakarta.

Moleong, L. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul 2015, Bantul Dalam Angka 2015, Penerbit Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul

Koordinator Statistik Kecamatan Piyungan, 2015, Statistik Kecamatan Piyungan 2015, Penerbit Badan Pusat Statistik Kabupaten Bantul.

Yamid, Zulian, 2010. *Manajemen Operasi.* Ekonesia, Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Nasution, Hakim Arman, 2003. Perencanaan dan Pengendalian Produksi. PT. Guna Widya, Surabaya.

Yunanto, Ari. Analisis Posisi Strategis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Shuttlecock. journal.unipdu.ac.id

Tambunan, Tulus (2000), Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia, Jakarta: PT Mutiara Sumber Widya.

ANALISIS PENGARUH MODEL KEPEMIMPINAN KONTINGENSI DAN MODEL KEPEMIMPINAN SITUASIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI RSUD PANEMBAHAN SENOPATI BANTUL

Th. A. Radito
STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta
radith77th@gmail.com

Nerys Lourensius L. T.
STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta
masnerys@yahoo.com

Abstract

This study aims to examine the effect of contingency leadership model and situational leadership model on job satisfaction of employees at Panembahan Senopati Bantul General Hospital. Contingency leadership model variable (X1) has t value bigger than t table (36,0,0) that is 2,554> 2,028, hence from that test can be concluded that variable of contingency leadership model (X1) proved significantly influence to job satisfaction employees at RSUD PanembahanSenopati Bantul. The situational leadership model variable (X2) has a smaller-t value less than -t table (36,0,05) and smaller than t table (36,0,05) ie -2,028 ≤ -1,347 ≤ -2,028. From the test it can be concluded that the variable situational leadership model (X2) is not proven to significantly affect employee job satisfaction in Panembahan Senopati Bantul General Hospital. The result of determination coefficient test (R2) is known magnitude of R Square because equal to 0,153. This means that 15.3% dependent variable is job satisfaction variance (Y) employee in RSUD Panembahan Senopati Bantul can be explained by contingency leadership model variable (X1), and situational leadership model (X2). While the rest (100% - 15.3% = 84.7%) explained the variance by other variables. For example the rank or position, age and opportunity to use work methods to encourage employees and spirit in carrying out tasks given leadership and achievement of employee job satisfaction.

Keywords: *Leadership Contingency, Situational Leadership, Job Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Isu-isu tentang kesehatan tidak pernah lepas dari kehidupan manusia, baik kesehatan sebagai kebutuhan maupun kesehatan sebagai keinginan atau gaya hidup. Menurut WHO (dalam Mulia, 2005) Kesehatan didefinisikan sebagai "*a state of complete ph*ysical, *mental and social well-being, not merely the absence of disease or infirmity."* Berarti kesehatan adalah kondisi fisik, mental, dan sosial yang sempurna, bukan hanya ketidak hadiran penyakit belaka. Rumah sakit sebagai fasilitas pelayanan kesehatan memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan masyarakat. Manajemen rumah sakit perlu dipersiapkan secara matang untuk menghadapi persaingan pelayanan jasa yang semakin ketat, terutama dalam hal sumber daya manusia baik kalangan medis, paramedis, maupun tenaga non medis.

Flippo (dalam Handoko, 2008) membedakan tugas manajemen personalia dengan manajemen sumber daya manusia. Manajemen personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintergasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi dan masyarakat. Manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi.

Sumber daya manusia yang baik sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi. Selain itu juga dibutuhkan kepemimpinan dalam organisasi yang dapat memahami keadaan atau situasi. Situasi adalah gelanggang yang perlu bagi pemimpin untuk beroperasi. Kondisi bawahan merupakan faktor yang penting pada kepemimpinan situasional karena bawahan selain sebagai individu mereka juga merupakan kelompok yang kenyataannya dapat menentukan kekuatan pribadi yang dimiliki pemimpin. Ada beberapa model kepemimpinan situasional (Rivai dan Mulyadi, 2013) yaitu model kepemimpinan kontingensi (suatu pemutakhiran terhadap model kepemimpinan Fred E. Fielder) dan model kepemimpinan situasional menurut Hersey dan Blanchard. Model kepemimpinan kontingensi dari fielder adalah perilaku kepemimpinan yang efektif tidak berpola pada salah satu gaya tertentu, melainkan dimulai dengan mempelajari situasi tertentu pada suatu saat tertentu. Model kepemimpinan situasional yaitu bagaimana seorang manajer mampu mengidentifikasi isyarat-isyarat yang terjadi dalam lingkungannya, mendignosanya, kemudian

mengadaptasi perilaku kepemimpinannya sesuai kondisi lingkungan tersebut. Ada dua macam pengaruh seorang pemimpin, pertama dapat disebut hasil kerjanya sendiri yang langsung mempengaruhi pekerjaan kelompok. Kedua, kelakuan dan tindakan-tindakan yang dilakukannya untuk mempengaruhi stabilitas kelompok dan kepuasan para anggota.

Kepuasan kerja yaitu suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristiknya (Robbins dan Judge, 2007). Kepuasan kerja adalah penilaian dari pekerja tentang seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan memuaskan kebutuhannya (Rivai dan Mulyadi, 2013). Kepuasan kerja juga adalah sikap umum yang merupakan hasil dari beberapa sikap khusus terhadap faktor-faktor pekerjaan, penyesuaian diri dan hubungan sosial individu di luar kerja. Faktor yang menimbulkan kepuasan kerja seseorang adalah kedudukan, pangkat dan jabatan, masalah umur, jaminan finansial dan jaminan sosial, serta mutu pengawasan.

Jargon utama dalam setiap industri termasuk industri kesehatan adalah kepuasan konsumen. Rumah sakit sebagai industri jasa harus menempatkan konsumennya sebagai acuan utama kegiatannya. Pekerja rumah sakit yang merupakan ujung tombak pelayanan harus mampu menyenangkan pasien dan keluarganya. Tugas direktur rumah sakit adalah untuk memastikan bahwa semua karyawan mempunyai kemampuan dan sumber daya untuk dapat memuaskan konsumen utama rumah sakit. Untuk dapat melaksanakan tugasnya sesuai SK Menteri Kesehatan RI No. 983/Menkes/SK/XI/1992 tentang Pedoman Organisasi Rumah Sakit Umum, maka Rumah Sakit Umum harus menjalankan beberapa fungsi, satu diantaranya adalah fungsi menyelenggarakan pelayanan penunjang medik dan non medik. Instalasi Pemeliharaan Sarana Prasarana Rumah Sakit (IPSRS) merupakan salah satu fasilitas penunjang medik dari rumah sakit serta diperlukan adanya kepemimpinan yang sesuai guna pencapaian tujuan bersama.

Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan Senopati Bantul merupakan salah satu rumah sakit pemerintah yang ada di Yogyakarta, tepatnya di Kabupaten Bantul. Seperti halnya rumah sakit yang lain, RSUD Panembahan senopati Bantul adalah Instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan yang memberikan upaya peningkatan, pencegahan, pengobatan dan rehabilitasi kesehatan serta merupakan RSUD tipe B Pendidikan. RSUD panembahan Senopati Bantul selalu berupaya untuk memberikan pelayanan kesehatan yang optimal kepada masyarakat serta untuk mendukung terwujudnya pembangunan kesehatan di Indonesia, khususnya di wilayah Bantul dan sekitarnya. Upaya tersebut tidak hanya berkutat pada upaya langsung

perawatan pasien saja melainkan mencakup hal-hal yang terkait dengan penunjang pelayanan.

RUMUSAN MASALAH

Dengan dasar tersebut di atas maka Pokok permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah model kepemimpinan kontingensi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul?
2. Apakah model kepemimpinan situasional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul?

LANDASAN TEORI

A. Kepemimpinan Kontigensi

Model kepemimpinan kontingensi adalah perilaku kepemimpinan efektif tidak berpola pada salah satu gaya tertentu, melainkan dimulai dengan mempelajari situasi tertentu pada saat tertentu. Yang dimaksud dengan situasi tertentu adalah adanya tiga variabel yang dijadikan dasar sebagai perilaku kepemimpinan yang berorientasi pada tugas atau hubungan, tetapi tidak berarti bahwa bahwa seorang yang perilaku kepemimpinannnya berorientasi pada tugas tidak pernah berorientasi pada hubungan. Ketiga variabel tersebut adalah hubungan antara pemimpin dengan anggota kelompok, derajat struktur tugas yang ditugaskan kepada kelompok untuk dilaksanakan, dan kedudukan atau posisi kewenangan pemimpin berdasarkan kewenangan formal yang dimiliki. Ketiga variabel situasi ini dikaitkan dengan pendekatan yang berorientasi tugas, hal ini tergantung pada situasi yang ada pada saat tertentu.

Model ini dikembangkan oleh Fiedler, model kontingensi dari efektivitas kepemimpinan memiliki dalil bahwa prestasi kelompok tergantung pada interaksi antara gaya kepemimpinan dan situasi yang mendukung. Kepemimpinan dilihat sebagai suatu hubungan yang didasari oleh kekuatan dan pengaruh.

Fiedler memberikan perhatian mengenai pengukuran orientasi kepemimpinan dari seorang individu. Ia mengembangkan *Least-Preferred Co-Worker* (LPC) Scale untuk mengukur dua gaya kepemimpinan:

a. Gaya berorientasi tugas, yang mementingkan tugas atau otoritatif.
b. Gaya berorientasi hubungan, yang mementingkan hubungan kemanusiaan. Sedangkan kondisi situasi terdiri dari dua faktor utama, yaitu :

1) Hubungan pemimpin-anggota, yaitu derajat baik/buruknya hubungan antara pemimpin dan bawahan.
2) Struktur tugas, yaitu derajat tinggi/rendahnya strukturisasi, standarisasi dan rincian tugas pekerjaan.

Kekuasaan posisi, yaitu derajat/lemahnya kewenangan dan pengaruh pemimpin atas variabel-variabel kekuasaan, seperti memberikan penghargaan dan mengenakan sanksi. Situasi akan menyenangkan pemimpin apabila kedua dimensi di atas mempunyai derajat yang tinggi. Dengan kata lain, situasi akan menyenangkan apabila : a). Pemimpin diterima oleh para pengikutnya, b). Tugas-tugas dan semua yang berhubungan dengannya ditentukan secara jelas, c). Penggunaan otoritas dan kekuasaan secara formal diterapkan pada posisi pemimpin.

Jika situasi yang terjadi sebaliknya maka terjadi hal yang tidak menyenangkan bagi pemimpin. Tahun 1987 Fiedler dan salah seorang pembantunya Joe Garcia, mengkonsep ulang teori orisinil dari Fiedler sebagi teori sumber daya kognetif. Dalam teori ini menambahkan dua situasi yang memungkinkan akan mempengaruhi model kepemimpinan yaitu kecerdasan yang tinggi dan adanya komunikasi pimpinan pada rencana, strategi dan keputusannya pada anggota. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada dalam teori sumber daya kognetif adalah satu kepemimpinan yang menyatakan bahwa seorang pimpinan memperoleh kinerja kelompok yang efektif dengan pertama-tama membuat rencana keputusan dan strategi yang efektif dan kemudian mengkomunikasikannya lewat perilaku pengarahan direktif.

B. Kepemimpinan Situasional

Suatu pendekatan terhadap kepemimpinan yang menyatakan bahwa semua kepemimpinan tergantung kepada keadaan atau situasi. Situasi adalah gelang-gelang yang perlu bagi pemimpin untuk beroperasi. Bagi sebagian besar manajer, situasi bisa menentukan keberhasilan atau kegagalan, tetapi adalah keliru untuk terlalu, menyalahkan situsi. Dalam menerapkan teori kepemimpinan situasional, manajer harus didasarkan pada hasil analisis terhadap situasi yang dihadapi pada situasi tertentu dan mengidentifikasikan kondisi anggota atau anak buah yang dipimpinnya. Kondisi bawahan merupakan faktor yang penting pada kepemimpinan situasional. Karena bawahan selain sebagai individu mereka juga merupakan kelompok yang kenyataannya dapat menentukan kekuatan pribadi yang dipunyai pemimpin.

Penekanan teori kepemimpinan situasional adalah pada pengikut-pengikut dan tingkat kematangan mereka. Para pemimpin harus menilai secara benar atau intuitif mengetahui tingkat kematangan pengikut-pengikutnya dan

kemudian menggunakan gaya kepemimpinan yang sesuai dengan tingkatan tersebut. Kesiapan didefinisikan sebagai kemampuan dan kemauan dari orang (pengikut) untuk mengambil tanggung jawab bagi pengarahan perilaku mereka sendiri.

Dalam model kepemimpinan situasional ini memuat tentang bagaimana seorang manajer mampu mengidentifikasi isyarat-isyarat yang terjadi dalam lingkungannya, mendignosanya, kemudian mengadaptasi perilaku kepemimpinannya sesuai kondisi lingkungan tersebut. Dasar kepemimpinan situasional ialah kadar bimbingan/arahan pimpinan, kadar dukungan sosio emosional, dan kematangan anggota.

Menurut Hersey dan Blanchard yang dikutip dari Hellriegel dan Slocum, 1992 (Aditama, 2010) menyampaikan model kepemimpinan situsional, yang berdasar pada perilaku pemimpin (dapat bersifat *directive* atau *supportive*) dan kematangan dari bawahan. Perilaku *directive* terjadi pada pemimpin yang cenderung melakukan komunikasi satu arah, sementara perilaku *supportive* tertuju pada pemimpin yang senang menggunakan komunikasi dua arah. Kematangan/maturitas bawahan diartikan sebagai kemampuan bawahan untuk menetapkan tujuan yang tinggi dan mungkin dicapai, serta kemauan mereka untuk menerima tanggung jawab untuk mencapai tujuan itu.

Model kepemimpinan ini juga menyatakan bahwa gaya kepemimpinan yang paling efektif bervariasi dengan kesiapan karyawan yang mendefinisikan sebagai keinginan karyawan berprestasi, kemauan untuk bertanggung jawab, kemampuan yang berhubungan dengan tugas, keterampilan dan pengalaman. Sasaran dan pengetahuan dari pengikut merupakan variabel penting dalam menentukan gaya kepemimpinan yang efektif.

Menurut Hersey-Blanchard, hubungan antara pimpinan dan anggotanya mempunyai empat tahap/fase yang diperlukan bagi pimpinan untuk mengubah gaya kepemimpinan, yaitu:

a. Pada kesiapan awal perhatian pemimpin pada tugas sangat tinggi, anggota diberi instruksi yang jelas dan dibiasakan dengan peraturan, struktur dan prosedur kerja.
b. Tahap selanjutnya adalah dimana anggota sudah mampu menangani tugasnya, perhatian pada tugasnya sangat penting karena bawahan belum dapat bekerja tanpa struktur. Kepercayaan pimpinan pada bawahan semakin meningkat.
c. Tahap ketiga dimana anggota mempunyai kemampuan lebih besar dan motivasi berprestasi mulai tampak dan mereka secara aktif mencari tanggung jawab yang lebih besar, pemimpin masih harus mendukung dan memberikan perhatian, tetapi tidak perlu lagi memberikan pengarahan.

d. Tahap yang terakhir adalah tahap dimana anggota mulai percaya diri dan berpengalaman, pemimpin dapat mengurangi jumlah perhatian dan pengarahan

Gaya kepemimpinan yang tepat akan tergantung pada orang atau kelompok yang dipimpin. Teori Kepemimpinan Situasional Hersey-Blanchard mengidentifikasi empat tingkat Kematangan M1 melalui M4:

a. M1-Adalah karyawan yang tidak memiliki keterampilan khusus yang diperlukan untuk pekerjaan, tidak mampu dan tidak mau melakukan atau mengambil tanggung jawab untuk pekerjaan atau tugas.
b. M2-Adalah bawahan yang tidak dapat mengambil tanggung jawab untuk tugas yang dilakukan, namun mereka bersedia bekerja pada tugas. Mereka adalah pemula tapi memiliki antusiasme dan motivasi.
c. M3-Adalah karyawan yang berpengalaman dan mampu melakukan tugas tetapi tidak memiliki keyakinan atau kemauan untuk mengambil tanggung jawab.
d. M4-Mereka berpengalaman pada tugas, dan nyaman dengan kemampuan mereka sendiri untuk melakukannya dengan baik. Mereka mampu dan bersedia untuk tidak hanya melakukan tugas, tetapi untuk mengambil tanggung jawab untuk tugas tersebut.

Hersey-Blanchard menggunakan studi Ohio State untuk mengembangkan lebih lanjut keempat gaya kepemimpinan yang dimiliki manajer, yaitu mengatakan/*telling,* menjual/*selling,* partisipasi/*participati*, dan delegasi/*delegating.*

Kepemimpinan situasional menurut Hersey dan Blanchard adalah didasarkan pada saling berhubungan diantara hal-hal berikut : a). Jumlah petunjuk dan pengarahan yang diberikan oleh pimpinan, b). Jumlah dukungan sosio emosional yang diberikan oleh pimpinan, c). Tingkat kesiapan atau kematangan para pengikut yang ditunjukkan dalam melaksanakan tugas khusus, fungsi atau tujuan tertentu

Kedewasaan adalah kapasitas/kemampuan individu atau kelompok untuk menetapkan tujuan tinggi tetapi dapat dicapai dan keinginan serta kemauan mereka untuk mengambil tanggung jawab. Variabel-variabel kedewasaan ini yang merupakan hasil dari pendidikan dan/atau pengalaman, harus dipertimbangkan hanya dalam hubungannya dengan tugas tertentu yang dilaksanakan.

Perilaku tugas adalah tingkat dimana pemimpin cenderung untuk mengorganisasikan dan menentukan peranan-peranan para pengikut, menjelaskan setiap kegiatan yang dilaksanakan, kapan, dimana dan bagaimana tugas-tugas diselesaikan. Ini tergantung pola-pola perancangan organisasi, saluran komu-

nikasi, dan cara-cara penyelesaian pekerjaan.

Perilaku hubungan, berkenaan dengan pribadi pemimpin dengan individu atau para anggota kelompoknya. Ini mencakup besarnya dukungan yang disediakan oleh pemimpin menggunakan komunikasi antar pribadi dan perilaku pelayanan.

Peran kepemimpinan menurut Covey dibagi menjadi tiga bagian, yaitu : a). *Pathfinding* (pencarian alur) : Peran untuk menentukan visi dan misi yang pasti, b). *Aligning* (penyelaras) : Peran untuk memastikan bahwa struktur, sistem dan proses operasional organisasi memberikan dukungan pada pencapaian visi dan misi, c). *Empowering* (pemberdaya) : Peran untuk menggerakkan semangat dalam diri orang-orang dalam mengungkapkan bakat, kecerdikan dan kreativitas laten untuk mampu mengerjakan apapun dan konsisten dengan prinsip-prinsip yang disepakati.

Agar kepemimpinan dapat berperan maka perlu diperhatikan beberapa hal berikut ini:

a. Bahwa yang menjadi dasar utama dalam efektivitas kepemimpinan sesesorang bukan pengangkatan penunjukannya selaku "kepala", akan tetapi penerimaan orang lain terhadap kepemimpinan yang bersangkutan.
b. Efektivitas kepemimpinan tercermin dari kemampuannya untuk tumbuh dan berkembang.
c. Efektivitas kepemimpinan menuntut kemahiran untuk "membaca" situasi.
d. Perilaku seseorang tidak terbentuk begitu saja, melainkan melalui proses pertumbuhan dan perkembangan.

Kehidupan organisasi yang dinamis dan serasi dapat tercipta bila setiap anggota mau menyesuaikan cara berpikir dan bertindaknya untuk mencapai tujuan organisasi.

C. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seorang karyawan terhadap pekerjaannya. Ini nampak dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerjanya (Handoko, 2008).

Kepuasan kerja yaitu suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan evaluasi ari karakteristiknya (Robbins dan Judge, 2008). Kepuasan kerja adalah penilaian dari pekerja tentang seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan memuaskan kebutuhannya. Kepuasan kerja juga ada-

lah sikap umum yang merupakan hasil dari beberapa sikap khusus terhadap faktor-faktor pekerjaan, penyesuaian diri dan hubungan sosial individu di luar kerja (Rivai dan Mulyadi, 2003).

Kepuasan kerja merujuk pada sikap umum seseorang individu terhadap pekerjaannya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap yang positif kerja itu, seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap yang negatif terhadap pekerjaan itu.

Kepuasan kerja pada dasarnya adalah "*security feeling*" (rasa aman) dan mempunyai segi-segi : (1). Segi sosial ekonomi (gaji dan jaminan sosial), (2). Segi sosial psikologi : (a). Kesempatan untuk maju, (b). Kesempatan mendapatkan penghargaan, (c). Berhubungan dengan masalah pengawasan, (d). Berhubungan dengan pergaulan antar karyawan dengan karyawan dan antara karyawan dengan atasannya

Sementara faktor-faktor yang menimbulkan kepuasan kerja seseorang adalah : a). Kedudukan, b). Pangkat dan jabatan, c). Masalah umur, d). Jaminan finansial dan jaminan sosial, e). Mutu pengawasan

Dalam suatu pekerjaan karyawan cenderung lebih menyukai pekerjaan-pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk menggunakan keterampilan dan kemampuan mereka dalam menawarkan beragam tugas, kebebasan dan umpan balik mengenai betapa baik mereka bekerja. Selain itu para karyawan juga menginginkan sistem upah dan kebijakan promosi yang mereka persepsikan sebagai adil, tidak meragukan, dan segaris dengan pengharapan mereka. Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaannya akan lebih produktif dibanding dengan karyawan yang tidak puas terhadap pekerjaannya. Kepuasan anggota dipengaruhi oleh hubungan persepsi, peran-kinerja antara atasan dan bawahan.

Indikator-indikator untuk mengukur kepuasan kerja menurut Minnosota Satisfaction Questionare (MSQ) adalah seperti berikut : (1). Kebebasan memanfaatkan waktu luang, (2). Kebebasan bekerja secara mandiri, (3). Kebebasan berganti-ganti pekerjaan dari waktu ke waktu, (4). Kebebasan bergaul, (5). Gaya kepemimpinan atasan langsung, (6). Kompetensi pengawas, (7). Tugas yang diterima, (8). Kesempatan bertindak terhadap orang lain, (9). Persiapan kerja, (10). Kebebasan memerintah, (11). Kebebasan memanfaatkan kemampuan, (12). Kebebasan menerapkan peraturan yang berlaku, (13). Gaji yang diterima, (14). Kesempatan mengembangkan karir, (15). Kebebasan mengambil keputusan, (16). Kesempatan menggunakan metode kerja, (17). Kondisi kerja yang mendukung, (18). Kerja sama, (19). Penghargaan terhadap prestasi, (20). Perasaan pekerja terhadap prestasinya.

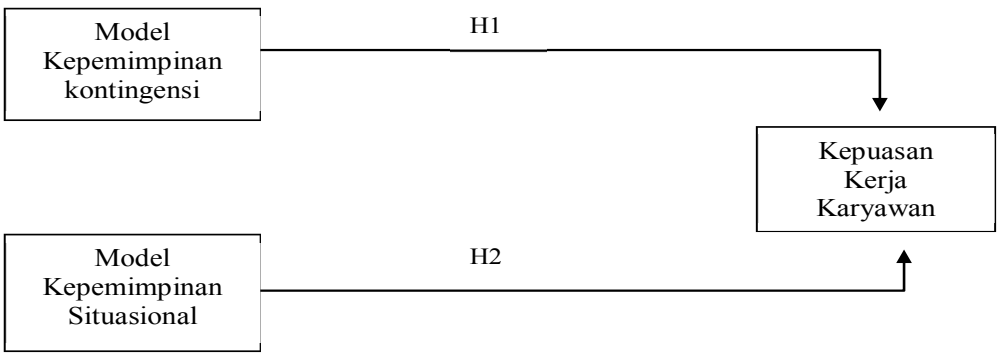
D. Hipotesis

Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks (Mohammad Nazir, 2009). Dalam penelitian ini hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Model kepemimpinan kontingensi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di Rumah Sakit Umum daerah Panembahan Senopati Bantul.
2. Model kepemimpinan situasional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan Senopati Bantul.

E. Model Penelitian

Untuk menguji pengaruh Model Kepemimpinan Kontingensi dan Situasional terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Rumah Sakit Umum Daerah Panembahan Senopati Bantul digunakan model yang terdapat dalam Gambar1.



Gambar 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Instalasi Pemeliharaan sarana Prasarana Rumah Sakit (IPSRS) RSUD Panembahan Senopati Bantul yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 14 Kabupaten Bantul-Yogyakarta 55714 dan yang menjadi objek penelitian ini adalah karyawan di Instalasi Pemeliharaan Sarana Prasarana Rumah Sakit (IPSRS).

B. Data dan Teknik Pengumpulan

Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari pengisian kuesioner yang dibagikan kepada setiap responden. Data ini berkaitan dengan persepsi masing-masing responden mengenai pengaruh model kepemimpinan kontingensi dan situasional terhadap kepuasan kerja karyawan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di Instalasi Pemeliharaan Sarana Prasarana Rumah Sakit RSUD Panembahan Senopati Bantul dengan jumlah populasi 43 karyawan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *Nonprobability Sampling. Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiono, 2009). Kuesioner dibagikan kepada seluruh karyawan Instalasi Pemeliharaan Sarana dan Prasarana Rumah Sakit (IPSRS) di RSUD Panembahan Senopati Bantul yaitu sebanyak 43 orang dan kuesioner yang kembali sebanyak 39. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 39 orang responden.

D. Definisi Operasional Variabel

1) Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seorang karyawan terhadap pekerjaannya. Ini nampak dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerjanya (Handoko, 2008). Variabel kepuasan kerja diukur dengan menggunakan skala interval dan alat yang digunakan adalah kuesioner dengan skala *likert.* Indikator-indikator untuk mengukur kepuasan kerja menurut Minnosota Satisfaction Questionare (MSQ) adalah seperti berikut : a). Kebebasan memanfaatkan waktu luang, b). Kebebasan bekerja secara mandiri, c). Kebebasan berganti-ganti pekerjaan dari waktu ke waktu, d). Kebebasan bergaul, e). Gaya kepemimpinan atasan langsung,

f). Kompetensi pengawas, g). Tugas yang diterima, h). Kesempatan bertindak terhadap orang lain, i). Persiapan kerja, j). Kebebasan memerintah, k). Kebebasan memanfaatkan kemampuan, l). Kebebasan menerapkan peraturan yang berlaku, m). Gaji yang diterima, n). Kesempatan mengembangkan karir, o). Kebebasan mengambil keputusan, p). Kesempatan menggunakan metode kerja, q). Kondisi kerja yang mendukung Kerjasama, r). Penghargaan terhadap prestasi, s). Perasaan pekerja terhadap prestasinya.

2) Model kepemimpinan Kontingensi (*Leadership Contingency Mode*) yang merupakan suatu pemutakhiran terhadap model kepemimpinan Fred E. Fielder. Teori ini tidak membahas gaya kepemimpinan apa yang paling baik dan gaya kepemimpinan apa yang tidak baik, tetapi teori ini mengemukakan bagaimana tindakan seorang manajer dalam situasi tertentu perilaku kepemimpinannya yang efektif. Teori ini juga tidak membahas gaya dan perilaku yang berpola, tetapi membahas perilaku yang berdasarkan situasi. Artinya manajer dalam memperagakan kepemimpinannya tidak berpedoman pada salah satu pola perilaku dari waktu ke waktu melainkan didasarkan pada analisis manajer setelah ia mempelajari situasi tertentu, lalu ia melakukan pendekatan yang tepat. Fielder menghubungkan perilaku kepemimpinannya dengan situasi yang dihadapi oleh pemimpin pada suatu saat. Fielder beranggapan bahwa dalam situasi yang berbeda diperlukan pendekatan yang berbeda demi tercapainya efektivitas. Model kepemimpinan ini mengemukakan tiga variabel utama yang menentukan suatu situasi yang menguntungkan dan tidak menguntungkan bagi pemimpin yaitu : a). Hubungan kepemimpinan dengan kelompok, b). Derajat struktur tugas kelompok, c). Posisi kewenangan formal pemimpin.

3) Model kepemimpinan situasional menurut Hersey dan Blanchard, model ini berdasarkan pada pemikiran bahwa kemampuan diasnotik bagi manajer tidak bisa diabaikan, seperti terlihat pada : "manajer yang berhasil harus seorang pendignosa yang baik dan dapat menghargai semangat mencari tahu". apabila kemampuan motif serta kebutuhan bawahan sangat bervariasi, seorang pemimpin harus mempunyai kepekaan dan kemampuan mendiagnosa agar mampu membaca dan menerima perbedaan-perbedaan itu. Kepemimpinan situasional adalah bagaimana seorang manajer mampu mengidentifikasi isyarat-isyarat yang terjadi dalam lingkungannya, mendiagnosanya, kemudian mengadaptasi perilaku kepemimpinannya sesuai kondisi lingkungan tersebut. Dasar kepemimpinan situasional adalah : a). Kadar bimbingan/arahan pimpinan (per-

ilaku tugas), b). Kadar dukungan sosio emosional yang disediakan oleh pemimpin (perilaku hubungan), c). Kematangan anggota dalam melaksanakan tugas dan fungsi mereka dalam mencapai tujuan tertentu.

E. Pengukuran Variabel

Pengukuran dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran terhadap dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen, dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran skala Likert.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang berupa kata-kata.

a. Sangat puas : Diberi angka 5
b. Puas : Diberi angka 4
c. Ragu-ragu : Diberi angka 3
d. Tidak Puas : Diberi angka 2
e. Sangat tidak puas : Diberi angka 1

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

   Untuk mengetahui layak tidaknya kuesioner perlu diuji dengan menggunakan uji validitas. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 2004;109). Pada penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah rumus korelasi product moment dari pearson (Sugiyono, 2005;213) dengan Ketentuannya bila r hitung < r tabel, maka tidak valid dan bila r hitung ≥ r tabel maka valid.

2. Uji Reliabilitas.

   Digunakan untuk mengetahui konsistensi tidaknya suatu kuesioner yang didesainnya. Untuk mengukur konsisten, peneliti memerlukan sekali pengujian dengan menggunakan teknik tertentu terhadap skor jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrumen yang bersangkutan. Reliabilitas diukur dari koefisien korelasi, bila koefisien korelasi positif signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel atau handal. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

   1) *Repeated measure* atau pengukuran ulang

      Pengukurannya dilakukan lebih dari sekali, jadi responden diberi pertanyaan yang sama tetapi pada waktu yang berbeda, kemudi-

an dilihat konsistensi jawaban dari responden yang kita beri pernyataan.

2) *One shot* atau pengukuran sekali saja
Pengukurannya hanya sekali saja tidak diulang untuk responden yang sama dengan pertanyaan yang sama, tetapi data yang diperoleh hanya kemudian dibandingkan dengan pertanyaan lain saja. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum melakukan analisis data, data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas data penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *product moment pearson*. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* dengan alat bantu statistik SPSS.

(1). Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Jumlah keseluruhan butir pertanyaan pada kuesioner adalah sebanyak 30 butir. Butir-butir tersebut dianggap dapat mewakili gaya kepemimpinan yang diamati, di mana masing-masing butir pertanyaan tersebut memiliki bobot yang sama dengan butir pertanyaan lainnya. Kuesioner awal dibagikan kepada 43 orang karyawan IPSRS di RSUD Panembahan Senopati Bantul namun kembali sebanyak 39 kuesioner, jadi sampelnya adalah 39 responden. Pada uji coba validitas ini digunakan teknik *product moment*. Nilai *alpha* yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Hasil Uji validitas untuk variabel model kepemimpinan kontingensi (X_1), model kepemimpinan situasional (X_2), dan kepuasan kerja (Y) sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	Item	r hitung	r tabel (5 %) df= 37	Hasil Pengujian	Keterangan
1.	Model Kepemimpinan Kontingensi($X_{1.1}$)	P1	0,585	0,316	r hitung > r table	Valid
		P2	0,581	0,316	r hitung > r table	Valid
		P3	0,489	0,316	r hitung > r table	Valid
		P4	0,517	0,316	r hitung > r table	Valid
		P5	0,511	0,316	r hitung > r table	Valid
		P6	0,550	0,316	r hitung > r table	Valid
		P7	0,436	0,316	r hitung > r table	Valid
		P8	0,406	0,316	r hitung > r table	Valid
		P9	0,405	0,316	r hitung > r table	Valid
		P10	0,555	0,316	r hitung > r table	Valid
2.	Model Kepemimpinan Situasional ($X_{1.2}$)	P1	0,620	0,316	r hitung > r table	Valid
		P2	0,630	0,316	r hitung > r table	Valid
		P3	0,407	0,316	r hitung > r table	Valid
		P4	0,353	0,316	r hitung > r table	Valid
		P5	0,445	0,316	r hitung > r table	Valid
		P6	0,583	0,316	r hitung > r table	Valid
		P7	0,481	0,316	r hitung > r table	Valid
		P8	0,622	0,316	r hitung > r table	Valid
		P9	0,440	0,316	r hitung > r table	Valid
		P10	0,646	0,316	r hitung > r table	Valid

3.	Kepuasan Kerja Karyawan	P1	0,427	0,316	r hitung > r table	Valid
		P2	0,375	0,316	r hitung > r table	Valid
		P3	0,615	0,316	r hitung > r table	Valid
		P4	0,562	0,316	r hitung > r table	Valid
		P5	0,571	0,316	r hitung > r table	Valid
		P6	0,511	0,316	r hitung > r table	Valid
		P7	0,689	0,316	r hitung > r table	Valid
		P8	0,511	0,316	r hitung > r table	Valid
		P9	0,580	0,316	r hitung > r table	Valid
		P10	0,413	0,316	r hitung > r table	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian Pengaruh Model Kepemimpinan Situasional Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di RSUD Panembahan Senopati Bantul semua valid, karena memenuhi kriteria r hitung > r tabel.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom (df)* = n - 2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel (Ghozali, 2005: 45). Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 39 dan besarnya *df* dapat dihitung 39 - 2 = 37 dengan *df* = 37 dan *alpha* = 5%, didapat r tabel = 0,316 (r tabel terlampir). Sehingga r hitung > r tabel. Oleh sebab itu, semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner untuk variabel independen yaitu model kepemimpinan kontingensi (X_1), model kepemimpinan situasional (X_2), dan variabel dependen kepuasan kerja karyawan (Y) adalah valid.

(2) Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *One Shot* dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). *One Shot* atau pengukuran sekali saja adalah pengukuran hanya dilakukan sekali saja tidak diulang untuk responden yang sama dengan pertanyaan lain. Suatu variabel dikatakan reliabilitas jika nilai *crobanch alpha* > 0,60.

Uji Reliabilitas terhadap kuesioner dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excel* dan *Statitical Produce and Service Solution (SPSS) 16.0 for Windows*. Hasil perhitungan tingkat reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
Hasil Uji *Cronbach Alpha*

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Hasil Pengujian	Keterangan
1	Model Kepemimpinan Kontingensi (X_1)	0,815	0,60	*Cronbach Alpa* > 0,60	Reliabel
2	Model Kepemimpinan Situasional (X_2)	0,832	0,60	*Cronbach Alpa* > 0,60	Reliabel
4	Kepuasan Kerja Karyawan (Y)	0,825	0,60	*Cronbach Alpa* > 0,60	Reliabel

Dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga semua variabel penelitian yakni model kepemimpinan kontingensi (X_1), model kepemimpinan situasional (X_2), dan kepuasan kerja karyawan (Y) dikatakan reliabel (handal).

B. Analisis Data

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (model kepemimpinan kontingensi dan situasional) terhadap variabel terikat (kepuasan kerja karyawan) digunakan analisis regresi linear berganda. Bentuk dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan dengan model $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ dan hasil perhitungan regresinya ditunjukkan dalam Tabel 3.

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	34.345	5.856		5.865	.000
	X1	.367	.144	.461	2.554	.015
	X2	-.217	.161	-.243	-1.347	.186

a. Dependent Variable: Y

Dari uji tersebut menunjukkan bahwa variabel model kepemimpinan kontingensi (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja

(Y) karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul tetapi variabel model kepemimpinan situasional (X_2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja (Y) karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul.

Berdasarkan Tabel 4, diketahui besarnya *R Square* sebesar 0,153. Dimana nilai *R Square* mengukur seberapa besar kontribusi atau peran variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dari nilai *R Square* sebesar 0,153 berarti 15,3% variabel dependen yaitu variansi kepuasan kerja (Y) karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul dapat dijelaskan oleh variabel model kepemimpinan kontingensi (X_1), dan model kepemimpinan situasional (X_2). Sedangkan sisanya (100% - 15,3% = 84,7%) dijelaskan variansinya oleh variabel lain. Dengan kata lain 15,3% sumbangan pengaruh variabel model kepemimpinan kontingensi (X_1), dan model kepemimpinan situasional (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan kerja (Y).

Tabel 4
Nilai Koefisiendeterminasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.392[a]	.153	.106	3.599

a. Predictors: (Constant), X1.2, X1.1

SIMPULAN

Dari hasil pengujian mengunakan bantuan program olah data SPSS menunjukkan bahwa variabel model kepemimpinan kontingensi (X_1) **terbukti** berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja (Y) karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul. Akan tetapi variabel model kepemimpinan situasional (X_2) **tidak terbukti** berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja (Y) karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul.

Kemungkinan hal ini disebabkan karena salah satu dasar dari model kepemimpinan situasional ini adalah "tingkat kesiapan atau kematangan yang diperlihatkan oleh anggota dalam melaksanakan tugas dan fungsi mereka dalam pencapaian tujuan tertentu" dan dalam model ini dinyatakan bahwa "kebutuhan yang berbeda pada anak buah menyebabkan mereka harus diperlakukan berbeda pula walaupun banyak praktisi yang menganggap tidak praktis kalau dalam setiap kali mengambil keputusan harus terlebih dahulu mempertim-

bangkan setiap variabel situasi". Sedangkan dari penelitian karyawan IPSRS sebanyak 39 orang diketahui 1 orang atau 3% responden bekerja <1 tahun, 16 orang atau 41% bekerja selama 1-5 tahun, 4 orang atau 10% bekerja selama 6-10 tahun, dan 18 orang atau 46% bekerja lebih dari 10 tahun.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah bekerja selama lebih dari 10 tahun dan mempunyai kapasitas dalam pekerjaannya serta ada kekurangan karyawan dibeberapa unit. Selain itu juga karena karyawan IPSRS di RSUD Panembahan Senopati Bantul tidak terbiasa bekerja dibawah kepemimpinan situasional seperti yang ada dimodel kepemimpinan situasional. Berdasarkan keadaan di lokasi penelitian, para karyawan bekerja dibawah model kepemimpinan kontingensi yaitu pemimpin menerapkan kepemimpinan yang efektif tidak berpola pada salah satu gaya tertentu, melainkan dimulai dengan mempelajari situasi tertentu pada suatu saat tertentu. Misalnya, kepala instalasi IPSRS tidak memiliki staf administrasi padahal posisi itu cukup berpengaruh dalam menunjang kepuasan kerja dari karyawan dan kepala bidang itu sendiri sehingga pada situasi tertentu kepala instalasi IPSRS mengerjakan tugas yang seharusnya dikerjakan oleh staf administrasi dan pada situasi serta saat tertentu beliau meminta bantuan karyawan dari unit lain dari dalam IPSRS untuk mengerjakan pekerjaan tersebut. Kepemimpinan yang dilakukan oleh kepala instalasi tersebut merupakan salah satu contoh dari variabel yang dijadikan dasar sebagai perilaku kepemimpinan yang berorientasi pada tugas atau hubungan. Oleh ebab itu model kepemimpinan situasional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul.

Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2) didapatkan nilai tingkat pengaruh antara variabel dependen kepuasan kerja (Y) dengan dua variabel independen model kepemimpinan kontingensi (X_1) dan model kepemimpinan situasional (X_2) yaitu sebesar 0,153 . Hal ini berarti 15,3% variabel dependen yaitu variansi kepuasan kerja (Y) karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul dapat dijelaskan oleh variabel model kepemimpinan kontingensi (X_1), dan model kepemimpinan situasional (X_2). Sedangkan sisanya (100% - 15,3% = 84,7%) dijelaskan variansinya oleh variabel lain. Oleh sebab itu pihak-pihak yang berwenang di RSUD Panembahan Senopati Bantul harus memperhatikan model kepemimpinan situasional yang akan diterapkan supaya karyawan mendapatkan kepuasan dalam bekerja dan akan lebih memicu karyawan untuk lebih giat bekerja, sehingga dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Misalnya pangkat atau jabatan, usia dan kesempatan menggunakan metode kerja agar karyawan terdorong dan semangat dalam melaksanakan tugas yang diberikan pimpinan serta tercapainya kepuasan kerja karyawan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak atau pengaruh model kepemimpinan kontingensi (X_1) dan model kepemimpinan situasional (X_2). Dimana kepemimpinan adalah proses untuk mempengaruhi orang lain baik dalam organisasi maupun di luar organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam suatu situasi dan kondisi tertentu. Proses mempengaruhi tersebut sering melibatkan berbagai kekuasaan seperti ancaman, penghargaan, otoritas maupun bujukan. Perilaku atasan juga merupakan determinan utama dari kepuasan. Umumnya kepuasan dapat ditingkatkan, bila atasan bersifat ramah dan memahami, menawarkan pujian untuk kinerja yang baik, mendengarkan pendapat karyawan, dan menunjukkan suatu minat pribadi pada mereka. Partisipasi dalam pengambilan keputusan kepemimpinan khususnya pada kepemimpinan demokratis akan mempunyai dampak pada peningkatan hubungan manajer dengan bawahan, menaikkan moral dan kepuasan kerja serta menurunkan ketergantungan terhadap pemimpin. Dengan demikian dapat dikatakan kepemimpinan sangat erat hubungannya dengan kepuasan kerja karyawan. Kepemimpinan yang memperoleh respon positif dari karyawan cenderung akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan, demikian bila terjadi sebaliknya. Pada dasarnya implikasi kedua variabel penelitian ini berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan di RSUD Panembahan Senopati Bantul apabila pimpinan mampu memenuhi kebutuhan karyawan seperti adanya perhatian pemimpin baik dalam tugas dan hubungan antara pimpinan secara organisasi maupun individu.

Implikasi partisipatif dan teori kepemimpinan situasional terhadap sistem komunikasi organisasi dalam sistem komunikasi organisasi, partisipatif telah menggunakan komunikasi dua arah, yaitu sistem atau pola komunikasi yang akan menghasilkan umpan balik secara langsung dari komunikan untuk dijadikan evaluasi. Pemimpin akan sering berkomunikasi dengan bawahan dalam merumuskan hal-hal yang dapat dirumuskan dengan bawahan. Hal ini menunjukkan bahwa komuniksai harus berfungsi juga sebagai persuatif dan *regulative*. Kepemimpinan situasional memungkinkan seorang pemimpin melaksanakan kepemimpinannya sesuai dengan kondisi yang terjadi. Untuk komunikasi satu arah seperti *Telling*, mengharuskan pemimpin untuk lebih banyak mengarahkan, hal ini dilakukan agar tugas yang dilaksanakan sesuai dengan alur atau tujuan yang telah ditetapkan. Komunikasi satu arah akan mengalami kesulitan dalam menerima umpan balik sebagai evaluasi bagi organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

Aditama, Tjandra Yoga, (2002), Manajemen Administrasi Rumah Sakit, Edisi 2, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

Alwi, Syafarudin, (2001), Manajemen Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: BPFE.

Darwito, (2008), Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Tesis, Universitas Diponegoro.

Dessler, Gary, (2003), Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Kesepuluh, Jakarta: PT INDEKS.

Ghozali, I, (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, BPFE UNDIP.

Ghozali, I, (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*, Semarang, BPFE UNDIP.

Handoko, T. Hani, (2003), Manajemen, Edisi 2, Yogyakarta: BPFE.

Handoko,T. Hani, (2008), Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia, Edisi 2, Yogyakarta: BPFE.

KEMENKES RI NO. 983/MENKES/SK/XI/1992, Tentang Pedoman Organisasi Rumah Sakit.

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 340/MENKES/PER/III/2010 Pasal 1 Tentang Pengertian Rumah Sakit.

Rivai, Veithzal & Mulyadi, D, (2003), Kepemimpinan & Perilaku Organisasi, Edisi Ketiga, Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Robbins, P. Stephen & Judge, A. T, (2008). Perilaku Organisasi, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat.

Siregar, Syahrial, (2009), Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kemampuan Berkomunikasi Kepala Bidang Terhadap Kinerja Pegawai Pelayanan Keperawatan Jiwa di Rumah Sakit Jiwa Daerah Provinsi Sumatera Utara Tesis, Universitas Sumatera Utara.

Sudarmadi, (2007), Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dengan gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Tesis, Universitas Diponegoro.

Sugiyono, (2012), Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2009), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2010), Statistika untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta.

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, UMUR PERUSAHAAN, *RETURN ON ASSET*, KOMPENSASI RUGI FISKAL, *LEVERAGE* DAN *CORPORATE GOVERNANCE*, TERHADAP *TAX AVOIDANCE*
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015)

Eni Dwi Susliyanti S.E, M.Si
Jurusan Akuntansi, STIE Solusi Bisnis Indonesia
Email : eni.susliyanti@gmail.com

Abstract

This research studied the impact of ROA, leverage, corporate governance, company's size, age of company, and fiscal lost compensation to tax avoidance.Tax avoidance (dependent variable) proxied by Cash Effective Tax Rates (CETR). This research used purposive sampling criteria and doubel linear regression anlysist test. The result was ROA, leverage, corporate governance, company's size, age the company, and fiscal lost compensation had no simultanous and partial impact to tax avoidance in manufacture companies listed in BEI 2013-2015.

Keywords: *ROA, leverage, corporate governance, company's size, age of company, fiscal lost compensation and tax avoidance.*

PENDAHULUAN

Pajak sebagai sumber pendapatan bagi Negara merupakan sumber yang bisa diandalkan karena berlangsung terus menerus. Sedangkan bagi perusahaan pajak adalah beban yang akan mengurangi laba bersih. Perbedaan kepentingan dari fiskus yang menginginkan penerimaan pajak yang besar dan kontinyu tentu bertolak belakang dengan kepentingan dari perusahaan yang menginginkan pembayaran pajak seminimal mungkin. Kendala dalam rangka optimalisasi penerimaan pajak adalah adanya penghindaran pajak (*tax avoidance*), bahkan tidak sedikit perusahaan yang melakukan penghindaran pajak. (Kurniasih dan Sari, 2013)

Perbedaan kepentingan antara fiskus dan perusahaan berdasarkan teori keagenan akan menimbulkan ketidakpatuhan yang dilakukan oleh wajib pajak atau pihak manajemen perusahaan yang akan berdampak pada upaya perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak (*tax avoidance*). Penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah usaha untuk mengurangi utang pajak yang bersifat legal (*lawful*) (Xynas, 2011 dalam Dewinta dan Setiawan, 2016). *Tax avoidance* banyak dilakukan perusahaan karena *tax avoidance* adalah usaha pengurangan pajak, namun tetap mematuhi ketentuan peraturan perpajakan seperti memanfaatkan pengecualian dan potongan yang diperkenankan maupun menunda pajak yang belum diatur dalam peraturan perpajakan yang berlaku dan biasanya melalui kebijakan yang diambil oleh pimpinan perusahaan.

Tax avoidance memiliki persoalan yang rumit dan unik karena di satu sisi *tax avoidance* diperbolehkan, namun di sisi lain penghindaran pajak tidak diinginkan (Budiman dan Setiono, 2012). Untuk mengukur *tax avoidance* peneliti menggunakan *cash effective tax rate* (CETR). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penghindaran pajak tersebut, yaitu ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, kompensasi rugi fiskal, pertumbuhan penjualan, dan *corporate governance*.

Tingkat ukuran sebuah perusahaan. Perusahaan besar akan mendapat sorotan pemerintah, sehingga akan menimbulkan kecenderungan bagi para manajer perusahaan untuk berlaku agresif atau patuh (Kurniasih dan Sari, 2013). Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan akan lebih mempertimbangkan risiko dalam hal mengelola beban pajaknya. Umur perusahaan yaitu seberapa lama perusahaan tersebut berdiri dan dapat bertahan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Umur perusahaan menunjukan seberapa lama perusahaan untuk tetap eksis dan mampu bersaing di dalam usaha. Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja bagi perusahaan. Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, salah satunya adalah *return on asset* (ROA). ROA memiliki keterkaitan dengan laba bersih perusahaan dan pengenaan pajak penghasilan untuk perusahaan (Kurniasih dan Sari, 2013).

Kompensasi rugi fiskal merupakan proses peralihan kerugian dari satu periode ke periode lainnya yang menunjukan perusahaan yang sedang merugi tidak akan dibebani pajak. Kurniasih dan Sari (2013) mengatakan kompensasi rugi fiskal memiliki nilai negative terhadap *tax avoidance*. Karena kerugian tersebut dapat mengurangi beban pajak pada tahun berikutnya. *Leverage* (struktur utang) merupakan rasio yang menunjukkan besaran utang yang dimiliki oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya. Penambahan jumlah utang akan mengakibatkan munculnya beban bunga yang harus dibayar oleh perusahaan. Perusahaan dapat dinyatakan baik apabila memiliki nilai

leverage yang rendah. *Corporate governance* merupakan gambaran perbedaan kepentingan antara manajer dan pemilik suatu perusahaan yang berkaitan dengan keadaan tata kelola perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan yang berkenaan dengan perpajakan perusahaan itu sendiri. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas perusahaan, kompensasi rugi fiskal perusahaan, leverage, dan corporate governance mempengaruhi tax avoidance pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013-2015. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teori berupa bukti empiris pengaruh ukuran perusahaan, umur perushaan, profitabilitas, kompensasi rugi fiskal, *leverage*, dan *corporate governance* secara simultan dan parsial terhadap *tax avoidance*.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Keagenan

Hubungan agensi terjadi ketika salah satu pihak yang bertindak sebagai pihak yang menyewa pihak lain (*principal*) untuk melaksanakan suatu jasa dan dalam melakukan hal itu mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada pihak yang disewa (agen) tersebut (Anthony dan Govindarajan, 2005). Teori agensi menyatakan adanya asimetri informasi antara manajer (agen) dan pemegang saham *(principal)*. Anthony dan Govindarajan (2005) mengasumsikan tujuan atau kepentingan yang berbeda antara agen dan prisipal menyebabkan agen akan menerima kepuasan tidak hanya dari kompensasi keuangan tetapi juga dari tambahan yang terlibat dalam hubungan suatu agensi seperti waktu luang yang banyak, kondisi kerja yang menarik, keanggotaan klub dan jam kerja yang fleksibel.

Anthony dan Govindarajan (2005) juga mengasumsikan bahwa principal diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian keuangan yang diperoleh dari investasi mereka di perusahaan tersebut. Principal tidak memiliki informasi yang mencukupi mengenai kinerja agen dalam memberikan kontribusi pada hasil aktual perusahaan.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil dari sebuah proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut. Menurut Kasmir (2013: 7) laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan pada saat ini

atau dalam suatu periode tertentu. Maksud laporan keuangan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan saat ini adalah merupakan kondisi terkini. Kondisi perusahaan terkini adalah keadaan keuangan perusahaaan pada tanggal terntentu (untuk neraca) dan periode tertentu (untuk laporan laba rugi). Laporan keuangan menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode.

Pasar Modal

Perusahaan yang membutuhkan dana dapat menjual surat berharganya di pasar modal. Pasr modal merupakan tempat bertemu antara pembeli dan penjual dengan resiko untung dan rugi. Pasar modal merupakan sarana perusahaan untuk meningkatkan kebutuhan dana jangka panjang dengan menjual saham atau mengeluarkan obligasi. Sunariyah (2011: 4) mengemukakan pengertian pasar modal adalah sebagai berikut: "Pasar modal secara umum adalah suatu system keuangan yang terorganisasi, termasuk didalamnya adalah bank-bank komersial dan semua lembaga perantara di bidang keuangan, serta keseluruhan surat-surat berharga yang beredar. Dalam arti sempit, pasar modal adalah suatu pasar (tempat berupa gedung) yang disiapkan guna memperdagangkan saham-saham, obligasi, dan jenis surat berharga lainnya dengan memakai jasa para perantara pedagang efek"

Pajak

Menurut Mardiasmo, (2011: 1) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan membayar pengeluaran umum. Menurut Undang-Undang No. 16 Tahun 2009 yang tercantum di pasal 1 (1) Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Tax Avoidance

Tax avoidance adalah suatu skema transaksi yang ditunjukkan untuk meminimalkan beban pajak dengan menfaatkan kelemahan-kelemahan (*loophole*) ketentuan perpajakan suatu negara (Utami, 2013). Menurut Lim (2011) mendifinisikan *tax avoidance* sebagai penghambatan pajak yang timbul dengan memanfaatkan ketentuan perpajakan yang dilakukan secara legal untuk meminimalkan pajak.

Penghindaran pajak atau perlawanan terhadap pajak adalah ham-

batan-hambatan yang terjadi dalam pemungutan pajak sehinggan mengakibatkan berkurangnya penerimaan kas negara. *Tax avoidance* selalu diartikan sebgai kegiatan yang legal (Bambang, 2009). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tariff pajak efektif atau lebih dikenal dengan *Cash Effective Tax Rate* (CETR). CETR dapat menilai pembayaran pajak dari laporan arus kas, sehingga kita bisa mengetahui berapa jumlah kas yang sesungguhnya dibayarkan oleh perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Machfoedz (1994) dalam Suwito dan Herawati (2015) menyatakan ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat mengklarifikasi perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total asset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan. Ukuran perusahaan umumnya dibagi menjadi 3 kategori, yaitu *large firm, medium firm*, dan *small firm*. Tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva menunjukan bahwa perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka waktu yang relatif panjang.

Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah lamanya sebuah perusahaan berdiri, berkembang dan bertahan. Umur perusahaan dihitung sejak perusahaan tersebut berdiri berdasarkan akta pendirian sampai penelitian dilakukan. Hasil pengujian yang dilakukan oleh Trisnawati (1998) dan Beatty (1989) dalam Gumanti (2000) menyatakan bahwa perusahaan yang sudah banyak pengalaman yang diperoleh. Semakin lama umur perusahaan, semakin lama umur perusahaan, semakin banyak informasi yang telah diperoleh masyarakat tentang perusahaan tersebut. Dan hal ini akan menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk perusahaan tersebut.

Return On Asset

R*eturn on Asset* (ROA) yaitu rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan asset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. ROA merupakan salah satu alat untuk mengukur profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan seberapa besar asset perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset (Hery, 2010).

Kompensasi Rugi Fiskal

Kompensasi kerugian merupakan salah satu insentif fiskal yang ada di negara kita. Insentif ini diberikan sehubungan dengan rasa keadilan dalam membayar pajak serta untuk memberikan dorongan pada masyarakat untuk terus berusaha mengembangkan potensi ekonominya. Secara alamiah, suatu perusahaan yang mengalami kerugian dalam satu periode (=tahun pajak) maka kerugian tersebut bisa mereka kompensasikan dengan keuntungan yang perusahaan tersebut peroleh di tahun-tahun berikutnya. UU PPh pasal 6 ayat (2) menyatakan bahwa kerugian tersebut dapat dikompensasikan selam 5 tahun berturut-turut setelah periode kerugian tersebut dialami. Secara alamiah, fasilitas keringanan dalam pembayaran pajak ini dimanfaatkan secara maksimal oleh perusahaan. Namun sering kali pada prakteknya, fasilitas kompensasi kerugian ini sering dimanfaatkan secara berlebihan. Bahkan dalam beberapa kasus, dapat diindikasikan sebagai ajang untuk penghindaran pajak. Meskipun dari beberapa cara yang dilakukan sebagian memang masih dalam koridor peraturan yang berlaku. (Raharja-Firman.blogspot.co.id)

Leverage

Leverage atau rasio *solvabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi) (Kasmir, 2008). *Leverage* mengambarkan hubungan antara total asset dengan modal saham biasa atau menunjukkan penggunaan utang untuk meningkatkan laba (Husnan dan Pudjiastuti, 2002).

Dalam penelitian ini jenis rasio *leverage* yang digunakan adalah *debt to equity ratio*. *Debt to equity ratio* adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan.

Corporate Governance

Corporate governance (CG) dipahami sebagai suatu bentuk efektifitas mekanisme agar dapat meminimalkan konflik keagenan, dimana terdapat penekanan khusus pada mekanisme legal yang diharapkan dapat mencegah

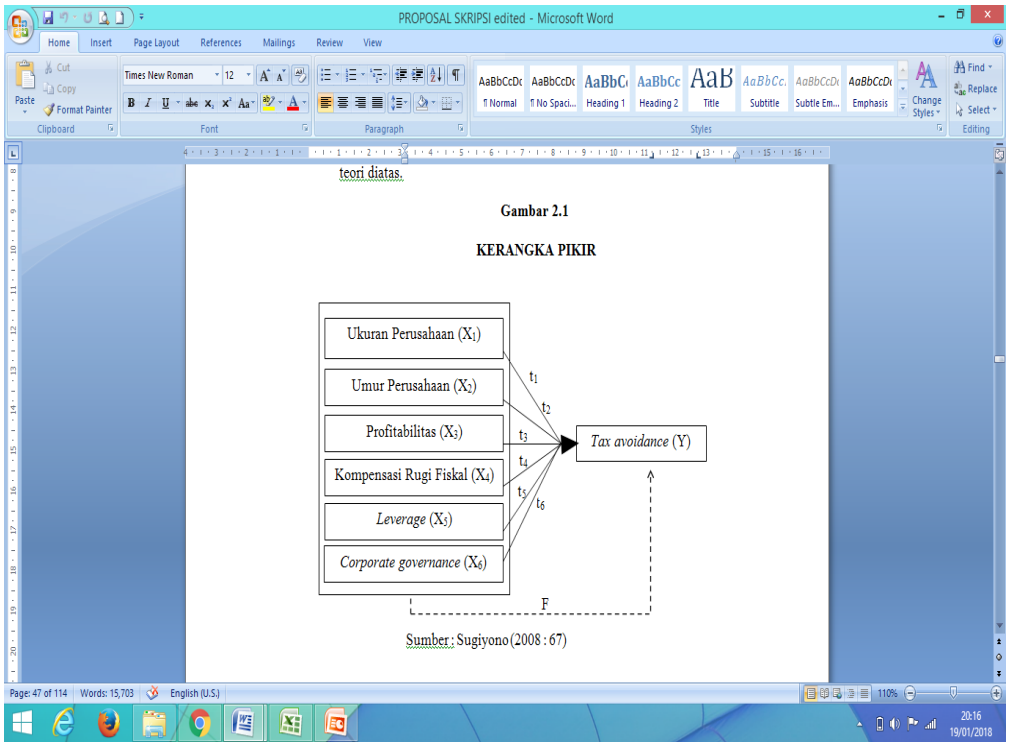
terjadinya eksproriasi atas pemegang saham minoritas pada suatu perusahaan (Johnson dkk, 2000 dalam Darmawati dkk, 2004).

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih dan Sari yang berjudul "Pengaruh *Return On Assets*, *Leverage*, *Corporate governance*, Ukuran Perusahaan, dan Kompensasi Rugi Fiskal terhadap *Tax Avoidance*: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2007-2010". Variable independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah, *return on assets, leverage, corporate governance,* ukuran perusahaan dan kompensasi rugi fiskal. Hasil menunjukkan *return on assets, corporate governace*, ukuran perusahaan dan kompensasi rugi fiskal berpengaruh secara simultan terhadap *tax avoidance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewinta dan Setiawan (2016) yang berjudul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Tax avoidance*: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014". Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap *tax avoidance*, namun *leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap *tax avoidance.*

Penelitian yang dilakukan oleh Calvin Swingly dan I Made (2015) yang berjudul "Pengaruh karakter eksekutif, ukuran perusahaan, *leverage*, komite audit, dan *sales growth* pada *tax avoidance* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013". Hasil dari penelitian menyatakan bahwa karakter eksekutif dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan yang berpengaruh negative adalah *leverage*. Variable komite audit dan *sales growth* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Berdasarkan uraian di atas maka berikut ini kerangka / model penelitian:



Gambar1 Model / kerangka penelitian

Perumusan Hipotesa

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap *tax avoidance*

Berdasarkan teori agensi, sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dapat digunakan oleh agent, yaitu dengan cara menekan beban pajak perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Adelina (2012), Fatharani (2012), Darmawan (2014) dan Swingly dan Sukartha, (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *tax avoidance*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

H_1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax* avoidance.

Pengaruh umur perusahaan terhadap *tax avoidance*.

Secara logika, semakin lama jangka waktu operasional suatu perusahaan, semakin banyak pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dan sumber daya manusia yang dimiliki semakin ahli dalam mengatur dan mengelola beban pajaknya sehingga kecenderungan untuk melakukan *tax avoidance* semakin tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Dewinta dan Setiawan (2016)

menemukan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif pada *tax avoidance*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

H_2 : Umur perusahaan berpengaruh terhadap *tax* avoidance.

Pengaruh profitabilitas terhadap *tax avoidance*

Semakin tinggi ROA, semakin tinggi keuntungan perusahaan sehingga semakin baik pengelolaan aktiva perusahaan. Menurut Lestari dan Sugiharto (2007:196) ROA merupakan pengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Semakin tinggi nilai dari ROA, berarti semakin tinggi nilai dari laba bersih perusahaan dan semakin tinggi profitabilitasnya. Penelitian (Kurniasih dan Sari, 2013) menyatakan bahwa ROA berpengaruh secara signifikan terhadap penghindaran pajak. Demikian tingginya profitabilitas perusahaan akan menggunakan *pecking order theory*, dimana perusahaan lebih memilih pendanaan internal dan memperoleh insentif dari pengelolaan asset yang dapat mengurangi beban pajak. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

H_3 : Profitabilitas berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Pengaruh Kompensasi Rugi Fiskal terhadap *tax avoidance*.

Perusahaan yang telah merugi dalam satu periode akuntansi diberikan keringanan untuk membayar pajaknya. Kerugian tersebut dapat dikompensasikan selama lima tahun ke depan dan laba perusahaan akan digunakan untuk mengurangi jumlah kompensasi kerugian tersebut. Akibatnya, selama lima tahun tersebut, perusahaan akan terhindar dari beban pajak, karena laba kena pajak akan digunakan untuk mengurangi jumlah kompensasi kerugian perusahaan (Prakosa, 2014). Perusahaan yang memiliki nilai kompensasi rugi fiskal yang lebih sedikit terlihat memiliki nilai GAAP ETR yang lebih tinggi (Anderson dan Reeb, 2003 dalam Ifanda, 2016). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

H_4 : Kompensasi Rugi Fiskal berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Pengaruh *Leverage* terhadap *tax avoidance*.

Perusahaan dimungkinkan menggunakan utang unuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Akan tetapi, utang akan menimbulkan beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Semakin besar utang maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar. Hal tersebut membawa implikasi meningkatnya pengunaan utang oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai dari rasio *leverage*, berarti semakin tinggi jumlah pendanaan dari utang pihak ketiga yang digunakan perusahaan dan semakin tinggi pula biaya bunga yang timbul dari utang tersebut. Biaya bunga yang semakin tinggi akan memberikan pengaruh

berkurangnya beban pajak perusahaan. Semakin tinggi nilai utang perusahaan maka nilai GAAP ETR perusahaan akan semakin rendah (Richardson dan Lanis, 2007). Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

H_5 : Leverage berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Pengaruh *Corporate governance* terhadap *tax avoidance*.

Dalam menjalankan fungsi perusahaan, terdapat dewan komisaris yang bertugas dalam fungsi pengawasan. Mereka dapat mempengaruhi pihak manajemen dalam menyusun laporan keuangan yang berkualitas. Susunan dewan komisaris biasanya terdapat komisaris independen yang dapat menjalankan funsi monitoring untuk mendukung pengelolaan perusahaan yang baik dan menjadikan laporan keuangan perusahaan lebih objektif. Di sisi lain, terdapat komite audit yang bertugas melakukan kontrol dalam proses penyusunan laporan keuangan perusahaan agar dapat meminimalir terjadinya kecurangan oleh pihak manajemen.

Berjalannya fungsi komite audit secara efektif akan memungkinkan terjadinya pengendalian pada perusahaan dan laporan keuangan yang lebih baik yang pada akhirnya terciptanya *good corporate governance.* Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian yang dibangun adalah :

H_{6a} : komposisi komisaris independen berpengaruh pada *tax avoindance*

H_{6b} : keberadaan komite audit berpengaruh pada *tax avoindance*

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013 - 2015. Perusahaan manufaktur dipilih karena industry manufaktur mempunyai ruang lingkup yang luas sehingga banyak modal yang terlibat termasuk modal intelektual. Pada penelitian ini teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purpose sampling* yaitu melalui pengambilan sampel secara khusus berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan secara berkelanjutan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.
2. Laporan perusahaan memiliki data tentang jumlah karyawan perusahaan selama dua tahun.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama dua tahun berturut-turut dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.
4. Perusahaan mengungkapkan modal intelektual dalam laporan tahunan (*annual report*) dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.
5. Memiliki kriteria yang berkaitan dengan variable-variabel yang dipakai dalam penelitian ini.

Jenis data dan Variabel Penelitian

Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data dokumenter, yang berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun periode 2013-2015 dan dapat diakses dari www.idx.co.id atau situs resmi masing-masing perusahaan.

Variabel Penelitian

1. Variable Dependen (Y)

Variable dependen dalam penelitian ini adalah *tax avoidance*, yang diukur *cash effective tax rate* (CETR). CETR merupakan pembayaran pajak secara kas atas laba perusahaan sebelum pajak penghasilan.

Cash effective tax rate (CETR) yang diharapkan mampu mengidentifikasi keagresifan perencanaan pajak perusahaan yang dilakukan menggunakan perbedaan tetap maupun perbedaan temporer (Chen et al 2010) dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{CETR} = \frac{Cash\ Tax\ Paid}{Pre - Tax\ Income}$$

2. Variabel Independen (Y)

a. Ukuran perusahaan (X1)
Ukuran perusahaan (*size*) ukuran ditunjukkan melalui *Log* total aktiva, karena dinilai bahwa ukuran ini memiliki tingkat kestabilan yang lebih dibandingkan poksi-poksi yang lainnya dan cenderung berkesinambungan antar periode (Jogiyanto, 2000:259).

b. Umur Perusahaan (X2)

Umur perusahaan digunakan untuk mengukur pengaruh lamanya perusahaan. Umur perusahaan menunjukkan perusahaan tetap eksis, mampu bersaing dan memanfaatkan peluang bisnis dalam suatu perekonomian. Dengan mengetahui umur perusahaan, maka akan diketahui pula sejauh mana perusahaan tersebut dapat *survive*. Dalam penelitian ini umur perusahaan dhitung mulai tahun 2013-2015.

c. Profitabilitas (X3)

Profitabilitas dapat di ukur dengan menggunakan rasio *return on assest* (ROA). ROA adalah perbandingan antara laba bersih dengan total asset pada akhir periode, yang digunakan sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dengan menggunaka rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{Laba\ (Rugi)\ Bersih\ Setelah\ Pajak}{Modal\ Sendiri} x\ 100\%$$

d. Kompensasi Rugi Fiskal (X4)

Kompensasi rugi fiskal, dapat diukur dengan menggunakan variable dummy, yang akan diberikan nilai 1 jika terdapat kompensasi rugi fiskal pada awal tahun 1 (Sari dan Martini, 2010).

e. *Leverage* (X5)

Merupakan sumber pendanaan ekstrenal dari utang jangka panjang. Variable *leverage* diukur dengan menggunakan rasio antara total kewajiban jangka panjang dengan total asset perusahaan (Brad Badestscher at.all, 2009). *Leverage* merupakan rasio yang mengukur kemampuan utang baik jangka panjang maupun jangka pendek membiayai aktiva perusahaan. (Kurniasih dan Sari, 2013). Dalam penelitian ini *leverage* diukur dari total utang baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan total *debt to equity ratio* dengan rumus sebagai berikut:

$$Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{Jumlah\ utang}{Modal\ Sendiri}$$

f. *Corporate governance* (X6)

Corporate governance diukur dengan dua poksi yaitu poksi komposisi komisaris independen dan poksi keberadaan komite audit. Untuk poksi komposisi komisaris independen diukur dengan presentase jumlah komisaris independen terhadap jumlah total komisaris dalam susunan dewan komisaris perusahaan. Untuk poksi keberadaan komite audit di-

ukur dengan menggunakan variabel dummy yang bernilai 1 jika ada komite audit, dan bernilai 0 jika tidak ada komite audit.

Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	65
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode pengamatan 2013 – 2015.	6
3.	Perusahaan yang mengalami kerugian pada laporan keuangannya.	13
Jumlah perusahaan yang dijadikan obyek penelitian		46
Jumlah observasi 46 perusahaan x 3 tahun		138

Sumber: Data Sekunder diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas jumlah sampel yang dijadikan objek penelitian adalah sebanyak 46 perusahaan dengan jumlah observasi sebanyak 138.

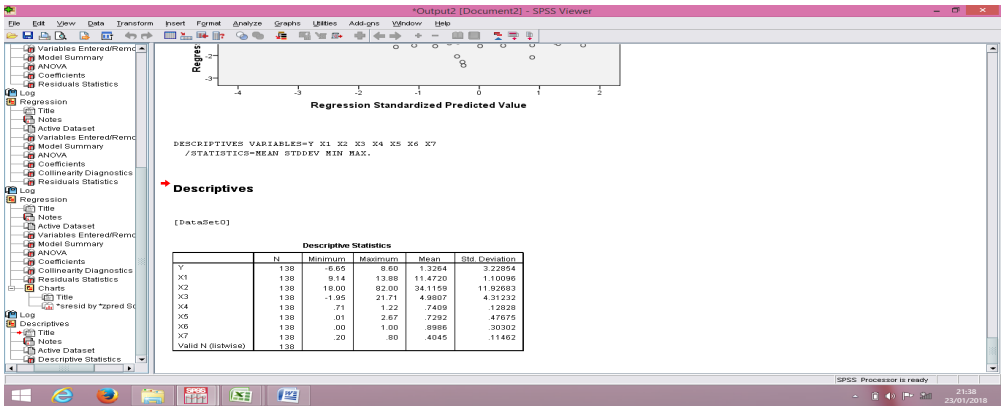
Analisis Data

Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 16. Uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari masalah normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi juga dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif

Statistik deskriptif menggambarkan karakteristik sampel penelitian. Yaitu :



	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	138	-6.65	8.60	1.3264	3.22854
X1	138	9.14	13.88	11.4720	1.10096
X2	138	18.00	82.00	34.1159	11.92683
X3	138	-1.95	21.71	4.9807	4.31232
X4	138	.71	1.22	.7409	.12828
X5	138	.01	2.67	.7292	.47675
X6	138	.00	1.00	.8986	.30302
X7	138	.20	.80	.4045	.11462
Valid N (listwise)	138				

Dimana,

Y = tax avoidance (CETR)
X1 = ukuran perusahaan
X2 = umur perusahaan
X3 = ROA
X4 = rugi fiskal
X5 = leverage
X6 = komite audit
X7 = komisaris independen

Uji Asumsi Klasik

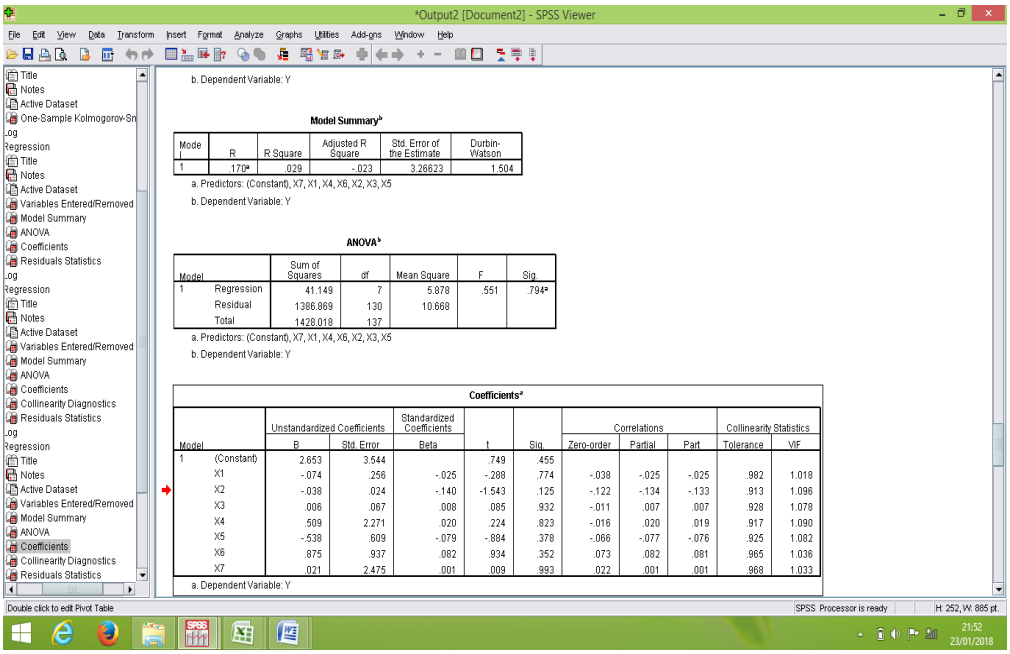
Pengujian asumsi klasik terhadap model regresi menyatakan bahwa model regresi telah memenuhi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi asumsi klasik.

Pembahasan

Uji Simultan (F-Test) CETR

Hasil perhitungan koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,170. artinya 0,170 atau 17% tax avoidance dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, umur perusahaan, ROA, rugi fiskal, *leverage*, dan *corporate governance*. Hasil uji Anova, diperoleh hasil Sig. = 0,794 dimana 0,794 > 0,05 maka H0 diterima atau variabel X tidak berpengaruh positif terhadap Y.

Uji Parsial (t-test) terhadap CETR



b. Dependent Variable: Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.170[a]	.029	-.023	3.26623	1.504

a. Predictors: (Constant), X7, X1, X4, X6, X2, X3, X5

b. Dependent Variable: Y

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.149	7	5.878	.551	.794[a]
	Residual	1386.869	130	10.668		
	Total	1428.018	137			

a. Predictors: (Constant), X7, X1, X4, X6, X2, X3, X5

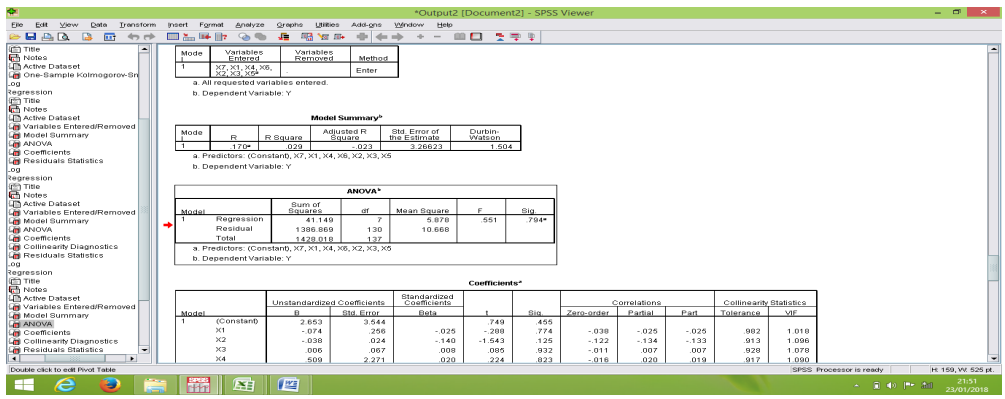
b. Dependent Variable: Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations Zero-order	Correlations Partial	Correlations Part	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	2.653	3.544		.749	.455					
	X1	-.074	.256	-.025	-.288	.774	-.038	-.025	-.025	.982	1.018
	X2	-.038	.024	-.140	-1.543	.125	-.122	-.134	-.133	.913	1.096
	X3	.006	.067	.008	.085	.932	-.011	.007	.007	.928	1.078
	X4	.509	2.271	.020	.224	.823	-.016	.020	.019	.917	1.090
	X5	-.538	.609	-.079	-.884	.378	-.066	-.077	-.076	.925	1.082
	X6	.875	.937	.082	.934	.352	.073	.082	.081	.965	1.036
	X7	.021	2.475	.001	.009	.993	.022	.001	.001	.968	1.033

a. Dependent Variable: Y

Bisa dilihat dalam tabel bahwa besaran sig. masing-masing variabel berada di atas angka 0,05 sehingga variabel X tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y. Variabel ukuran perusahaan, umur perusahaan, ROA, rugi fiskal, *leverage*, komite audit, dan komisi independen tidak berpengaruh positif terhadap *tax avoidance.*



Hasil uji F menunjukkan bahwa α > 0.05 sehingga dapat disimpulkan secara simultan variabel X tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y. Vari-

abel ukuran perusahaan, umur perusahaan, ROA, rugi fiskal, *leverage*, komite audit, dan komisi independen tidak berpengaruh positif terhadap *tax avoidance.*

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas ditarik kesimpulan:

1. H1 ditolak; ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*
2. H2 ditolak; umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*
3. H3 ditolak; ROA tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*
4. H4 ditolak; kompensasi rugi fiskal tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*
5. H5 ditolak; *leverage* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*
6. H6 ditolak; *corporate governance tidak* berpengaruh terhadap *tax avoidance*
7. Secara simultan ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas, kompensasi rugi fiskal, *leverage*, dan *corporate governance* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance.*

Saran

Bagi penelitian berikutnya bias menambahkan variable lain seperti karakteristik eksekutif dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

Adelina, Theresa. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Reformasi Perpajakan terhadap Penghindaran Pajak di Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010. Skripsi* Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Anthony dan Govindarajan. 2005, *Manajemen Control System*, Penerbit. Salemba Empat: Jakarta.

Bambang Darussalam, 2009. *Upaya Menangkal Praktik Penghindaran Pajak*.

Budiman, Judi dan Setiyono. 2012. *Pengaruh Karakter Eksekutif terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). Jurnal*. Universitas Islam Sultan Agung.

Dewinta, I. A., dan Setiawan, P. E. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Tax Avoidance*. E-jurnal, 14(3), 584-1613.

Fatharani, Nazhaira. (2012). *Pengaruh Karakteristik Kepemilikan, Reformasi Perpajakan dan Hubungan Politik terhadap Tindakan Pajak Agresif pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2010*. Skripsi. Universitas Indonesia: Depok.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Undip.

Gumanti, Tatang Ari; 2000, *Earning Management*: Suatu Telaah Pustaka; Jurnal Akuntansi Keuangan Vol. 2, No 2, November, 2000.

Hardika, Nyoman Sentosa. 2007. Perencanaan *Pajak sebagai Strategi Penghematan Pajak*. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. 3 (2): h:103-112.

Hery. 2010. *Potret Audit Internal.* Bandung: Alfabeta.

Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti, (2015), *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Ifanda, Billy. 2016. *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kompensasi Rugi Fiskal terhadap Tax Avoidance*. Skripsi ; Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Bandarlampung.

Ikatan Akuntansi Indonesia, 2009, "Standar *Akuntansi Keuangan*". PSAK No. 1: Penyajian Laporan Keuangan. Jakarta : Salemba Empat

Jogiyanto, H,M. 2000. *Teori Protofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.

Kasmir, 2008. *Analisis Laporan Keuagan*. Jakarta: Rajawali Pers

Kasmir. 2013. "*Analisis Laporan Keuangan*". Edisi 1. Cetakan ke-6. Jakarta: Rajawali Pers

Kurniasih, Tommy dan Maria M. Ratna Sari. 2013. Pengaruh Return On Assets, Leverage, *Corporate governance*, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal pada Tax Avoidance. BULETIN STUDI EKONOMI, Volume 18, No. 1, Fabruari 2013.

Lestari, Maharani Ika., Sugiharto, Toto. 2007. *Kinerja Bank Devisa dan Bank Non Devisa dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya. Proceeeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil)*. 21-22 Agustus, Vol.2. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.

Lim, YD. 2011. *Tax Avoidance, Cost Of Debt and Shareholder Activism: Evidense Frm Korea. Jurnal of Banking & Finance*, 456-470.

Mardiasmo, 2011. *Perpajakan, Edisi Revisi*, Andi: Yogyakarta

Prakosa, Kesit Bambang. 2014. *Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, dan Corporate governance terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia*. *Jurnal*.

Rachmawati, Andri dan Triatmoko Hanung. 2007. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional.

http://Raharja-Firman.blogspot.co.id

Resmi, Siti. 2013. *Perpajakan : Teori dan Kasus, Edisi 7*. Jakarta : Salemba Empat

Richardson, G., Lanis, R. 2007. *Determinasi of Variability in Corporate Effective Tax Rates and Tax Reform: Evidence Rrom Australia. Journal of Accounting.*

Rusyidi, M Khoiru. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Aggressive Tax di Indonesia*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, Vol.4 No.2.

Rusyid, M Khoiru dan Dwi Martani. 2014. *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Aggressive Tax Avoidance.* Simposium Nasional Akuntansi XVII.

Sari, Dewi Kartika dan Dwi Martani. 2010. *Karakteristik Kepemilikan Perusahaan, Corporate governance dan Tindakan Pajak Agresif*. Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto and Publik Policy, 26 (2007), 689-704.

Sekaran, Uma. 2013. *Research Methods For Business : A Skill Building Approach*, New York- USA : John Wiley and Sons, Inc.

Sunariyah. 2011. "*Pengatar Pengetahuan Pasar Modal*". Edisi Keenam. Yogyakarta: UPP STIM YKPN

Surbakti, Theresia Adelina Victoria. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Reformasi Perpajakan Terhadap Penghindaran Pajak di Perusahaan Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010.* Skripsi Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Suwito, Edy dan Arleen Herawaty. 2005. *Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan Oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Simposium Nasional Akuntansi VIII.* Solo.

Swingly, Calvin dan I Made . Sukartha, 2015. *Pengaruh Karakter Eksekutif, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth pada Tax Avoidance.* E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana.

Tandelilin, Eduardus. (2010), "*Protofolio dan Investasi, edisi pertama*". Yogyakarta : Kanisius

Undang-undang Republik Indonesia No.36 Tahin 2008 Tentang Pajak Penghasilan.

Undang-undang Republik Indonesia No. 16 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1

Utami, Nurindah Wahyu. 2013. *Pengaruh Struktur Corporate Governace, Size, Profitabilita Perusahaan terhadap Tax Avoidance*. Skripsi UNS.