# INTERNET FINANCIAL REPORTING, PENGUNGKAPAN INFORMASI WEBSITE, LUAS LINGKUP PELAPORAN INTERNET, DAN NILAI PERUSAHAAN

#### I Made Narsa

narsa\_ua@yahoo.com

#### Fitri Fenti Pratiwi

# Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga

#### **ABSTRACT**

Objectives of this research are to examine, firstly, is there any difference of firm value between corporations which apply Internet Financial Reporting (IFR) and which don't. Secondly, is there any effect of degree of website information disclosure (TPIW) and Broad scope of internet reporting (LPI) to firm value (Q). To test the robustness of this research, this research use firm size (SIZE) and profitability (ROA) as control variables. Samples of this research were 184 non financial corporations registered in Indonesia Stock Exchange during 2012. The result shows that the companies that do IFR proven have a higher firm value than companies that don't. This difference is statistically significant. This research also document that TPIW, LPI, and ROA have a significant positive effect on firm value, but SIZE has negative effect. This result implies that company which conduct IFR, do more website information disclosure, and has a broad scope of internet reporting could be a good signal for investor so that it increases the firm value.

Keywords: internet financial reporting, firm value, website information disclosure, profitability, size.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji, (1) apakah ada perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan yang menerapkan Internet Financial Reporting (IFR) dan perusahaan yang tidak menerapkan. (2) apakah ada pengaruh tingkat pengungkapan informasi website (TPIW) dan luas lingkup pengungkapan IFR (LPI) terhadap nilai perusahaan (Q). Untuk menguji kerobasan hasil, penelitian ini menggunakan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (SIZE) dan profitabilitas (ROA). Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 184 perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan IFR terbukti memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan. Perbedaan ini secara statistik signifikan. Penelitian ini juga mendokumentasi bahwa TPIW, LPI, dan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara SIZE berpengaruh negatif. Temuan penelitian ini mengimplikasi bahwa perusahaan yang melakukan IFR, melakukan pengungkapan informasi lewat website yang semakin banyak, dan memiliki lingkup pengungkapan informasi website yang luas dapat menjadi sinyal positif bagi investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kata kunci: internet financial reporting, nilai perusahaan, pengungkapan informasi website, profitabilitas, ukuran.

#### **PENDAHULUAN**

Penggunaan internet, dalam dunia yang semakin global, sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat signifikan pada segala aspek kehidupan. Menurut Ashbaugh et al. (1999) dan Debreceny et al. (2002), internet menjadi media penyampaian informasi yang penting karena mempunyai keunggulan seperti mudah menyebar (pervasiveness), tidak mengenal batas

(borderless-ness), real-time, berbiaya rendah (low cost), dan mempunyai interaksi yang tinggi (high interaction) serta diintegrasi dengan teks, angka, gambar, animasi, video, dan suara. Internet menjadi alternatif media pelaporan yang utama, sehingga informasi tentang kinerja perusahaan dapat dijangkau secara global oleh stakeholder. Penggunaan internet telah menjadi salah satu alat dan media yang mendukung keterbukaan dan transparansi pelaporan informasi karena dapat mengurangi tingkat asimetri informasi, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan perusahaan.

Stakeholder membutuhkan sistem pelaporan yang fleksibel yang akan memungkinkan mereka memperoleh informasi dengan cara yang lebih mudah. Internet menawarkan suatu bentuk unik pengungkapan yang menjadi media bagi perusahaan dalam menyediakan informasi kepada masyarakat luas sesegera mungkin (Abdelsalam et al., 2007). Atas dasar itulah muncul suatu media tambahan dalam penyajian laporan keuangan melalui internet yang lazim disebut *Internet* Financial Reporting (IFR). Menurut Lai et al. (2010) secara sederhana, IFR dapat didefinisi sebagai pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet pada website resmi perusahaan dan mendukung perpindahan periode paper-based reporting system ke paper-less reporting system.

IFR mempunyai dua elemen yang dapat membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa luas kinerja pelaporannya, yaitu tingkat pengungkapan informasi website dan lingkup pelaporan internet. Sedangkan, esensi dari IFR adalah derajat atau kuantitas pengungkapan (Ashbaugh et al., 1999). Semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi dalam kuantitas atau transparansi, maka semakin besar dampak dari pengungkapan tersebut terhadap keputusan investor.

Tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoretis, apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Hasil penelitan-penelitian sebelumnya mengenai IFR tidak konsisten (Afifurrahman dan Hapsoro, 2005; Aly et al., 2010; Craven dan Marston, 1999; Lestari dan Chariri, 2005). Oleh karena itu diperlukan adanya suatu penelitian lanjutan guna menguji model teoretis dari model tersebut secara empiris. Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) Apakah terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan yang menerapkan Internet Financial Reporting dengan perusahaan yang tidak menerapkan; (2) Apakah tingkat pengungkapan informasi website serta lingkup pelaporan internet pada perusahaan yang menerapkan Internet Financial Reporting berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

# TINJAUAN TEORETIS Teori Keagenan

Dalton et al. (2007) mengungkapkan bahwa teori keagenan menyebabkan perbedaan kepentingan dan kurangnya keselarasan tujuan, preferensi, dan tindakan antara pihak prinsipal dan agen. Konflik kepentingan inilah yang kemudian disebut dengan masalah keagenan (agency problem). Ketidakseimbangan pemilikan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi dan pemegang saham (share-holder) sebagai pengguna informasi merupakan masalah inti dari asimetri informasi. Untuk mengatasi hal ini, pemilik mengharuskan pihak manajemen untuk menyiapkan laporan keuangan standar agar dapat

memonitor dan mengendalikan tindakan manajemen dan sebagai wujud pertanggungjawaban. Teori keagenan menjelaskan bahwa agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan prinsipal. Menurut teori ini, asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham yang tinggi akan menyebabkan kebutuhan informasi oleh pemegang saham sebagai prisipal yang lebih banyak dan dari sumber dan media yang beragam.

#### **Teori Sinyal**

Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan bahwa perusahaan harus memanfaatkan informasi laporan keuangan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pihak eksternal. Dorongan untuk mengungkap informasi ini muncul sebagai salah satu cara untuk mengatasi asimetri informasi antara pihak internal perusahaan dengan pihak eksternal karena perusahaan memiliki informasi lebih banyak mengenai apa yang sudah dilakukan perusahaan dan prospek perusahaan dari pada pihak eksternal (Wolk et al., 2001). Berdasarkan teori sinyal, perusahaan akan selalu mencoba untuk memberi tingkat pengungkapan yang sama dengan perusahaan lain dalam industri yang sama karena jika tingkat pengungkapan informasi perusahaan tidak sama dengan tingkat pengungkapan perusahaan lain akan menyebabkan stakeholder mencurigai pihak manajemen perusahaan menyembunyikan informasi yang kurang baik (Cravendan Marston, 1999). Perkembangan jaman yang diiringi dengan berkembangnya teknologi semakin meningkatkan permintaan pemilik atau investor perusahaan akan kecepatan dan sistem pelaporan yang fleksibel sehingga informasi dapat diakses dengan lebih mudah (Abdelsalam et al., 2007).

Di samping itu, teori sinyal digunakan sebagai dasar untuk menguji mengenai information content (kandungan informasi) dalam peristiwa pengungkapan Internet Financial Reporting (IFR). Teori sinyal

mengemukakan bagaimana cara perusahaan memberi sinyal berupa informasi kepada investor. Sinyal tersebut diantaranya berupa informasi tentang kinerja perusahaan, baik informasi keuangan maupun non keuangan dalam pengungkapan IFR, sehingga sinyal tersebut dapat mempengaruhi reaksi investor yang terefleksi dalam perubahan harga saham, sebagaimana yang ditunjukkan melalui informasi *abnormal return* saham perusahaan.

Keberadaan reaksi investor terhadap pengungkapan Internet Financial Reporting (IFR) juga dipengaruhi oleh tingkat informasi dan ruang lingkup pengungkapan Internet Financial Reporting (IFR). Tingkat informasi dan ruang lingkup pengungkapan IFR merupakan faktor penting dari Internet Financial Reporting (IFR). Semakin tinggi tingkat kuantitas pengungkapan informasi, maka semakin besar dampak dari pengungkapan IFR pada keputusan investasi investor. Di samping itu, adanya tingkat pengungkapan IFR yang tinggi memiliki kecenderungan mempunyai nilai abnormal return yang lebih besar dan selanjutnya diikuti oleh perubahan harga saham yang bergerak lebih cepat (Lai et al., 2010).

#### Teori Stakeholder

Teori *Stakeholder* mengasumsikan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor saja, akan tetapi juga harus bertanggung jawab kepada berbagai kelompok dalam masyarakat yang memiliki hubungan dengan perusahaan. Kondisi ini terbentuk karena perilaku dan keputusan yang dibuat oleh perusahaan akan memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat (Masykur, 2013).

Fassin (2009) menyatakan bahwa hubungan antar pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (*stakeholder*) pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu *stakeholder* (yaitu kelompok yang memiliki hak atas perusahaan dan selanjutnya perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap

kelompok tersebut), stakewatcher (yaitu kelompok yang tidak memiliki hak atas perusahaan namun mereka berkepentingan untuk memihak kepentingan dari stakeholder secara langsung, dan seringkali dilakukan dengan berbagai macam cara seperti berbagai bentuk proses maupun menjadi penengah, namun biasanya perusahaan sulit untuk mempengaruhi mereka, misalnya pressure group), dan stakekeeper (yaitu kelompok yang meskipun tidak memiliki hak atas perusahaan namun kelompok tersebut memiliki pengaruh dan kekuasaan yang kuat untuk mempengaruhi perusahaan melalui berbagai peraturan-peraturan yang dibuat maupun berbagai hambatan-hambatan yang dihadapi).

#### Internet Financial Reporting (IFR)

Pelaporan keuangan yang diungkap melalui internet adalah informasi keuangan yang disampaikan oleh pihak manajemen perusahaan kepada pihak pemangku kepentingan (stakeholder), khususnya investor. Informasi yang disampaikan kepada pasar tersebut dapat mempengaruhi reaksi pasar atau reaksi investor. Selanjutnya investor akan merespon informasi tersebut sebagai sebuah sinyal terhadap adanya peristiwa (event) tertentu. Respon para investor terhadap pengungkapan pelaporan keuangan melalui internet dapat berupa respon positif atau respon negatif. Investor akan memberi sebuah respon positif jika informasi yang dipublikasi merupakan informasi baik (goodnews) dan sebaliknya investor akan memberi sebuah respon negatif jika informasi yang dipublikasi merupakan informasi badnews (Mooduto, 2013).

IFR adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau website resmi perusahaan (Lai et al., 2010). Pengungkapan melalui website ini dimaksudkan agar informasi dapat tersedia bagi siapapun, dimanapun, dan kapanpun. IFR disebut sebagai pengungkapan sukarela (voluntary disclosure), hal ini bukan dilihat dari isinya, tetapi dari media atau alat yang digunakan (Barac, 2004). Keuntungan pe-

nerapan IFR menurut Almilia (2009) antara lain adalah, pertama penggunaan internet sebagai media penyampaian laporan keuangan merupakan suatu penghematan bagi perusahaan karena tidak perlu lagi mencetak laporan keuangan menggunakan kertas. Proses pendistribusian laporan keuangan kepada pihak yang berkepentingan juga lebih efisien dan real-time, karena pihak yang ingin melihat laporan keuangan perusahaan dapat langsung memperolehnya melalui internet. Kedua, kemudahan dalam mengakses informasi terkini, yang mana setiap investor dapat mengakses informasi laporan keuangan dengan cepat dan mudah dimanapun dan kapanpun mereka mau. Ketiga menyediakan media komunikasi dua arah antara manajemen perusahaan dan pengunjung website. Beberapa perusahaan bahkan telah mengizinkan pengunjung website mereka untuk mendaftar sebagai anggota agar dapat dikirimi email tentang berita-berita mengenai hal-hal terbaru tentang perusahaan.

Ashbaugh et al. (1999) mengungkapkan elemen penting IFR adalah derajat atau kuantitas pengungkapan. Semakin tinggi pengungkapan informasi tingkat transparansi sebuah perusahaan, semakin besar dampak dari pengungkapan tersebut terhadap keputusan investor. IFR juga memiliki kelemahan, yaitu informasi yang diungkap mungkin kurang akurat apabila perusahaan hanya mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan laporan keuangan daripada keakuratannya. Selain itu, perusahaan kompetitor akan lebih mudah mengetahui informasi laporan keuangan perusahaan, sehingga sangat berisiko dalam perebutan pangsa pasar (Damayanti dan Supatmi, 2012).

#### Tingkat Pengungkapan Informasi Website

Tingkat pengungkapan informasi website pertama kali digunakan oleh Ettredge et al. (2002) untuk mengukur tipe pelaporan informasi yang ada dalam website perusahaan dengan menggunakan item-item pengukurannya, yaitu berita terkini, informasi keuangan, dan informasi saham. Lai et al. (2010) kembali mengadaptasi tingkat pengungkapan informasi website ini dan memotivasinya dengan menambahkan dua tipe pelaporan informasi website perusahaan yang menerapkan IFR, yaitu profil dasar perusahaan dan item operasional. Tingkat pelaporan informasi website ini berguna untuk mengetahu kuantitas informasi yang ada dalam website perusahaan. Semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi website perusahaan, maka semakin besar dampak dari pengungkapan tersebut terhadap keputusan investor.

Pasar akan bereaksi apabila terdapat informasi yang relevan memasuki pasar. Internet Financial Reporting (IFR) merupakan pengungkapan yang bersifat voluntary (sukarela) yang berisi informasi, baik berupa informasi keuangan maupun nonkeuangan. Pengungkapan IFR ini akan menjadi pendorong (stimulus) bagi investor untuk mengambil sikap dalam pengambilan keputusan investasi yang selanjutnya akan mampu mengubah keseimbangan pasar. Kondisi tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi transaksi perdagangan saham perusahaan, misalnya volume perdagangan saham, frekuensi perdagangan saham, dan harga saham.

Di samping itu, pengungkapan IFR akan mampu mempercepat akses investor terhadap informasi yang diberikan. Kecepatan informasi yang diterima pihak investor melalui IFR akan memperpendek delay aksesibilitas informasi, sehingga harga saham pada perusahaan yang menerapkan IFR akan bersifat responsif. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa perubahan harga saham perusahaan dipengaruhi oleh baik kuantitas maupun kualitas informasi yang diungkap oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan Easley et al. (2002) menunjukkan bahwa kuantitas dan kualitas informasi perusahaan akan mampu mempengaruhi harga saham dalam keseimbangan. Di samping itu, penelitian juga menyimpulkan bahwa investor yang memperoleh informasi lebih relevan akan mampu meningkatkan *return* yang lebih tinggi pada investasi yang dilakukan.

#### Lingkup Pelaporan Internet

pelaporan Lingkup internet kembangkan oleh Ashbaugh et al. (1999) dan Craven dan Marston (1999) dan digunakan kembali oleh Lai et al. (2010) untuk meneliti penerapan IFR secara lebih luas. Tujuan dari penggunaan lingkup pelaporan internet adalah sebagai informasi tambahan dalam website pusat yang dimiliki perusahaan. Lingkup pelaporan internet digunakan untuk melihat dan mengukur struktur website pusat yang dimiliki perusahaan terhubung dengan website lain baik yang ada di dalam perusahaan ataupun di luar perusahaan. Item-item yang ada dalam lingkup pelaporan internet adalah website bursa saham, website anak perusahaan dan divisi utama, website unit bisnis strategis, dan website milik perusahaan hulu seperti pemasok dan produsen, serta perusahaan hilir seperti distributor, pengecer, dan konsumen.

#### Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan menurut theory of the firm adalah memaksimalkan kemakmuran atau nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mencapai tujuan utama perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik manajemen mengelola perusahaan

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan didefinisi menggunakan konsep nilai pasar. Adanya informasi mengenai peluang investasi melalui harga saham perusahaan akan memberi sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fama, 1978). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi tingkat kemakmuran pemegang saham dan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan

yang tinggi akan membuat pasar menjadi percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Umumnya, untuk mencapai tujuan tersebut, para pemodal menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada para profesional. Dalam hal ini, para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun dianggap komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Tobin's Q dinilai dapat memberi informasi yang paling baik karena memasukkan seluruh aset dan liabilitas perusahaan (Sukamulja dan Sukmawati, 2004). Semakin besar nilai Tobin's Q, semakin baik prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Hal ini disebabkan oleh semakin besarnya nilai pasar aset perusahaan yang dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan, dan berarti semakin besar pula kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih besar demi memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja dan Sukmawati, 2004).

#### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan. Setiap perusahaan memiliki agency cost yang berbeda-beda. Menurut Oyelere dan Karuppu (2012), agency cost tersebut berupa biaya penyebarluasan laporan keungan, termasuk biaya cetak dan biaya pengiriman laporan keuangan kepada pihak-pihak yang dituju oleh perusahaan. Perusahaan besar (big) memiliki agency cost yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kewajiban yang lebih besar dalam menyampaikan laporan keuangan secara lengkap dan cepat kepada shareholder sebagai wujud pertanggungjawaban manajemen kepada para shareholder-nya.

#### Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas merupakan suatu aspek penting yang menjadi acuan bagi investor atau pemilik perusahaan untuk menilai kinerja manajemen dalam mengelola atau menjalankan suatu perusahaan. Perusahaan-perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang baik akan cenderung memiliki dorong an yang lebih kuat untuk menyebarluaskan informasi mengenai perusahaan, terutama informasi keuangan profitabilitas yang tinggi merupakan salah satu indikasi bahwa perusahaan tersebut telah melakukan dan mencapai kinerja dengan baik. Hal tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan investor dalam melakukan berbagai keputusan investasi yang lebih baik pada perusahaan tersebut.

Disisi lain, perusahaan dengan kinerja perusahaan yang buruk akan lebih menolak untuk mengungkap laporan keuangannya kepada para pihak yang berkepentingan dan lebih memilih untuk membatasi akses informasi akuntansinya (Srimindarti, 2008).

# Internet Financial Reporting dan Nilai Perusahaan

Sebuah informasi dapat menjadi pemicu bagi pembuat keputusan untuk mengevaluasi kembali keputusannya dan kemudian dari hal tersebut mereka mengambil sebuah tindakan yang dianggap tepat. Ketika perusahaan menyediakan informasi dan berkomunikasi dengan pasarnya menggunakan tingkat transparansi yang beragam akan memberi konsekuensi berupa akumulasi reputasi perusahaan yang secara siginifikan berkontribusi pada nilai perusahaan di masa sekarang maupun masa depan perusahaan. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi di masa global ini adalah dengan IFR karena memberi kemudahan bagi stakeholder untuk mengakses informasi perusahaan secara cepat, akurat, dan fleksibel. Informasi yang diungkap perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kunggulan dari penggunaan IFR memicu perusahaan untuk mengungkap informasi lebih banyak, transparan, dan relevan. Berdasarkan perjelasan tersebut hipotesis pertama dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Nilai perusahaan yang menerapkan *Internet Financial Reporting* lebih tinggi daripada nilai perusahaan yang tidak menerapkan *Internet Financial Reporting*.

# Tingkat Pengungkapan Informasi Website, Lingkup Pelaporan Internet, dan Nilai Perusahaan

Debreceny et al. (dalam Prasetya dan Irwandi, 2012) menyatakan bahwa penggunaan internet memiliki beberapa keuntungan yaitu pelaporan keuangan menjadi lebih cepat dan mudah sehingga dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun dan dimana pun. Di samping itu, keuntungan internet adalah mempercepat penyajian informasi keuangan serta menghemat biaya karena perusahaan tidak perlu untuk mengeluarkan biaya mencetak laporan keuangan maupun biaya untuk distribusi laporan keuangan yang tidak berada dalam satu geografis, sehingga penyampaian informasi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan dapat meningkatkan frekuensi penyajian informasi keuangan.

Indonesia penelitian mengenai Internet Financial Reporting telah dilakukan oleh Lestari dan Chariri (2005) yang meneliti faktor-faktor yang memengaruhi praktik pelaporan keuangan melalui internet dalam website perusahaan di Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaanperusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2005, kecuali perusahaan-perusahaan finansial. Variabel independen yang digunakan adalah ukuran perusahaan, likuiditas, ienis leverage, reputasi auditor, dan umur listing perusahaan. Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah pelaporan keuangan melalui internet dalam website perusahaan (IFR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti ukuran perusahaan, likuiditas, leverage, reputasi auditor, dan umur listing perusahaan berpengaruh terhadap praktik IFR. Akan tetapi, faktor-faktor yang lain seperti profitabilitas dan jenis industri tidak memengaruhi pilihan perusahaan untuk menggunakan internet sebagai media pelaporan keuangan melalui website yang dimiliki perusahaan.

IFR merupakan sebuah jalan keluar yang efektif untuk mengurangi permasalahan asimetri informasi. Terdapat dua elemen penting dalam IFR yang digunakan oleh Lai et al. (2010) untuk melihat tingkat transparansi informasi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu tingkat pengungkapan informasi website dan lingkup pelaporan internet. Semakin tinggi tingkat pengungkapan dan lingkup pelaporan dalam kuantitas transparansi, semakin besar dampak dari pengungkapan tersebut pada pro ses pengambilan keputusan investor. Berkurangnya asimetri informasi pada perusahaan dapat menyebabkan naiknya nilai perusahaan secara signifikan. Dengan demikian, dapat disimpukan apabila perusahaan mempunyai derajat transparansi yang tinggi melalui tingkat pelaporan informasi website dan lingkup pelaporan internet, dan akan memberi manfaat pada tingginya nilai perusahaan karena berkurangnya asimetri informasi dan ketidakpastian prospek perusahaan di masa depan. Hipotesis kedua dapat dirumuskan sebagai berikut ini:

H<sub>2a</sub>: Tingkat pengungkapan informasi *website* pada perusahan yang menerapkan *Internet Financial Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H<sub>2b</sub>: Lingkup pelaporan internet pada perusahan yang menerapkan *Internet Financial Reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat yang dapat digeneralisasi untuk membuktikan hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberi data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2008).

Populasi penelitian ini yaitu perusahaan non finansial yang terdaftar di *Indonesian Stock Exchange* (IDX) pada tahun 2012 dengan kriteria yaitu data keuangan perusahaan lengkap dan disajikan dalam mata uang rupiah. Kemudian, seluruh perusahaan yang memenuhi kriteria tersebut dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini (sampel jenuh). Pada penelitian ini sampel dibedakan menjadi dua kelompok yaitu perusahaan yang menerapkan IFR dan perusahaan yang tidak menerapkan IFR. Data target populasi dan sampel disajikan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Target Populasi dan Sampel

Kriteria	Jumlah	Total
Perusahaan yang menerapkan Internet Financial Reporting		92
Perusahaan yang mempunyai website tetapi tidak menerapkan	41	
Internet Financial Reporting		
Perusahaan yang mempunyai website, tetapi tidak update atau	10	
dalam gangguan		
Perusahaan yang tidak mempunyai website	41	
Perusahaan yang tidak menerapkan Internet Financial		92
Reporting		
Total Sampel		184

# Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah: Internet Financial Reporting (IFR); Tingkat Pengungkapan Informasi Website (TPIW); Lingkup Pelaporan Internet (LPI); dan sebagai variabel kontrol adalah Ukuran Perusahaan (SIZE); Profitabilitas (ROA), dan Nilai Perusahaan (Q). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Meningkatnya nilai perusahaan tersebut adalah merupakan sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Dalam peneliti-

an ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan ukuran Tobin's Q.

$$Q = \frac{MVS + D}{TA}$$

Keterangan:

Q : Nilai Perusahaan

MVS : Market Value of all outstanding Shares yang diperoleh dari perkalian jumlah saham yang beredar dengan harga penutupan saham

D : Nilai buku dari total hutangTA : Nilai buku dari total aset

Apabila nilai Tobin's Q lebih dari satu, maka mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki nilai pasar yang melebihi harga penggantian (price replacement) atas aset. Sebaliknya, jika nilai Tobin's Q kurang dari satu, menunjukkan bahwa perusahaan telah kehilangan nilainya karena adanya ketidak mampuan manajemen untuk membayar modal pemilik (owners capital) dengan rasio

yang lebih besar dari rasio minimum daya tarik bisnis.

Internet Financial Reporting adalah pencantuman informasi keuangan perusahaan melalui internet atau website resmi perusahaan. Dalam penelitian ini, IFR dinyatakan sebagai variabel dummy. Cara pemberian kode dummy umumnya menggunakan kategori yang dinyatakan dengan angka 1 (included group) dan 0 (excluded group) atau dengan kata lain 1 untuk perusahaan yang menerapkan IFR dan 0 untuk lainnya.

Tingkat Pengungkapan Informasi Website adalah tipe laporan termasuk cakupan jenis pelaporan informasi yang ada dalam website perusahaan dengan menggunakan item-item pengukurannya, yaitu berita terkini, informasi keuangan, dan informasi saham. Pengukuran pada variabel ini menggunakan skala poin 4. Profil dasar perusahaan diberi nilai 1 poin. Nilai 2 poin diberikan untuk laporan keuangan kuartal dan laporan setengah tahunan atau tahunan sederhana. Satu set lengkap laporan keuangan (kuartalan, setengah tahun atau tahunan) dan laporan tahunan direksi diberi poin 3. Pelaporan rinci tahunan direksi termasuk strategi bisnis perusahaan dan anak perusahaan divisi utama dan tujuan serta rencana bisnis diberikan 4 poin.

Lingkup pelaporan internet adalah struktur website pusat yang dimiliki perusahaan terhubung dengan website lain baik yang ada di dalam perusahaan ataupun di luar perusahaan. Item-item yang ada dalam lingkup pelaporan internet adalah website bursa saham, website anak perusahaan dan divisi utama, website unit bisnis strategis, dan website milik perusahaan hulu seperti pemasok dan produsen, serta perusahaan hilir seperti distributor, pengecer, dan konsumen. Variabel lingkup pelaporan internet ini diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu nilai 1 untuk perusahaan yang mempunyai item pengungkapan internet dan 0 untuk perusahaan yang lainnya yang tidak mempunyai item pengungkapan internet.

Ukuran Perusahaan, diukur dengan logaritma natural dari total aset perusahaan yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan, yaitu: Ukuran perusahaan (size) = ln (Total Aset). Profitabilitas Perusahaan diukur menggunakan ROA (Return On Asset) yang diperoleh dari laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset. Rumus Return On Asset dapat dijabarkan menjadi sebagai berkut:

$$ROA = \frac{NetIncome}{TotalAset}$$

Keterangan:

Net Income = Laba bersih setelah pajak
Total Aset = Nilai buku total aset perusahaan

# **Model Empiris**

Pengujian pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) yang merupakan analisis untuk mengekspresikan hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Berikut ini adalah model empiris penelitian tersebut:

$$Q = \alpha + \beta_1 TPIW + \beta_2 LPI + \beta_3 SIZE + \beta_4 ROA + e$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan pada perusahaan yang menerapkan IFR

 $\alpha$  = Konstanta

 $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$ ,  $\beta_4$  = Koefisien regresi

TPIW = Tingkat pengungkapan informasi website

LPI = Lingkup pelaporan internet

SIZE = Ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset

ROA = Profitabilitas yang diukur menggunakan Return on Asset

e = Error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

# ANALISIS DAN PEMBAHASAN Deskripsi Hasil Penelitian

Sebelum pengujian hipotesis, perlu dideskripsi karakteristik data penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif untuk memberi gambaran mengenai variabelvariabel yang diteliti. Uji normalitas data juga dilakukan untuk mendeteksi distribusi data penelitian yang digunakan. Apabila data penelitian terdistribusi normal, maka uji beda akan dilakukan dengan Uji t Sampel Independen, namun apabila sebaliknya data penelitian tidak terdistribusi normal, maka penelitian ini akan menggunakan Uji *Mann Whitney*. Tabel 2 berikut menyajikan statistik deskriptif variabelvariabel penelitian.

Tabel 2 Statistik Deskriptif *Internet Financial Reporting* dan Nilai Perusahaan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Dev.
IFR	184	0,00	1,00	0,50	0,50
Q	184	0,13	14,04	2,04	2,06

Catatan:

IFR adalah Internet Financial reporting dan Q adalah nilai perusahaan

Berdasar Tabel 2, variabel *Internet Financial Reporting* (IFR) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,50 dan deviasi standar sebesar 0,50. Nilai *minimum* penerapan IFR adalah 0,00 dan nilai maksimum adalah 1,00. Rata-rata dan deviasi standar variabel nilai perusahaan (Q) adalah sebesar 2,04 dan 2,06. Nilai minimum untuk Q adalah 0,13 dan maksimumnya adalah 14,04. Deviasi standar variabel *Internet Financial Reporting* (IFR) dan nilai perusahaan (Q) relatif kecil, hal tersebut menunjukkan bahwa keragaman kelompok data untuk

masing-masing variabel kecil sehingga data penelitian layak untuk dilakukan pengujian. Sedangkan statistik deskriptif variabel penelitian ini disajikan dalam tabel 3.

Tingkat pengungkapan informasi website (TPIW) memiliki nilai rata-rata dan deviasi standar sebesar 0,68 dan 0,19. Nilai minimum TPIW adalah 0,20 dan nilai maksimum TPIW adalah 1,00. Variabel lingkup pelaporan internet mempunyai rata-rata sebesar 0,71 dan deviasi standar 0,24.

Tabel 3 Statistik Deskriptif TPIW, LPI, SIZE, ROA, dan Q

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Dev.
TPIW	92	0,20	1,00	0,68	0,19
LPI	92	0,25	1,00	0,71	0,24
SIZE	92	23,55	32,84	28,48	1,71
ROA	92	-0,26	0,58	0,10	0,12
Q	92	1,00	13,88	2,59	2,09

#### Catatan:

TPIW adalah tingkat pengungkapan informasi *website*, LPI adalah luas lingkup pengungkapan IFR, SIZE adalah ukuran perusahaan, ROA adalah profitablitas, dan Q adalah nilai perusahaan.

Nilai minimum untuk LPI sebesar 0,25 dan nilai maksimum LPI adalah 1.00. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan rata-rata sebesar 28,48 dan deviasi standar vaitu 1,71. Nilai minimum SIZE adalah 23,55 dan nilai maksimum sebesar 32,84. Variabel profitabilitas mempunyai rata-rata 0,10 dan deviasi standar sebesar 0,12. Nilai minimum ROA adalah -0,26 dan nilai maksimum sebesar 0,58. Nilai perusahaan mempunya rata-rata sebesar 2,59 dan deviasi standar sebesar 2,09. Nilai minimum untuk Q vaitu 1,00, sedangkan nilai maksimumnya adalah 13,88. Deviasi standar variabel penelitian relatif kecil sehingga data penelitian layak dilakukan pengujian.

Selanjutnya penelitian ini dilakukan

proses uji normalitas data dan hasil uji normalitas data disajikan dalam tabel 4 berikut ini. Dari hasil Asymp. Sig. (2 tailed) dalam Tabel 4 tampak bahwa data terdistribusi tidak normal, maka dalam uji beda digunakan Uji U-Mann Whitney. Hasil pengujian disajikan dalam tabel 5.

Hasil pengujian statistik pada Tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan yang menerapkan IFR dan yang tidak menerapkan IFR. Hasil pengujian statistik pada Tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai perusahaan antara perusahaan yang menerapkan IFR dan yang tidak menerapkan IFR.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

		Non IFR	IFR
N		92	92
Normal Parameter	Mean	1,49	2,59
	Std. Deviation	1,89	2,09
Most Extreme Differences	Absolute	0,29	0,24
	Positive	0,29	0,24
	Negative	-0,24	-0,22
Kolmogorov-Smirnov Z		2,77	2,31
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,00	0,00

Tabel 5 Hasil Uji U-Mann Whitney

	IFR	N	Mean Ranks	Sum of Rank
Nilai Perusahaan	0	92	64,20	5906,50
	1	92	120,80	11113,50
	Total	184		
Asymp. Sig. (2-tailed	d) 0,	000		

Ini berarti IFR merupakan sebuah solusi yang efektif bagi perusahaan untuk menyediakan lebih banyak informasi dengan tingkat transparansi dan relevansi yang tinggi. Setiap informasi yang disediakan menjadi salah satu sinyal positif bagi

investor untuk membuat keputusan yang lebih baik untuk berinvestasi ke perusahaan (Afifurrahman dan Hapsoro, 2005). Kuantitas, transparansi, dan fleksibilitas informasi mengenai peluang investasi perusahaan tersebut akan memberi sinyal positif ten-

tang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan di Amerika Latin oleh Mendes et al. (2004), di Indonesia oleh Afifurrahman dan Hapsoro (2005), dan di Taiwan oleh Lai et al. (2010). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan internet oleh perusahaan di negara berkembang semakin meningkat dari tahun ke tahun dan memberi hasil yang baik berupa

tingginya nilai perusahaan, sehingga kondisi tersebut menyebabkan perusahaan dapat lebih bersaing dalam perdagangan global yang semakin luas.

Selanjutnya hasil analisis pengujian setiap variabel penelitian yaitu tingkat pengungkapan informasi website (TPIW), luas lingkup pengungkapan IFR (LPI), ukuran perusahaan (SIZE), profitablitas (ROA), dan nilai perusahaan (Q) disajikan dalam tabel 5 berikut ini.

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien	T	Sig.t
Konstanta	6,26	2,24	0,28
TPIW	3,59	3,84	0,00
LPI	1,60	2,20	0,03
SIZE	-0,28	-2,81	0,01
ROA	8,13	5,53	0,00
R	= 0,68		
R2	= 0,46		
F	= 18,33		
Sig. F	= 0,00		
Variabel Terikat	: Nilai Perusahaan (Q)		

Hasil statistik pada Tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan informasi website dengan koefisien 3,59 dan nilai t 3,84 signifikan pada level 1 persen. Demikian pula variabel lingkup pelaporan internet memiliki koefisien 1,60, nilai t sebesar 2,20 signifikan pada level 5%. Ini berarti kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. TPIW dan LPI merupakan derajat atau kuantitas dari pengungkapan informasi perusahaan melalui internet yang salah satunya adalah informasi keuangan. Objek dari tingkat pengungkapan informasi website dan lingkup pelaporan internet adalah konten atau isi dan link penghubung yang ada dalam sebuah website perusahaan. Apabila tingkat atau derajat transparansi ini mencapai tingkat yang tinggi, maka stakeholder terutama investor akan mendapat informasi yang lebih relevan, tepat waktu, bahkan lebih awal mengenai perusahaan dan kemudian

dapat mempengaruhi keputusan investor mengenai prospek perusahaan di masa depan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Lai *et al.* (2010) serta Nurunnabi dan Hossain (2012).

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas, dan hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya (Afifurrahman dan Hapsoro, 2005; Harjito, 2006; Siallagan dan Machfoedz, 2006). Semakin besar perusahaan akan diikuti dengan semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan. Beberapa hal ini dapat menimbulkan berbagai masalah serius bagi perusahaan, salah satunya adalah rentan terjadinya asimetri informasi, sehingga tiap perusahaan wajib mempunyai cara yang lebih efektif dan efisien untuk mengelola

perusahaannya. Penelitian ini membuktikan bahwa tidak semua perusahaan besar mampu mengelola nilai perusahaannya dengan efektif dan efisien.

Profitabilitas perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Aly et al. (2010) dan Lai et al. (2010). Perusahaan-perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang baik akan memiliki dorongan yang lebih kuat untuk menyebarluaskan informasi mengenai perusahaannya, terutama informasi keuangan, karena profitabilitas yang tinggi merupakan salah satu indikasi bahwa perusahaan tersebut telah mencapai kinerja dengan baik.

# SIMPULAN DAN SARAN Simpulan

Dari temuan riset ini, dapat ditarik simpulan bahwa IFR mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *Internet Financial Reporting* memiliki nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan *Internet Financial Reporting*.

Tingkat pengungkapan informasi website (TPIW) dan lingkup pelaporan internet (LPI) juga menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian dua elemen penting IFR yaitu semakin tinggi tingkat pengungkapan informasi website dan lingkup pelaporan internet terbukti dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### Saran

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa penggunaan internet pada saat ini dan masa-masa yang akan datang adalah bukan sebuah keniscayaan. Investasi pada bidang ini adalah sebagai upaya untuk meningkatkan tanggungjawab perusahaan dan perlu mendapat perhatian serius. Di

samping itu, kehadiran teknologi informasi akan memberi keuntungan ganda. Pertama akan meningkatkan efisiensi biaya dan juga efisiensi operasi. Kedua, teknologi informasi berperan sebagai *enabler*, yang memampukan perusahaan meningkatkan posisi strategis.

Penyajian informasi dalam format *Internet Financial Reporting* menjadi semakin penting bagi perusahaan kecil, mengingat aksesibilitas publik terhadap perusahaan perusahaan kecil relatif lebih terbatas dibandingkan dengan perusahaan besar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdelsalam, O., S. Bryant, dan D. Street. 2007. An Examination of the Comprehensiveness Corporate Internet Reporting Provided by London Listed Companies. *Journal of International Accounting Research* 6(2): 1-33.
- Afifurrahman, W. dan D. Hapsoro. 2005. Pengaruh Pengungkapan Sukarela melalui Website terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 19(1): 1-14.
- Almilia, L. S. 2009. Analisa Komparasi Indeks Internet Financial Reporting pada Website Perusahaan Go Publik di Indonesia. *Paper presented at the Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*, Yogyakarta.
- Aly, D., J. Simon, dan K. Hussainey. 2010. Determinants of corporate Internet Reporting: Evidence from Egypt. *Managerial Auditing Journal* 25(2): 182-202.
- Ashbaugh, H., K. M. Johnstone, dan T. D. Warfield. 1999. Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons* 13(3): 241-257.
- Barac, K. 2004. Financial reporting on the internet in South Africa. *Meditari Accountancy Research* 12(1): 1-20.
- Craven, B. M. dan C. L. Marston. 1999. Financial Reporting on the Internet by

- Leading UK Companies. *The European Accounting Review1* 8(2): 321-333.
- Dalton, D. R., M. A. Hitt, dan S. T. Certo. 2007. The Fundamental Agency Problem and Its Litigation: Independence, Equity and the Market for Corporate Control. *Academy of Management Annals* 1: 1-64.
- Damayanti, K. dan Supatmi. 2012. Internet Financial Reporting (IFR) dan Reaksi Pasar. *Proceeding: Pekan Ilmiah Dosen* FEB Universitas Kristen Satya Wacana: 613-626.
- Debreceny, R., G. L. Gray, dan A. Rahman. 2002. The Determinants of Internet Financial Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy* 21: 371-394.
- Easley, D., S. Hvidkjaer, dan M. O'Hara. 2002. Is Information Risk a Determinant of Asset Returns *Journal of Finance* 7(5).
- Ettredge, M., V. J. Richardson, dan S. Scholz. 2002. Determinants of Voluntary Dissemination of Financial Data At Corporate Web Sites. *Paper presented at the Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii.
- Fama, E. F. 1978. The Effects of a Firm's Investment and Financing Decisions on the Welfare of Its Security Holders. *The American Economic Review*: 272-284.
- Fassin, Y. 2009. The Stakeholder Model Refined. *Journal of Business Ethics* D/7012/13.
- Harjito, D. A. 2006. Substitution Relationship Between The Agency Problem Control Mechanisms in Malaysia: Simultaneous Equation Analysis. *Siasat Bisnis* 11(2): 117-127.
- Lai, S. C., C. Lin, H. Li, dan F. H. Wu. 2010. An Empirical Study of the Impact of Internet Financial Reporting on Stock Prices. *The International Journal of Digital Accounting Research* 10: 1-26.
- Lestari, H. S. dan A. Chariri. 2005. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan melalui Internet (Internet Financial Reporting) dalam Website Perusahaan. Unpublished Thesis.

- Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Masykur, I. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Kinerja Perusahaan di Website. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Mendes, D. S., A. Luiz, dan D. L. Alves. 2004. The Voluntary Disclosure of Financial Information on the Internet and the Firm Value Effect in Companies Across Latin America.
- Mooduto, W. I. S. 2013. Reaksi Investor atas Pengungkapan Internet Financial Reporting. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* 3(2): 479-492.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.
- Nurunnabi, M. dan M. A. Hossain. 2012. The Voluntary Disclosure of Internet Financial Reporting (IFR) in an Emerging Economy: A Case of Digital Bangladesh. *Journal of Asia Business Studies* 6(1): 17-42.
- Oyelere, P. dan N. Kuruppu. 2012. Voluntary Internet Financial Reporting Practices of Listed Companies in the United Arab Emirates. *Journal of Applied Accounting Research* 13(3): 298-315.
- Prasetya, M. dan S. A. Irwandi. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaporan Keuangan melalui Internet (Internet Financial Reporting) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. The Indonesian Accounting Review 2(2): Juli.
- Salvatore, D. 2005. Managerial Economic: Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global (Kelima ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Siallagan, H. dan M. Machfoedz. 2006. Mekanisme *Corporate Governance*, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan.

- Paper presented at the Simposium Nasional Akuntansi IX, Andalas, Padang.
- Srimindarti, C. 2008. Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan. Fokus Ekonomi 7(1): 14-21.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sukamulja dan Sukmawati. 2004. Good Corporate Governance Sektor di Keuangan: Dampak Good Corporate
- Governance terhadap Kinerja Perusahaan (Kasus di Bursa Efek Jakarta). *Benefit* 8(1).
- Wolk, H. I., M. G. Tearney dan J. L. Dodd. 2001. Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach. 5th Edition, Cincinnati, Ohio, South-Westrn College Publishing.

#### FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM WHISTLE BLOWER SYSTEM

R. Wilopo
wilopo@perbanas.ac.id
Nurul Hasanah Uswati Dewi
Djuwito
STIE Perbanas Surabaya

#### **ABSTRACT**

The research aims to observe the role of the organization of internal auditors and the witness protection agency as external factors influencing an internal auditor to be a whistle blower. The study also explores the influences of the internal auditor competencies, the moral attitude of the internal auditor and the ethical behavior of company's internal auditors as internal factors influencing an internal auditor to be whistle blower. The research samples are a hundred and one internal auditors in some corporate in Indonesia. The main method of this research is a survey research, the research done by taking a sample of the population and the use of questionnaires. The result of statistical test of the study explains that only the ethical behavior of internal auditors significantly influences a person to be a whistle blower. Although less significantly the moral attitude of the internal auditor also influences a person to be a whistle blower. While the existence of a professional organization of internal auditors, the witness protection agency, as well as the competence of the internal auditor is not considered necessary for the internal auditor to be a whistle-blower. This problem's limitation appears because in Indonesia there are not many researches observing about whistle blower, so the research model is weak. Beside that in Indonesia is not an act about whistle blower yet.

Key words: whistle blower, external factor, internal factor

# **ABSTRAK**

Riset ini bertujuan untuk meneliti peran organisasi profesi auditor internal serta lembaga perlindungan saksi sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi auditor eksternal sebagai whistle blower. Riset ini juga menggali pengaruh kompetensi, sikap moral, serta perilaku etis dari auditor internal untuk menjadi whistle blower. Sampel penelitian ini sebanyak seratus satu (101) auditor internal dari beberapa perusahaan di Indonesia. Metode utama penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner. Partial Least Square digunakan untuk menganalisis data penelitian. Hasil uji statistik penelitian ini menunjukkan bahwa hanya perilaku etis internal auditor yang berpengaruh signifikan bagi seseorang untuk menjadi whistle blower. Meski tidak signifikan sikap moral auditor internal juga mempengaruhi sikap seseorang untuk menjadi whistle blower. Sedangkan keberadaan organisasi profesi dari auditor internal, lembaga perlindungan saksi, serta kompetensi auditor internal tidak dianggap perlu bagi auditor internal untuk menjadi seorang whistle blower. Keterbatasan penelitian ini dikarenakan belum banyaknya penelitian tentang whistle blower di Indonesia, sehingga model penelitian ini masih lemah. Di samping itu belum adanya undang-undang whistle blower juga memberi pengaruh terhadap penelitian ini.

Kata kunci: whistle blower, faktor eksternal dan internal

#### **PENDAHULUAN**

Association of Certified Fraud Examiners (2012) menjelaskan bahwa empat puluh tiga (43) prosen kecurangan/kejahatan kerah

putih diketahui karena terdapat pihak/ orang yang lapor. Lebih dari lima puluh (50) prosen dilaporkan oleh karyawan perusahaan atau organisasi tersebut. Salah satu profesi yang dapat memantau serta mengetahui kemungkinan terjadinya tindakan kejahatan kerah putih atau fraud adalah auditor internal (International Chamber of Commerce (ICC), 2008). Auditor internal dapat berprofesi sebagai auditor internal publik, auditor internal manajemen, maupun auditor internal pemerintah (pajak). Undang-Undang No. 20 Tahun 2001 tentang pemberantasan tindak pidana korupsi serta UU No. 8 Tahun 2010 tentang tindak pidana pencucian uang memungkinkan auditor internal untuk menyampaikan kepada pihak berwenang berbagai tindak kejahatan kerah putih atau fraud yang dilakukan oleh perusahaan termasuk manajemen perusahaan. Hal ini dikarenakan pelaku kejahatan kerah putih atau fraud melakukan tindak pidana pencucian uang tidak hanya menyimpan uang di perbankan, tetapi juga menyimpan uang dalam bentuk lain, seperti properti, valuta asing, dan berbagai aktivitas investasi lainnya (McKoy, 2012).

Dengan adanya kedua UU tersebut, maka sebagai profesi, auditor internal dapat bertindak sebagai whistle blower dalam hal pencegahan kejahatan kerah putih termasuk tindak pidana pencucian uang. Whistleblowing adalah semua upaya yang dilakukan seorang karyawan atau mantan karyawan untuk mengungkap atau menyatakan kesalahan dalam atau oleh organisasi (Das dan Aldrin, 2007). Whistle-blowing adalah kasus yang semakin umum terjadi dalam program penegakan (Heyes dan Kapur, 2009).

Namun langkah sebagai whistle blower bagi auditor internal bukanlah sesuatu yang tidak mengandung risiko. Hal ini juga menyangkut prinsip etika profesi auditor internal, khususnya yang berkaitan dengan prinsip keenam yaitu kerahasiaan.

Meski sudah ada UU tentang perlindungan saksi, auditor internal yang bertindak sebagai whistle blower juga dapat menjadi sasaran berbagai pihak yang merasa dirugikan, termasuk kemungkinan "senjata makan tuan" karena pencemaran nama baik, serta ancaman dari institusi

tempat auditor internal bekerja. Oleh karenanya faktor eksternal seperti keberadaan dan peran dari organisasi profesi, serta peranan dari perlindungan saksi, sangat berperan dalam mendorong auditor internal untuk bertindak sebagai whistle blower. Selain faktor eksternal, faktor internal pribadi dari auditor internal, seperti tingkat kompetensi yang dimiliki oleh auditor internal, sikap moral auditor internal, serta perilaku etis dari auditor internal juga menentukan peran auditor internal sebagai whistle blower (Antara, 2008).

Oleh karena itu, berkaitan dengan peran auditor internal sebagai whistle blower terdapat pertanyaan dan permasalahan: Pertama, apakah faktor-faktor internal yaitu kompetensi auditor internal, sikap moral auditor, dan perilaku etis internal dapat menentukan dan memberikan pengaruh sehingga auditor internal bersedia menjadi whistle blower?. Kedua, apakah faktor-faktor eksternal yaitu peran organisasi profesi dan perlindungan saksi dapat menentukan dan memberikan pengaruh sehingga auditor internal bersedia menjadi whistle blower?

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk: Pertama, menguji pengaruh faktor-faktor internal yaitu kompetensi auditor internal, sikap moral auditor, dan perilaku etis internal terhadap keputusan auditor internal menjadi whistle blower. Kedua, menguji faktor-faktor eksternal yaitu peran organisasi profesi dan perlindungan saksi terhadap keputusan auditor internal menjadi whistle blower.

# **TINJAUAN TEORETIS**

Whistle Blower

Whistle blower adalah karyawan, mantan karyawan atau pekerja, anggota dari suatu institusi atau organisasi yang melaporkan tindakan yang dianggap melanggar ketentuan kepada pihak yang berwenang. Tindakan yang dianggap melanggar ketentuan berarti melanggar hukum, aturan, dan persyaratan yang menjadi ancaman pihak publik atau kepentingan publik.

Whistle blower terdiri atas tipe internal whistle blower dan eksternal whistle blower. Internal whistle blower adalah seorang pekerja atau anggota suatu organisasi di dalam suatu perusahaan atau institusi yang melaporkan suatu tindakan pelanggaran hukum, aturan, dan atau persyaratan kepada karyawan lainnya atau atasannya yang ada di dalam perusahaan atau institusi tersebut, sedangkan eksternal whistle blower adalah seorang pekerja atau anggota suatu anggota organisasi di dalam suatu perusahaan atau institusi yang melaporkan suatu tindakan pelanggaran hukum, aturan, dan atau persyaratan kepada pihak luar institusi, organisasi, atau perusahaan. Biasanya eksternal whistle blower melaporkan segala tindakan pelanggaran tersebut kepada media, penegak hukum, atau pengacara, bahkan kepada agen-agen pengawas praktik korupsi ataupun institusi pemerintah lainnya.

Secara umum seorang "whistle blower" tidak akan dianggap sebagai "orang perusahaan atau institusi/organisasi" karena tindakannya melaporkan pelanggaran hukum yang dilakukan oleh pihak perusahaan atau organisasi. Secara lengkap seorang whistle blower dianggap telah menyimpang dari kepentingan perusahaan atau organisasi. Namun bila pengungkapan tersebut diminta oleh hukum atau diminta atas perintah lembaga pemerintah atau agenagen pemerintah, maka laporan whistle blower tersebut tidak dapat dianggap sebagai pengkhianatan (Mansbach, 2007). Di Amerika Serikat tidak ada kasus seorang whistle blower diadili karena dianggap sebagai pengkhianatan, apalagi bila perusahaan atau organisasi tersebut telah melakukan tindakan pelanggaran hukum.

#### Perkembangan Whistle Blower

Menjadi seorang whistle blower akan meningkatkan pengakuan yang berskala dunia sebagai cara penting untuk menjamin transparansi dan integritas pasar global (Dworkin, 2007). Sumbangan pihak dalam perusahaan dengan memberi informasi ten-

tang hal-hal salah yang dilakukan perusahaan, khususnya di situasi yang begitu kompleks dan berbeda seperti saat ini.

Berbagai kasus kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berskala dunia di USA pada awal 2000an, seperti Enron, WorldCom, Xerox, dan lainlain memunculkan Sarbanes-Oxley Act, 2002 (SOX Act), yang mengatur antara lain mekanisme tentang whistle blower. Konggres USA pada saat tersebut menyatakan bahwa SOX Act berusaha mendorong dan melindungi whistle blower dalam berbagai cara, termasuk memberi nama samaran kepada seseorang yang menjadi whistle blower, menetapkan pinalti atau hukuman kepada seseorang atau institusi yang melakukan dendam terhadap pembalasan blower. Demikian pula SOX Act memberi sarana yang jelas kemana seorang whistle blower akan menyampaikan laporan dan temuannya.

Dengan berkembangnya upaya untuk pemberantasan korupsi di Indonesia, khususnya setelah era reformasi, maka muncul dengan berbagai motif, seseorang yang "berani" dikategori sebagai whistle blower. Namun menjadi seorang whistle blower di Indonesia bukannya tanpa risiko (Tempo Interaktif, 2008). Sebagai saksi kunci, dapat mengalami tiga ancaman sekaligus. Pertama, ancaman atau intimidasi dari orang-orang yang mereka beberkan namanya. Kedua, seorang whistle blower berisiko terkena efek "senjata makan tuan" dari pengakuan dan informasi yang mereka berikan kepada media massa, lembaga antikorupsi, pengacara, atau aparat hukum lainnya. Ucapan mereka dapat dijadikan sasaran delik pencemaran nama baik, sehingga tidak jarang seorang whistle blower justru dijebloskan ke penjara. Ketiga, ancaman yang juga bakal dihadapi seorang whistle blower datang dari kalangan internal perusahaan atau institusi. Whistle blower menghadapi risiko penurunan pangkat, skorsing, intimidasi, atau diskriminasi dari institusi tempat berkarya yang merasa dirugikan dan atau dipermalukan atas pelaporannya.

# Peran Auditor Internal sebagai Whistle Blower

Auditor internal, baik yang bekerja di organisasi, maupun sebagai auditor internal publik, menduduki posisi yang khusus yang memberi hak istimewa atas seperangkat informasi yang secara potensial dapat menyingkap perilaku manajemen puncak yang menyimpang (yang memberi hak istimewa atas seperangkat informasi yang secara potensial harus menyingkap perilaku manajemen puncak yang menyimpang (Richardson dan Richardson, 2007). Perilaku manajemen puncak yang menyimpang dapat menyebabkan biaya ekonomi, sosial, serta emosional yang besar bagi pemangku kepentingan yang tidak bersalah serta menyebabkan kegagalankegagalan perusahaan pada dekade terakhir ini seperti yang terjadi pada akhir-akhir ini (Verschoor, 2002). Jadi, bila manajemen puncak melakukan perilaku yang menyimpang dan merugikan para pemangku kepentingan, dan para auditor internal dalam organisasi maupun auditor internal publik dapat mengidentifikasi perilaku yang tidak benar tersebut, maka para auditor internal tersebut harus lebih memihak pada kepentingan publik dengan bertindak tindakan sebagai whistle blower (Bouville, 2008). Auditor internal harus menjadi pahlawan bagi para pemangku kepentingan.

# Faktor-Faktor yang Menentukan Auditor Internal sebagai Whistle Blower

Sikap dan tindakan auditor internal baik auditor internal maupun sebagai auditor eksternal dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut dapat dibagi menjadi faktor eksternal pribadi auditor internal, serta faktor internal pribadi si auditor internal. Faktor eksternal tersebut dapat terdiri atas peran organisasi profesi, serta perlindungan sebagai saksi bila seorang auditor internal melakukan tindakan sebagai whistle blower. Di samping itu faktor

internal pribadi auditor internal yaitu kompetensi, sikap moral serta perilaku etis dari auditor internal yang dapat mempengaruhi perilaku auditor internal sebagai whistle blower (Lezar dan Spaeth, 2002).

#### Peran organisasi profesi

Organisasi profesi, selain sebagai tempat untuk berorganisasi dari suatu profesi, juga merupakan pusat moral bagi para anggotanya (Saleh, 2008). Menjadi pusat moral berarti organisasi profesi berperan untuk mendorong para anggotanya untuk bertindak sebagai whistle blower bila diperlukan dan sesuai dengan ketentuan peraturan atau undang-undang yang berlaku. Organisasi profesi harus melindungi berbagai kepentingan auditor dan auditor eksternal organisasi sehingga mereka dapat berperilaku etis ataupun bertindak sebagai whistle blower (Kleckner and Jackson, 2004). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin efektif kinerja dari organisasi profesi, maka akan semakin etis perilaku auditor internal serta semakin baik tindakan mereka di saat menjadi whistle blower.

# Perlindungan saksi

Indonesia dengan dikeluarkannya Undang-Undang nomor 13 tahun 2006 telah memberi perlindungan kepada saksi (maupun korban) maupun kepada mereka yang bertindak sebagai *whistle blower* (UU nomor 13 tahun 2006 dan Kleckner dan Jackson, 2004). Dengan demikian, semakin terdapat ketentuan perlindungan sebagai saksi, maka semakin auditor internal akan berperilaku etis, serta semakin besar niat mereka untuk menjadi *whistle blower*.

# Kompetensi Auditor internal

Seorang yang memperoleh pendidikan auditor internal dan gelar auditor internal, tentunya melalui proses yang panjang dan memerlukan ketekunan tersendiri (Baker, 2008). Dalam proses sebagai seorang profesional, seorang auditor internal, khususnya auditor internal publik diwajibkan untuk memperoleh satuan kredit

profesi setiap tahunnya. Satuan kredit profesi ini lazimnya berupa penyegaran maupun penambahan pengetahuan oleh organisasi (Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI), 2009). Dengan peningkatan kompetensi secara terus menerus dan berkesinambungan, maka auditor internal diharapkan memiliki kepribadian yang akan bersikap etis bila mengetahui tindak kejahatan kerah putih atau *fraud*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kompetensi seorang auditor internal, akan semakin mereka bersedia menjadi seorang *whiste blower*.

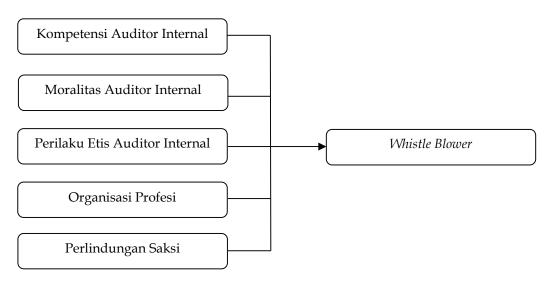
#### Sikap Moral Auditor Internal

Integritas merupakan nilai-nilai yang sangat diperlukan dan dimiliki oleh auditor internal. Dengan integritas, maka auditor internal akan semakin bertindak jujur, adil, serta berpegang secara terus menerus pada kode etik profesi auditor internal (Media Pertamina, 2008). Salah satu pengukur dari integritas auditor internal adalah sikap moral auditor internal. Pengukuran sikap moral auditor internal ini dapat menggunakan model pengukuran moral yang di-

kembangkan oleh Kohlberg (1969) dan Rest (1979) dalam bentuk instrumen *Defining Issues Test*. Dengan demikian semakin tinggi sikap moral auditor internal, maka semakin besar pula kemauan mereka untuk menjadi seorang *whistle blower*.

#### Perilaku Etis Auditor internal

Wilopo (2006) menemukan bahwa perilaku etis atau tidak etis dari auditor internal akan memberikan pengaruh terhadap kecenderungan kejahatan yang dilakukan oleh para auditor internal dalam bentuk kecurangan auditor internal. Sebaliknya, perilaku etis adalah perilaku yang tidak menyalahgunakan kedudukan/posisi, perilaku yang tidak menyalahgunakan kekuasaan, perilaku yang tidak menyalahgunakan sumber daya organisasi, serta perilaku yang peduli terhadap kondisi perusahaan (Robinson dan Bennet, 1995; Tang dan Chiu, 2003). Dengan demikian, semakin tinggi perilaku etis seorang auditor internal, semakin besar kemauan mereka untuk menjadi whistle blower. Rerangka konseptual penelitian disajikan dalam gambar 1 berikut ini.



Gambar 1 Rerangka Konseptual

Berdasarkan rerangka konseptual tersebut, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Semakin tinggi kompetensi auditor internal, maka semakin besar keinginan dan kemauan auditor internal untuk menjadi *whistle blower*
- H<sub>2</sub>: Semakin tinggi tingkat moralitas auditor internal, maka semakin besar keinginan dan kemauan auditor internal untuk menjadi *whistle blower*
- H<sub>3</sub>: Semakin tinggi perilaku etis auditor internal, maka semakin besar keinginan dan kemauan auditor internal untuk menjadi *whistle blower*
- H<sub>4</sub>: Semakin besar peran organisasi profesi dalam menata perilaku auditor internal, maka semakin besar keinginan auditor internal untuk menjadi *whistle blower*
- H<sub>5</sub>: Semakin terdapat perlindungan saksi kepada auditor internal, maka semakin besar keinginan dan kemauan auditor internal untuk menjadi *whistle blower*

# METODE PENELITIAN Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Wilopo dan Nurul (2012). Pengembangan yang dilakukan adalah dengan memperluas cakupan penelitian yang dahulunya mencakup wilayah Jawa Timur menjadi seluruh Indonesia. Penelitian ini bertujuan menguji secara empiris pengaruh peran organisasi profesi, perlindungan saksi, kompetensi auditor internal, sikap moral auditor internal, perilaku etis auditor internal serta peran auditor internal terhadap whistle blower. Rancangan penelitian ini merupakan rancangan penelitian kausal (causal studies) (Cooper dan Emory, 1995). Hal ini karena penelitian ini bermaksud meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi peran auditor internal sebagai whistle blower.

Penelitian ini juga disebut penelitian penjelasan (*explanatory research*), karena tujuannya adalah untuk menjelaskan pengaruh antar variabel melalui pengujian

hipotesis (Malhotra, 2010). Metode utama penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok.

### Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di seluruh Indonesia. Hal ini dikarenakan populasi penelitian adalah para auditor internal, yaitu auditor internal yang bekerja di perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia.

Mengingat perilaku etis dan kemauan untuk menjadi whistle blower merupakan nilai-nilai yang dimiliki oleh para auditor internal yang bekerja di perusahaan, maka populasi penelitian ini adalah para auditor internal yang bekerja di berbagai perusahaan di Indonesia. Mengingat auditor internal di Indonesia memiliki organisasi profesi, maka auditor internal yang diambil sebagai sampel adalah para auditor internal yang tergabung dalam Forum Komunikasi Satuan Pengawasan Internal (FKSPI).

#### Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik dan prosedur sebagai berikut: a) Kuesioner. Kuesioner merupakan satuan model yang di dalamnya berisi beberapa pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian. Pernyataan peneliti dan jawaban responden dikemukakan secara tertulis melalui kuesioner. Setelah kuesioner diberikan kepada responden untuk kemudian diisi dan dikembalikan, tahap selanjutnya adalah mengevaluasi kuesioner yang telah dikumpulkan kembali untuk menyeleksi apakah kuesioner tersebut diisi lengkap dan layak digunakan sebagai data penelitian. b) Wawancara. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari responden untuk melengkapi hal-hal yang diperlukan dalam penelitian. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang dikuantifisir, yaitu data penelitian yang berbentuk kualitatif yang diangkakan (*skoring*).

# Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

#### Klasifikasi Variabel Penelitian

Kerlinger (1986) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Oleh karena itu variabel dikelompokkan berdasar sifat pengukurannya atau dapat tidaknya suatu variabel diukur secara langsung atau harus ditaksir melalui indikator-indikatornya. demikian maka variabel tersebut dapat dikelompokkan menjadi variabel independen dan variabel dependen dengan pemahaman masing-masing variabel sebagai berikut: Variabel independen yaitu variabel yang memberi pengaruh terhadap peran auditor internal sebagai whistle blower. Variabel tersebut adalah kompetensi auditor internal, sikap moral auditor internal, perilaku etis auditor internal, keberadaan dan peran organisasi profesi, serta perlindungan saksi, sedangkan variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu peran auditor internal sebagai whistle blower.

# Definisi Operasional Variabel Penelitian

#### 1. Whistle blower

Whistle blower adalah karyawan, mantan karyawan atau pekerja, anggota dari suatu institusi atau organisasi yang melaporkan suatu tindakan yang dianggap melanggar ketentuan kepada pihak yang berwenang. Respon responden diukur dengan skala Likert 1–5.

# 2. Peran organisasi profesi

Organisasi profesi adalah kumpulan dari orang profesional. Organisasi tersebut lazimnya memiliki kode etik organisasi, sehingga peran organisasi profesi dapat diartikan sebagai peran dari organisasi profesi untuk mengatur dan melindungi kepentingan anggotanya, khususnya dalam menghadapi dilema etika. Respon responden diukur dengan skala Likert 1–5.

### 3. Perlindungan saksi

Perlindungan saksi adalah perlindungan yang diberikan kepada seseorang yang dapat memberi keterangan guna kepentingan penyelidikan, penyidikan, penuntutan, dan pemeriksaan di sidang pengadilan tentang suatu perkara pidana yang ia lihat sendiri dan/atau ia alami sendiri (UU No. 13 tahun 2006). Respons responden diukur dengan skala Likert 1–5.

### 4. Kompetensi Auditor internal

Kompetensi auditor internal adalah keahlian yang dimiliki auditor internal yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman. Kompetensi profesional dibagi menjadi dua (2) fase terpisah, yaitu 1) pencapaian kompetensi profesional dan 2) pemeliharaan kompetensi profesional (Ikatan Auditor Internal Indonesia, 1998). Respon responden diukur dengan skala Likert 1–5.

#### 5. Sikap Moral Auditor Internal

Pengukuran moralitas manajemen berasal dari model pengukuran moral yang dikembangkan Kohlberg (1969) dan Rest (1979) dalam bentuk instrumen *Defining Issues Test*. Instrumen ini berbentuk kasus dilema etika. Moralitas manajemen diukur melalui 6 (enam) butir instrumen yang mengukur setiap tahapan moralitas manajemen melalui kasus dilema etika auditor internal. Hasil pengukuran atas dilema etika auditor internal ini merupakan cerminan moralitas manajemen perusahaan.

#### 6. Perilaku Etis Auditor Internal

Perilaku etis auditor internal diukur dengan instrumen yang dikembangkan Robinson dan Bennet (1995) dan Tang dan Chiu (2003) dan diukur dengan empat item pertanyaan. Respon responden diukur dengan skala Likert 1–5.

#### **Teknik Analisis Data**

Uji validitas dilakukan pada validitas item-item pertanyaan dalam kuesioner. Pengujian dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut atau dikatakan valid jika probabilitasnya kurang dari 0,05 atau r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan komputer dengan menggunakan korelasi Product Moment konsep Pearson (Ghozali, 2012).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian semenghasilkan informasi hingga dibutuhkan untuk analisis data. Sebelum diolah, data yang sudah terkumpul harus dilakukan Purification dan Refinement dengan melakukan evaluasi terhadap validitas dan reliabilitas konstruk berdasarkan level abstraksi dengan menilai convergent validity dan discriminant validity serta evaluasi goodness of fit model (Ghozali, 2012). Proses tersebut dilakukan dengan bantuan software Smart PLS 2.0 dan data yang telah terkumpul direkap dalam format Comma Delimited. Software Smart PLS digunakan karena setiap variabel penelitian memiliki indikator-indikator.

# ANALISIS DAN PEMBAHASAN Gambaran Subyek Penelitian

Penelitian ini mengambil responden auditor internal dalam perusahaan (Satuan Pengawasan Internal). Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner, dilakukan Focus Group Discussion (FGD) mengenai instrumen penelitian. FGD dilakukan pada pengurus Forum Komunikasi Satuan Pengawasan Internal (FKSPI). Teknik pengambilan data dilakukan dengan mengikuti

penyebaran kuesioner pada para anggota auditor internal di seluruh perusahaan Indonesia yang tergabung dalam Forum Komunikasi Satuan Pengawasan Internal (FKSPI). Responden yang didapat adalah sebagai berikut: (1) Perolehan kuesioner melalui FKSPI Seminar Whistle Blower System sebanyak 30 Kuesioner dan (2) Perolehan kuesioner melalui Musyawarah Nasional FKSPI sebanyak 71 Kuesioner sehingga total kuesioner yang masuk dan diolah sebanyak 101.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdiri atas laki-laki sebanyak 83 orang dan perempuan sebanyak 16 orang, sedangkan 2 orang tidak menyebutkan jenis kelaminnya. Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan lama bekerjanya terdiri atas 1-5 tahun sebanyak 13 orang, 6-10 tahun sebanyak 6 orang, > 10 tahun sebanyak 77 orang, dan sebanyak 5 orang tidak menyebutkan lama bekerjanya di perusahaan.

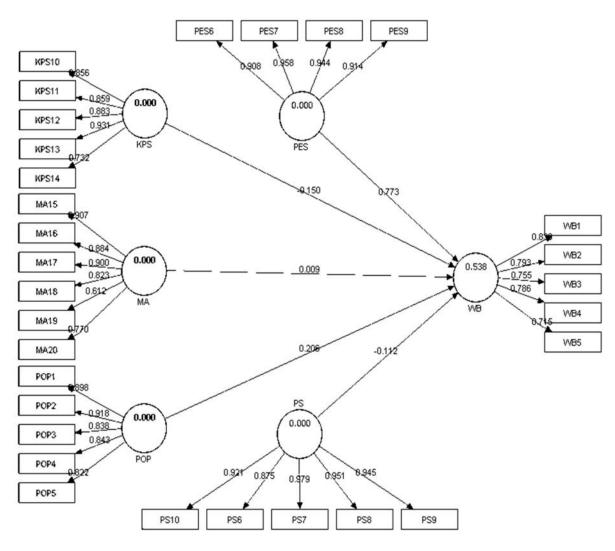
# Analisis Data Analisis Model Pengukuran

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas masingmasing indikator dan konstruk. Tahap dalam analisis model pengukuran ini yaitu:

- a. Analisis Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)
  - 1. Validitas konvergen dapat diketahui dengan melihat nilai dari loading factor, reliabilitas konstruk, dan AVE dan disajikan dalam gambar 2. Berdasarkan gambar 2, nilai loading factor yang dihasilkan oleh data tersebut sudah memenuhi syarat validitas yaitu > 0.5 sehingga data tersebut dapat dikatakan valid dan siap untuk dilakukan proses se lanjutnya yaitu menguji signifikansi loading factor dengan t statistic.
  - 2. Tahap berikutnya ini dilakukan dengan melakukan *boothstrapping* yang menghasilkan nilai t *statistic*.

Tabel 1 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
KPS10 <- KPS	0.856099	0.833295	0.076498	0.076498	11.191203
KPS11 <- KPS	0.859401	0.850026	0.063453	0.063453	13.543933
KPS12 <- KPS	0.883351	0.872660	0.059119	0.059119	14.942037
KPS13 <- KPS	0.930689	0.907183	0.074801	0.074801	12.442274
KPS14 <- KPS	0.731693	0.705555	0.128323	0.128323	5.701978
MA15 <- MA	0.906893	0.871863	0.166499	0.166499	5.446852
MA16 <- MA	0.883735	0.846901	0.173362	0.173362	5.097619
MA17 <- MA	0.899670	0.867514	0.169243	0.169243	5.315836
MA18 <- MA	0.822905	0.792538	0.166889	0.166889	4.930841
MA19 <- MA	0.611964	0.587196	0.177651	0.177651	3.444743
MA20 <- MA	0.769618	0.743290	0.152795	0.152795	5.036934
PES6 <- PES	0.907820	0.906878	0.052049	0.052049	17.441670
PES7 <- PES	0.957981	0.944134	0.040206	0.040206	23.826603
PES8 <- PES	0.944451	0.927958	0.050276	0.050276	18.785184
PES9 <- PES	0.913796	0.895238	0.063615	0.063615	14.364571
POP1 <- POP	0.898262	0.875515	0.071043	0.071043	12.643879
POP2 <- POP	0.917757	0.900892	0.053394	0.053394	17.188417
POP3 <- POP	0.838191	0.828839	0.053170	0.053170	15.764448
POP4 <- POP	0.842789	0.826595	0.076353	0.076353	11.038122
POP5 <- POP	0.821899	0.812735	0.062716	0.062716	13.105020
PS10 <- PS	0.921077	0.905700	0.048703	0.048703	18.912206
PS6 <- PS	0.875063	0.858234	0.095326	0.095326	9.179639
PS7 <- PS	0.979208	0.971150	0.043280	0.043280	22.625023
PS8 <- PS	0.951441	0.938554	0.050277	0.050277	18.923989
PS9 <- PS	0.944560	0.935022	0.039667	0.039667	23.812031
WB1 <- WB	0.835877	0.823338	0.056022	0.056022	14.920526
WB2 <- WB	0.792558	0.758320	0.125416	0.125416	6.319449
WB3 <- WB	0.755210	0.736713	0.115219	0.115219	6.554571
WB4 <- WB	0.786337	0.771648	0.070511	0.070511	11.151989
WB5 <- WB	0.714700	0.697156	0.141047	0.141047	5.067088



Gambar 2 Uji Validitas Konvergen

Berdasarkan hasil analisis, nilai t statistic masing-masing loading factor disajikan dalam tabel 1 dan menunjukkan angka > 1.96 sehingga data-data tersebut memiliki validitas yang signifikan.

3. Tahap selanjutnya yaitu mengukur tingkat validitas dan reliabilitas. Untuk menguji reliabilitas konstruk tersebut dilakukan dengan melihat *Composite Reliability*. Dalam penelitian ini, standar yang digunakan untuk menilai apakah data yang terkumpul reliabel atau tidak yaitu > 0.7. Dari output yang dihasilkan dalam tabel 2, masing-masing kons-

truk telah menunjukkan angka di atas 0.7 sehingga dapat dikatakan bahwa data *reliable*.

Tabel 2
Composite Reliability

	Composite Reliability
KPS	0.930957
MA	0.924980
PES	0.963115
POP	0.936608
PS	0.971957
WB	0.884339

4. Selanjutnya melihat nilai AVE. Hal ini dimaksudkan untuk melihat apakah data tersebut telah valid atau belum. Standar yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas vaitu nilai AVE > 0.5. Data semua kontruk dalam tabel 3 menunjukkan bahwa nilai AVE > 0.5 sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 3 **AVE** 

	AVE
KPS	0.730668
MA	0.676139
PES	0.867219
POP	0.747506
PS	0.874080
WB	0.605260

# b. Analisis Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Selanjutnya dilakukan analisis validitas diskriminan. Dalam analisis ini terdapat 2 tahap yaitu: Pertama, melihat cross loading. Pada hasil cross loading setiap konstruk sudah menunjukkan angka korelasi yang lebih tinggi dengan masing-masing indikatornya, sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk mampu menjelaskan varian pada setiap indikatornya lebih tinggi jika dibandingkan dengan indikator konstruk lainnya. Dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik sebagaimana disajikan dalam tabel 4. Kedua, membandingkan korelasi antar konstruk dengan akar kuadrat AVE Korelasi maksimal konstruk KPS yaitu 0.854251; sedangkan akar AVE yaitu sebesar 0.854791. Konstruk MA memiliki korelasi maksimum sebesar 0.704937; sedangkan akar AVE yaitu 0.822277. Selengkapnya, setiap konstruk memiliki nilai akar AVE lebih besar dari korelasi maksimal konstruk. antar Maka, secara umum semua indikator

telah memiliki validity discriminant yang baik dalam menyusun variabel-variabelnya sebagaimana disajikan dalam tabel

#### c. Analisis Model Struktural

Model struktural dalam PLS diukur dengan menggunakan R<sup>2</sup> untuk variabel dependen dan koefisien path yang ditunjukkan dengan t statistic untuk menguji signifikansi hipotesis dan nilai R<sup>2</sup>. Skor koefisien *path* yang ditunjukkan dengan t statistic memiliki standar 1.96.

# 1. Analisis R-square

Berdasarkan pengolahan data menggunakan PLS, nilai koefisien determinasi vang dihasilkan Goodness of Fit pada model PLS dapat diketahui dari nilai R2. Semakin tinggi nilai R<sup>2</sup> maka dapat dikatakan bahwa model semakin fit dengan data. Nilai R<sup>2</sup> menunjukkan konstruk WB sebesar 0.537894 artinya besarnya pengaruh KPS, MA, PES, POP, dan PS terhadap WB sebesar 53.79%.

### 2. Uji Kausalitas

Hasil pengujian hipotesis dapat diperoleh dengan cara membandingkan nilai t statistic dengan standar yang telah ditetapkan yaitu 1.96. Hasil statistik menunjukkan bahwa hanya variabel Perilaku Etis Satuan Pengawasan Internal (PES) yang berkorelasi signifikan dengan Whistle Blower (WB). Hal ini dapat dilihat dari hasil t statistic yang menunjukkan angka di atas 1.96. Untuk variabel Kompetensi Auditor Internal (KPS), Moralitas Auditor Internal (MA), Peran Organisasi Profesi (POP), dan Perlindungan Saksi (PS) memiliki nilai t statistic kurang dari 1.96 sehingga keempat variabel tersebut memiliki hubungan korelasi yang tidak signifikan terhadap Whistle Blower (WB). Hasil pengujian disajikan dalam tabel 6.

Pengaruh Kompetensi Auditor internal (KPS) terhadap Whistle Blower (WB). Dari hasil statistik diketahui bahwa variabel KPS tidak memiliki pengaruh terhadap WB.

Tabel 4 Cross Loadings

	KPS	MA	PES	POP	PS	WB
KPS10	0.856099	0.397600	0.735726	0.628858	0.646047	0.517678
KPS11	0.859401	0.530648	0.762140	0.635820	0.672591	0.535924
KPS12	0.883351	0.468100	0.743981	0.608041	0.706907	0.539722
KPS13	0.930689	0.501756	0.811970	0.630365	0.742036	0.481030
KPS14	0.731693	0.277554	0.566178	0.483800	0.503425	0.334487
MA15	0.451882	0.906893	0.461287	0.505290	0.606467	0.275497
MA16	0.405303	0.883735	0.417035	0.493976	0.547394	0.352301
MA17	0.419848	0.899670	0.420253	0.439527	0.571015	0.325353
MA18	0.483828	0.822905	0.450113	0.515853	0.666373	0.362069
MA19	0.329728	0.611964	0.357504	0.408348	0.473196	0.198242
MA20	0.454795	0.769618	0.479392	0.521044	0.596261	0.311034
PES6	0.723003	0.459842	0.907820	0.646559	0.647930	0.762688
PES7	0.839307	0.531274	0.957981	0.758585	0.762511	0.629483
PES8	0.831327	0.503362	0.944451	0.703606	0.732502	0.626232
PES9	0.798781	0.463289	0.913796	0.679629	0.720106	0.632658
POP1	0.702609	0.606934	0.743609	0.898262	0.751375	0.523898
POP2	0.722231	0.560829	0.755653	0.917757	0.750237	0.553497
POP3	0.521885	0.438559	0.598123	0.838191	0.562898	0.555999
POP4	0.526750	0.441556	0.561568	0.842789	0.587881	0.455095
POP5	0.557316	0.476868	0.552503	0.821899	0.546166	0.494907
PS10	0.685802	0.607690	0.688905	0.705681	0.921077	0.469411
PS6	0.669443	0.746253	0.640589	0.734836	0.875063	0.429028
PS7	0.754030	0.676510	0.746765	0.704262	0.979208	0.514753
PS8	0.780672	0.631695	0.764502	0.668546	0.951441	0.514747
PS9	0.716195	0.648742	0.731578	0.671806	0.944560	0.514765
WB1	0.439078	0.310043	0.623938	0.556994	0.428635	0.835877
WB2	0.427653	0.181659	0.500072	0.363767	0.344582	0.792558
WB3	0.413005	0.273104	0.440884	0.400018	0.315638	0.755210
WB4	0.427806	0.317855	0.556131	0.487719	0.448016	0.786337
WB5	0.511376	0.362519	0.623775	0.483290	0.465753	0.714700

Tabel 5
Latent Variable Correlations

	KPS	MA	PES	POP	PS	WB
KPS	1.000000					
MA	0.519577	1.000000				
PES	0.854251	0.524738	1.000000			
POP	0.704077	0.585785	0.746956	1.000000		
PS	0.772698	0.704937	0.766113	0.742627	1.000000	
WB	0.573952	0.378836	0.718206	0.600472	0.524224	1.000000

	AVE	Akar AVE
KPS	0.730668	0.854791
MA	0.676139	0.822277
PES	0.867219	0.931245
POP	0.747506	0.864584
PS	0.874080	0.934922
WB	0.605260	0.777984

Tabel 6
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
KPS -> WB	-0.150363	-0.104499	0.217173	0.217173	0.692365
MA -> WB	0.008973	0.018412	0.097525	0.097525	0.092008
PES -> WB	0.773327	0.696015	0.277112	0.277112	2.790669
POP -> WB	0.206302	0.247091	0.130107	0.130107	1.585628
PS -> WB	-0.111577	-0.103935	0.144300	0.144300	0.773231

Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar -0.150363 dan nilai t statistic sebesar 0.692365 kurang dari 1.96. Temuan ini menunjukkan bahwa seorang auditor internal yang berkehendak menjadi Whistle Blower tidak tergantung dari apakah seorang auditor internal tersebut memiliki kompetensi atau keahlian yang memadai. Auditor internal yang tidak memahami atau tidak ahli pun dapat menjadi Whistle Blower. Yang penting adalah kemauan dari auditor internal tersebut untuk mengungkap ke-

jahatan yang terjadi di organisasinya. Temuan ini berbeda dengan pendapat Lezar dan Spaeth (2002) yang menyatakan bahwa seseorang berkehendak menjadi *Whistle Blower* ini tergantung pada kompetensinya.

Pengaruh Moralitas Auditor Internal (MA) terhadap *Whistle Blower* (WB). Dari hasil statistik dapat diketahui bahwa variabel MA tidak memiliki pengaruh terhadap WB. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.008973 dan nilai t *statistic* sebesar 0.092008 kurang dari 1.96.

Temuan ini menunjukkan bahwa seorang auditor internal menjadi Whistle Blower itu tidak tergantung dari apakah seseorang itu memiliki sikap moral yang memadai atau tidak. Meski sikap moralnya tidak atau kurang baik seorang auditor internal dapat menjadi Whistle Blower. Hal ini dimungkinkan karena sebagian besar kejahatan kerah putih atau fraud dilakukan secara kolutif. Seringkali seseorang yang terlibat dalam kejahatan tersebut mau atau bersedia mengungkap keberadaan kejahatan tersebut karena dijanjikan keringanan hukuman bila bersedia mengungkap fakta kejahatan yang sebenarnya yang jauh lebih besar dari dugaan atau sangkaan permulaan. Hasil temuan ini berbeda dengan pendapat Kohlberg (1969) dan Rest (1979) yang menyatakan bahwa seseorang berkehendak menjadi Whistle Blower ini tergantung pada moralitas yang dimiliki.

Pengaruh Perilaku Etis Satuan Pengawasan Internal (PES) terhadap Whistle Blower (WB). Dari hasil statistik dapat diketahui bahwa variabel PES memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap WB. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.773327 yang bertanda positif dan signifikan pada alpha 5% yang ditunjukkan oleh nilai t statistic sebesar 2.790669 yang lebih dari 1.96.

Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku etis yang dimiliki oleh auditor internal atau satuan pengawasan internal mempengaruhi sikap dan niat untuk menjadi Whistle Blower. Temuan ini mendukung temuan Wilopo (2006) yang menyatakan bahwa perilaku etis atau tidak etis dari auditor internal akan memberi pengaruh terhadap kecenderungan kejahatan yang dilakukan oleh para auditor internal dalam bentuk kecurangan auditor internal. Demikian pula temuan ini mendukung hasil penelitian Robinson dan Bennet (1995) serta Tang dan Chiu (2003) yang menyatakan bahwa perilaku etis adalah perilaku yang tidak menyalahgunakan kedudukan/posisi, perilaku yang tidak menyalahgunakan kekuasaan, perilaku yang tidak menyalahgunakan sumber daya organisasi, serta perilaku yang peduli terhadap kondisi perusahaan. Pengaruh Peran Organisasi Profesi (POP) terhadap Whistle Blower (WB). Dari hasil statistik dapat diketahui bahwa variabel POP tidak memiliki pengaruh terhadap WB. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0.206302 dan nilai t statistic sebesar 1.585628 kurang dari 1.96.

Temuan ini menunjukkan bahwa para auditor internal atau satuan pengawasan internal tidak atau kurang mempercayai organisasi profesinya akan berperan untuk memberi perlindungan bila seorang auditor internal mengungkap kejahatan yang terjadi di perusahaan atau organisasi tempat dia bekerja. Sikap ini dimaklumi karena organisasi profesi di Indonesia belum benar-benar menjadi organisasi yang profesional yang memiliki perangkat dan sistem yang benarbenar memberi perlindungan bila anggotanya melakukan suatu tindakan yang etis. Sebaliknya, organisasi profesi akan memberi sanksi yang memadai bila anggotanya terlibat dalam suatu kejahatan tertentu. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian dari Kleckner dan Jackson (2004) yang menyatakan bahwa organisasi profesi akan memberi perlindungan kepada anggotanya, khususnya bila menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan sikap etis.

Pengaruh Perlindungan Saksi (PS) terhadap *Whistle Blower* (WB). Dari hasil statistik dapat diketahui bahwa variabel PS tidak memiliki pengaruh terhadap WB. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar -0.111577 dan nilai t *statistic* sebesar 0.773231 kurang dari 1.96.

Temuan ini menunjukkan bahwa para auditor internal tidak yakin bahwa lembaga perlindungan saksi akan memberi perlindungan bila mereka menjadi Whistle Blower. Hal ini karena dalam faktanya meski Indonesia sudah memiliki undang-undang tentang perlindungan saksi, namun dalam kenyataannya banyak kejadian yang seseorang berani mengungkap suatu kejahatan tertentu serta menjadi saksi di pengadilan akan dipersalahkan atau dituntut tindak

pidana untuk perkara tersebut atau perkaraperkara yang lain. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Kleckner dan Jackson (2004) yang menyatakan bahwa lembaga perlindungan saksi akan memberi perlindungan kepada anggotanya, khususnya bila menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan sikap etis.

Perancangan dan implementasi Sistem Pengendalian Intern (SPI) merupakan tanggung jawab manajemen. Pada sudut pandang yang lain, aktivitas operasional yang kompleks menuntut manajemen membutuhkan suatu fungsi/departemen baru yang disebut audit internal. Audit internal merupakan fungsi penilaian independen yang ada di perusahaan untuk memeriksa dan mengevaluasi kegiatan perusahaan sebagai jasa yang diberikan kepada perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari persepsi auditor internal sebagai pihak yang dianggap berperan untuk mengetahui kejahatan kerah putih atau fraud, seseorang dapat atau mau menjadi Whistle Blower sangat ditentukan oleh perilaku etis dari berbagai pihak dalam perusahaan atau organisasi. Perilaku etis ini termasuk perilaku etis dari manajemen perusahaan untuk bersedia menerima informasi tentang kejahatan kerah putih untuk dilakukan perbaikan. Meski tidak signifikan, dalam berbagai kasus sikap moral dari auditor eksternal berperan dalam menentukan auditor internal untuk menjadi Blower, sedangkan keberadaan organisasi profesi dari auditor internal, lembaga perlindungan saksi, serta kompetensi auditor internal tidak dianggap perlu bagi auditor internal untuk menjadi seorang Whistle Blower.

# SIMPULAN DAN SARAN Simpulan

Kebijakan Whistle Blower adalah proses karyawan yang bekerja di perusahaan publik atau swasta mengungkap klaim malpraktek dalam organisasi (Saha, 2011). Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Wilopo dan Nurul (2012).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggali faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sistem Whistle Blower di Indonesia. Penelitian ini menggali bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi sistem whistle blower adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah kompetensi auditor internal, sikap moral auditor internal, dan perilaku etis auditor internal. Sedangkan faktor eksternal adalah peran organisasi profesi auditor internal dan lembaga perlindungan saksi. Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa hanya perilaku etis auditor internal yang berpengaruh signifikan terhadap sistem whistle blower di Indonesia. Sikap moral dari auditor eksternal dalam berbagai kasus juga berperan dalam menentukan dan berpengaruh bagi auditor internal untuk menjadi whistle blower. Sedangkan faktor-faktor yang lain tidak berpengaruh secara signifikan. Hasil ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan Wilopo dan Nurul (2012) yang menemukan bahwa untuk mengembangkan corporate governance di Indonesia diperlukan sistem whistle blower yang dipengaruhi dan ditentukan oleh keberadaan lembaga perlindungan saksi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem whistle blower ini hanya dapat dikembangkan di Indonesia bila auditor internal memiliki perilaku yang etis serta sikap moral yang baik.

### Saran

Penelitian tentang whistle blower merupakan topik penelitian yang relatif belum banyak dilakukan di Indonesia. Di samping itu di Indonesia sistem whistle blower masih belum banyak diterapkan di dalam perusahaan ataupun organisasi-organisasi pemerintahan dan lainnya. Sampai dengan saat ini Indonesia juga belum memiliki Undang-Undang tentang whistle blower. Oleh karena itu penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif mengenai whistle blower.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Antara. 2008. Revisi Undang-Undang Pencucian Uang Perluas Wewenang PPATK.
- Association of Certified Fraud Examiners. 2012. *Report to the Nations*.
- Baker, N. 2008. See no evil, hear no evil, speak no evil. *Internal Auditor*, April: 39–43.
- Bouville, M. 2008. Whistle Blowing and Morality. *Journal of Business Ethics*. 2008, springer.
- Copeer, D. R. dan C. W. Emory. 1995.

  \*\*Business Research Methods. Chicago: Irwin.\*\*
- Das, S. G. dan R. Aldrin. 2007. Whistle-Blowing and Competitive Advantage. *Journal of Indian Management*, April-June 2007, Cochin, India.
- Dworkin, T. M. 2007. SOX and Whistle-blowing. *Michigan Law Review*. June (105): 1757–1780.
- Heyes, A. G. dan S. Kapur. 2009. An Economic Model of Whistle Blower Policy. *The Journal of Law, Economics and Organization* 25(1): 157-182.
- Ikatan Auditor Internal Indonesia. 1998. Kode Etik Ikatan Auditor internal Indonesia.
- Ghozali, I. 2012. Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (Edisi 3). Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI). 2009. Daftar Pembelajaran Profesional Lanjutan untuk tahun 2009. Download dari situs www.iapi.or.id
- International Chamber of Commerce (ICC). 2008. ICC Guidelines on Whistleblowing.
- Lezar, T. dan M. Spaeth. 2002. Blowing the Whistle. *Risk Management*, April.
- Kerlinger, F. N. 1986. Foundations of behavioral research (3<sup>rd</sup> Ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kleckner dan Jackson. 2004. Sarbanes-Oxley and the Whistle-Blower Protections. *The CP Journal*.
- Kohlberg, L. 1969. Stage and Sequence: The Cognitive Development Approach

- Moral Action to Socialization. In D.A. Goslin (Ed). *Handbook of socialization theory and research*. Chicago: Rand-McNally: 347–480.
- Malhotra, N. K. 2010. *Marketing Research: an applied orientation* (6<sup>th</sup> Ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Mansbach, A. 2007. Political Surplus of whistleblowing: a case study. *Business Ethics: a European Review* April 16(2): 124–131.
- McKoy, D. V. 2012. Whistle Blowing and the Law. *Working Paper*.
- Media Pertamina, 2008. *Whistle Blower*, Pengingat Kita agar Tidak Korupsi. Edisi No. 33, Tahun XLIV, 18 Agustus.
- Rest, J. 1979. *Developing in Judging Moral Issues*. Menneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Richardson S. dan B. Richardson. 2007. The Accountant as Whisleblower. *The Indonesian Accounting Society*.
- Robinson, S. L. dan R. J. Bennet. 1995. A Typology of Deviant worksplace Behaviors: A Multidimensional Scaling Study. *Academy of Management Journal* 18(2): 555-572.
- Saha, O. 2011. Whistle Blower Policy. *Working Paper*.
- Saleh, A. O. 2008. Perlindungan bagi Whistle blower. *Tempo Interaktif*, 26 September.
- Tang T. L. P. dan R. K. Chiu. 2003. Income, Money Etic, Pay Satisfaction, Commitment, and Unetichical Behavior: Is the Love of Money the Root of Evil for Hong Kong Emplyees? *Journal of Business Ethics* 46: 13–20.
- Tempo Interaktif. 2008. *Perlindungan bagi Whistle blower*. 26 September.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20. 2001. Perubahan atas Undang-Undang No. 31 tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 13. 2006. Undang-Undang tentang Perlindungan Saksi dan Korban.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 8. 2010. Perubahan atas Undang-Undang

- No. 15 tahun 2002 tentang Tindak Pidana Pencucian Uang.
- Verschoor, C. C. 2002. A reader responds to ethics of Enron whistle blower. *Strategic Finance*, Agust.
- Wilopo, 2006. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kecenderungan Kecurangan Auditor Internal: Studi pada Perusahaan Publik dan Badan
- Usaha Milik Negara di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* 9(3): September.
- Wilopo dan Nurul. 2012. The Effectiveness of Whistle Blower in Improving Corporate Governance. *Proceeding of 2nd Accounting Research and Education Conference* (AREC 2012) Universiti Teknologi Mara, Malaysia.

# JOB RELEVANT INFORMATION DESENTRALISASI DAN PARTISIPASI ANGGARAN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL

# Jasintha Dessy Tapatfeto

jasintha09@yahoo.com

Department of Accounting, State Polytechnic of Kupang, NTT

#### **ABSTRACT**

This study aimed to examine the effect of budget participation on managerial performance by using Job Relevant Information as an intervening variable and combined with decentralization as a moderating variable. The population in this study are all companies in various industries in East Java in 2013. Data were analyzed using path analysis models and Moderating Regression Analysis. Based on test results found that budgetary participation and Relevant Job Information influence on managerial performance as well as the budgetary participation influence the Job Relevant Information. This suggests that the high level of participation budgeting will improve managerial performance and with the availability of information relevant to the task of allowing subordinates to be able to exchange information with the boss, so as to create the budget process better and produce a more effective decisions on eventually will support the manager to get better performance. The results of further testing, found that decentralization does not moderate the effect of budget participation on managerial performance. This suggests that the higher delegation of authority granted to managers in their companies remain excluded and given responsibility for preparing the budget, this is due to the pressure from superiors (leaders).

Key words: job relevant information, decentralization, budgeting participation and managerial performance

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial dengan menggunakan Job Relevant Information sebagai variabel intervening dan dikombinasikan dengan variabel desentralisasi sebagai pemoderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan dalam berbagai industri di Jawa Timur pada tahun 2013. Teknik analisis data menggunakan model Path Analysis dan Moderating Regression Analysis. Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa partisipasi penyusunan anggaran dan Job Relevant Information berpengaruh terhadap kinerja manajerial demikian halnya juga dengan partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh terhadap Job Relevant Information. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat partisipasi penyusunan anggaran akan meningkatkan kinerja manajerial dan dengan adanya ketersediaan informasi yang relevan dengan tugas memungkinkan bawahan untuk dapat saling bertukar informasi dengan atasan, sehingga dapat menciptakan proses penyusunan anggaran yang lebih baik dan menghasilkan suatu keputusan yang lebih efektif yang pada akhirnya akan mendukung kinerja manajer menjadi lebih baik. Hasil pengujian selanjutnya, menemukan bahwa desentralisasi tidak memoderasi pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendelegasian wewenang yang diberikan kepada para manajer dalam perusahaan mereka tetap tidak dilibatkan dan diberikan tanggungjawab dalam penyusunan anggaran, hal ini disebabkan karena adanya tekanan dari atasan (pimpinan).

Kata kunci: job relevant information, desentralisasi, partisipasi anggaran dan kinerja manajerial.

#### **PENDAHULUAN**

Perusahaan perlu menetapkan tujuan di dalam melakukan pengelolaan perusaha-

an, kemudian membuat rencana kegiatan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut. Salah satu unsur terpenting yang digunakan manajemen dalam perencanaan perusahaan adalah anggaran. Anggaran sebagai pedoman kerja dan sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi, selain itu anggaran juga dapat digunakan oleh manajemen sebagai alat bantu untuk mengetahui kinerja (performance) dan dapat memotivasi manajemen dalam upaya untuk mencapai kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas. Peningkatan kinerja manajerial membutuhkan partisipasi aktif karyawan dalam setiap kegiatan operasi perusahaan melalui kecakapan dan informasi yang diberikan. Salah satu kegiatan perusahaan yang membutuhkan partisipasi aktif karyawan adalah penyusunan anggaran. Oleh karena itu manajemen perlu menyusun anggaran dengan baik karena anggaran merupakan gambaran perencanaaan seluruh aktivitas kegiatan operasional perusahaan.

Keberhasilan setiap penyusunan anggaran dapat ditentukan oleh cara penyusunan anggaran itu sendiri. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan partisipatif (top down dan buttom up) yang mana pendekatan partisipatif ini melibatkan semua tingkatan manajemen untuk mengembangkan rencana anggaran. Perusahaan tentunya dapat menggabungkan dua pendekatan tersebut kedalam penyusunan anggaran sehingga proses persiapan anggaran menjadi lebih efektif. Efektifitas pelaksanaan anggaran akan terwujud sesuai dengan tujuan perusahaan, jika didukung oleh orang-orang yang ada di dalam organisasi. Keterlibatan orang-orang dalam organisasi untuk merancang anggaran merupakan salah satu bagian dari literatur akuntansi keperilakuan (behavioral accounting) yang mana membahas hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dengan kinerja manajerial.

Berkaitan hubungan antara partisipasi anggaran dengan kinerja manajerial, terdapat beberapa pembahasan hasil penelitian yang bervariasi dan tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Rosidi (2000), Chong dan Chong (2002), Coryanata (2004), Yusfanigrum dan Ghozali (2005), Nor (2007), Rihardjo (2009), Indarto dan Ayu (2011), Gul et al., (1995), Kren (1992). Namun hasil penelitian Adi (2006) membuktikan bahwa partisipasi anggaran dan kinerja manajerial memiliki hubungan yang negatif artinya bahwa dengan adanya partisipasi tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja.

Hasil penelitian yang masih menimbulkan perbedaan ini menarik untuk dikaji lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan kontijensi (contingency theory). Teori kontijensi diperlukan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi efektifitas penganggaran partisipatif terhadap kinerja manajerial (Rihardjo, 2009). Studi ini di maksudkan untuk memperjelas hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dengan kinerja manajerial, serta mencoba untuk mengembangkan teori berkaitan hubungan partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial dengan mengkombinasikan job relevant information sebagai variabel intervening dan desentralisasi sebagai variabel moderating.

Penggunaan informasi yang hubungan dengan tugas (Job Relevant Information) akan membantu bawahan dalam meningkatkan pilihan tindakan manajemen menjadi lebih baik. JRI merupakan informasi yang dapat membantu manajer dalam memilih tindakan yang terbaik melalui upaya yang diinformasikan berupa kondisi organisasi dilihat dari tingkat perekonomian, keuangan, pemasaran dan lainnya, sehingga tentunya sangat membantu memberikan pengetahuan yang lebih baik kepada manajer mengenai altenatif keputusan dan tindakan yang dibutuhkan untuk pencapaian kinerja dan tujuan organisasi. JRI dapat meningkatkan kinerja melalui pemberian perkiraan yang lebih akurat mengenai lingkungan sehingga dapat dipilih rangkaian tindakan efektif yang terbaik (Kren, 1992).

Desentralisasi dalam organisasi berkaitan erat dengan struktur organisasi yang memberikan gambaran mengenai kekuasaan dalam suatu organisasi. Struktur organisasi memiliki peranan dalam mempengaruhi kinerja (efisiensi dan efektifitas) pada tingkat organisasi maupun tingkat sub unit karena adanya desentralisasi, kualitas pengambilan keputusan menjadi lebih baik dibandingkan sentralisasi, sebab para manajer lebih memahami kondisi unit dipimpinnya (Govindarajan Anthony, 2007). Dengan adanya pembagian kekuasaan yang terdesentralisasi, maka para manajer memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses penyusunan anggaran yang pada akhirnya akan memberikan dukungan motivasi kepada bawahan untuk meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh terhadap kinerja manajerial?, (2) Apakah partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh terhadap job relevant information?, (3) Apakah job relevant information berpengaruh terhadap kinerja manajerial? (4) Apakah desentralisasi memoderasi pengaruh antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial?

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menguji secara empiris pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial, (2) menguji secara empiris pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap job relevant information, (3) menguji secara empiris pengaruh job relevant information terhadap kinerja manajerial serta (4) menguji secara empiris pengaruh antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial, yang dimoderasi oleh desentralisasi.

# TINJAUAN TEORETIS Konsep Partisipasi

Partisipasi penganggaran merupakan proses yang menggambarkan individu-

individu yang terlibat dalam penyusunan anggaran dan mempunyai pengaruh terhadap target anggaran sehingga pada akhir periode anggaran dan setelah dilakukan penilaian secara menyeluruh maka akan timbul tindakan berupa penghargaan (reward) atas pencapaian target anggaran tersebut ataupun sebaliknya sebagai hukuman (punishment) atas kegagalan pencapaian target yang sudah direncanakan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan partisipasi, yang mana pendekatan ini mengutamakan proses kerjasama dalam pengambilan keputusan. Agar pelaksanaan anggaran sesuai dengan apa yang telah ditentukan terlebih dahulu, maka keterlibatan dari pihak-pihak yang terkait tidak dapat dihindari lagi, dengan kata lain partisipasi dari bawahan ikut berperan dalam penyusunan anggaran ini (Riyadi, 2007). Dengan ikut serta berpartisipasi dalam penyusunan anggaran, para manajer juga akan lebih memahami masalah yang mungkin timbul pada saat pelaksanaan anggaran (Indarto dan Ayu, 2011). Partisipasi dapat dikatakan sebagai suatu proses pengambilan keputusan secara bersama oleh dua pihak atau lebih, sehingga hasil keputusan tersebut memiliki dampak di masa yang akan datang bagi para pembuat keputusan tersebut.

### Konsep Anggaran

Anggaran dapat diartikan sebagai pedoman kerja dan sasaran yang ingin dicapai oleh suatu organisasi, selain itu anggaran juga dapat digunakan oleh manajemen sebagai alat bantu untuk mengetahui kinerja (performance) dan dapat memotivasi manajemen dalam upaya untuk mencapai kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang (Riharjo, 2009). Anggaran yang terlalu menekan, cenderung menimbulkan sikap agresif manajer tingkat bawah terhadap manajer tingkat atas yang kemudian dapat mengakibatkan inefisiensi dan penurunan kinerja.

Pada umumnya definisi anggaran memiliki 4 unsur (Wirjono dan Raharjono,

2007), yaitu: 1) Rencana, anggaran merupakan rencana yang telah disusun untuk memberikan arah bagi perusahaan di masa yang akan datang. 2) Mencakup seluruh kegiatan perusahaan, yaitu semua kegiatan yang dilakukan oleh seluruh bagian yang ada dalam perusahaan. Anggaran berfungsi sebagai pedoman kerja sehingga harus mencakup seluruh kegiatan perusahaan. 3) Satuan moneter, anggaran dinyatakan dalam satuan unit moneter yang dapat diterapkan pada berbagai kegiatan perusahaan yang beraneka ragam. Satuan moneter berguna untuk menyeragamkan semua kegiatan perusahaan yang beraneka ragam sehingga mudah untuk diperbandingkan dan dianalisis. 4) Jangka waktu tertentu, anggaran disusun untuk jangka waktu tertentu yang akan datang sehingga memuat taksiran-taksiran tentang segala sesuatu yang akan terjadi dan akan dilakukan di masa mendatang.

Anggaran dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan yang mana dapat diketahui perkiraan pendapatan, biaya perbaikan, biaya perlengkapan, dan sebagainya sehingga perusahaan dapat menghindari pengeluaran biaya-biaya yang tidak diperlukan dan mengatasi pembelian yang tidak penting. Keputusan yang lebih baik tersebut dapat menghindari timbulnya masalah serta dapat menghasilkan kondisi keuangan yang lebih baik.

#### Partisipasi Penyusunan Anggaran

Partisipasi anggaran bertujuan untuk membentuk sikap, perilaku karyawan, dan manajer merasa memiliki dan menumbuhkan pengaruh motivasional terhadap tujuan anggaran. Para manajer departemen harus memiliki input yang penting dalam menganggarkan pendapatan dan biaya karena mereka terlibat langsung dan sangat memahami kegiatan departemen mereka. Anggaran yang disusun oleh karyawan harus dapat memberikan rekomendasi, merevisi angka-angka dalam anggaran bila diperlukan, dan menyetujui ataupun tidak

menyetujui item-item yang utama (Apriwandi, 2012). Input karyawan sangat diperlukan karena mereka sangat memahami operasi perusahaan. Partisipasi dalam penganggaran merupakan faktor kritis yang dapat mempengaruhi keefektifan perusahaan secara keseluruhan.

Selain membentuk sikap dan perilaku, partisipasi anggaran juga sangat membantu manajer level atas untuk dapat mengkomunikasikan tujuan perusahaan pada semua manajer unit dibawahnya sehingga memudahkan pengkoordinasian kegiatan maupun evaluasi kinerja manajer tersebut. Melalui partisipasi dapat mendorong manajer untuk mengidentifikasi tujuan, menerimanya dengan suatu komitmen dan bekerja agar dapat mencapainya (Wentzel, 2002; Chong dan Chong, 2002). Pada dasarnya program anggaran akan lebih berhasil jika bawahan dilibatkan atau diperkenankan bertanggungjawab mengendalikan biaya dan menyusun anggaran untuk area pertanggungjawabannya.

#### Konsep Kinerja

Seseorang mempunyai prestasi tinggi apabila memiliki keinginan dan mampu berbuat lebih baik daripada yang lain. Kinerja (performance) merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program organisasi untuk pencapaian sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi. Otley (1999) mendefinisikan kinerja sebagai acuan yang berkaitan erat dengan kegiatan melakukan pekerjaan, dalam hal ini meliputi hasil kerja yang dicapai.

Secara umum dapat dikatakan bahwa kinerja merupakan prestasi yang dapat dicapai oleh individu organisasi dalam periode tertentu. Kebutuhan berprestasi (sence of achievement) tersebut merupakan salah satu kebutuhan terkuat dalam diri manusia. Dalam kebutuhan ini manusia merasa apa yang menjadi pekerjaan penting sehingga akan menyelesaikan pekerjaan itu dengan lebih baik.

### Kinerja Manajerial

Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap yang positif terhadap apa yang dikerjakan. Kinerja manajerial merupakan suatu kondisi yang seharusnya diketahui dan diinformasikan kepada pihak-pihak tertentu untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pencapaian hasil suatu organisasi, dihubungkan dengan tujuan organisasi yang bersangkutan serta mengetahui dampak positif dan negatif suatu kebijakan operasional yang ditetapkan dan digambarkan dalam Bahasa perencanaan yang disebut dengan anggaran (Rihardjo, 2009).

Kinerja manjerial merupakan bentuk kinerja para anggota individu dalam sebuah organisasi guna melaksanakan kegiatan manajerial seperti perencanaan, investigasi, koordinasi, supervisi, pemilihan staf, negosiasi dan perwakilan. Kinerja manajerial berperan sebagai faktor yang dapat meningkatkan keefektifan kinerja suatu organisasi (Puspaningsih, 2002). Tolak ukur keefektifan suatu organisasi dapat terlihat dari tercapainya tujuan anggaran dan bawahan mendapat kesempatan untuk terlibat atau berpartisipasi dalam proses penyusunan anggaran serta memotivasi bawahan untuk mengidentifikasi dan melakukan negosiasi dengan atasan mengenai target anggaran, menerima kesepakatan anggaran melaksanakannya.

#### *Job Relevant Information*

Ketersediaan informasi yang berhubungan dengan tugas akan meningkatkan perencanaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja. Terdapat dua keuntungan yang diperoleh dari adanya transfer informasi dari bawahan kepada atasan, yaitu atasan dapat mengembangkan strategi yang lebih baik yang dapat disampaikan kepada bawahan, sehingga kinerja akan meningkat (Himawan dan Ika, 2010).

Informasi yang berhubungan dengan tugas (*Job Relevant Information*) sebagai informasi yang memfasilitasi pembuatan keputusan manajerial. Penggunaan informasi yang berhubungan dengan tugas (JRI) akan membantu bawahan dalam meningkatkan pilihan tindakan manajemen menjadi lebih baik (Yusfaningrum dan Ghozali, 2005). Kren (1992) mendefinisikan job relevant information sebagai informasi yang tersedia bagi manajer untuk meningkatkan efektifitas keputusan yang berkaitan dengan tugas dan membantu manajer dalam memilih tindakan terbaik melalui informed effort yang lebih baik.

#### Desentralisasi

Desentralisasi dalam organisasi berkaitan erat dengan struktur organisasi yang memberikan gambaran mengenai kekuasaan dalam suatu organisasi. Struktur organisasi memiliki peranan dalam mempengaruhi kinerja (efisiensi dan efektifitas) pada tingkat organisasi maupun tingkat sub unit karena adanya desentralisasi, kualitas pengambilan keputusan menjadi lebih baik dibandingkan sentralisasi, sebab para manajer lebih memahami kondisi unit yang dipimpinnya (Govindarajan dan Anthony, 2007). Dengan struktur desentralisasi maka akan memberikan rasa tangungjawab yang lebih besar kepada para manajer dalam kegiatan perencanaan dan pengendalian, sehingga mereka membutuhkan kewenangan yang lebih besar bila dibandingkan dengan struktur sentralisasi.

# Hubungan Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan partisipasi, yang mana pendekatan ini memungkinkan para manajer yang akan bertanggungjawab atas kinerja anggaran, untuk berpartisipasi dalam pengembangan anggaran dan menentukan besarnya anggaran. Program anggaran akan lebih berhasil jika bawahan dilibatkan atau diperkenankan bertanggung jawab mengendalikan biaya dan menyusun anggaran untuk area pertanggungjawabannya masing-masing.

Setiap anggaran yang akan digunakan di periode mendatang didasarkan atas kinerja masa lalu yang berisi rencana strategis dalam pengambilan keputusan (McGill, 2001). Anggaran partisipatif selain digunakan sebagai pendekatan manajerial juga dapat digunakan untuk menilai seberapa jauh pencapaian kinerja seseorang. Anggaran partisipatif dapat dinilai sebagai pendekatan manajerial yang dapat meningkatkan kinerja setiap anggota organisasi sebagai individual karena dengan adanya partisipasi dalam penyusunan anggaran diharapkan setiap individu mampu meningkatkan kinerjanya sesuai dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya (Sardjito dan Muthaher, 2007). Adapun dampak positif dari adanya partisipasi bawahan terhadap motivasi manajerial (Anthony dan Govindarajan, 2007) yaitu: 1) Kemungkinan ada penerimaan yang lebih besar atas cita-cita anggaran jika anggaran dipandang berada dalam kendali pribadi manajer, dibandingkan bila dipaksakan secara eksternal. Hal ini mengarah kepada komitmen pribadi yang lebih besar untuk mencapai cita-cita tersebut. 2) Hasil penyusunan anggaran partisipatif adalah pertukaran informasi yang efektif. Besar anggaran yang telah disetujui merupakan hasil dari keahlian dan pengetahuan pribadi dari pembuat anggaran, yang paling dekat dengan lingkungan produk/pasar.

Indarto dan Ayu (2011) membuktikan bahwa hubungan partisipasi anggaran terhadap kinerja manjerial positif signifikan. Hal ini sesuai dengan keadaan yang terjadi pada perusahaan besar di Jawa Tengah yang menerapkan manajer tingkat menengah (manajer fungsional) turut berperan aktif dalam penyusunan anggaran untuk meningkatkan kinerja manajerialnya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rosidi (2000) menemukan bahwa variabel partisipasi, komitmen dan job relevant information secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap prestasi kerja yang mana menjelaskan bahwa kuatnya hubungan antara partisipasi dan pres-

tasi karena adanya pengaruh tidak langsung yang positif dari commitment dan job relevant information. Hasil yang sama juga dibuktikan dengan penelitian Chong dan Chong (2002) yang menunjukkan bahwa partisipasi penyusunan anggaran mempengaruhi komitmen bawahan terhadap tujuan anggaran. Adanya pengaruh komitmen terhadap tujuan anggaran secara simultan akan menggerakkan pengaruh informasi kepada tingginya keterlibatan diri manajer tingkat bawah sehingga mereka akan meningkatkan usaha untuk mengumpulkan, menukarkan dan menggunakan JRI yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja mereka. Corvanata (2004) membuktikan bahwa hubungan antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dan kinerja manajerial positif dan signifikan hanya pada pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi serta interaksi komitmen organisasi yang tinggi. Selanjutnya Penelitian Yusfaningrum dan Ghozali (2005) menemukan bahwa partisipasi anggaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajerial. Nor (2007) membuktikan bahwa partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja manajerial, hal ini menunjukkan bahwa jika partisipasi dalam penyusunan anggaran tinggi maka kinerja manajerial akan meningkat. Penelitian Rihardjo (2009) membuktikan bahwa penganggaran partisipatif secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja manajerial pada organisasi pemerintah daerah. Kren (1992) membuktikan bahwa partisipasi anggaran mempunyai hubungan positif dengan kinerja manajerial melalui job relevant information. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Gul et al., (1995) membuktikan bahwa organisasi dengan tingkat desentralisasi yang tinggi menunjukkan hubungan yang positif antara partisipasi anggaran dan kinerja manajerial dan pada tingkatnya yang rendah hubungannya adalah negatif.

Akan tetapi hasil penelitian Adi (2006) membuktikan bahwa hubungan partisipasi anggaran terhadap kinerja negatif, artinya bahwa proses penyusunan anggaran di pemerintah daerah di dinas pemerintahan Kota Surabaya dan Pemerintah Kabupaten Sidoarjo disusun oleh para kepala dinas dan kabag, hal ini disebabkan karena tidak adanya faktor internal dan eksternal dalam melibatkan kasubsi dan staf untuk menentukan dan menetapkan isi anggaran.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis yang dapat diajukan untuk menguji partisipasi penyusunan anggaran adalah: H<sub>1</sub>: Partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh positif terhadap kinerja manajerial.

# Hubungan Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran dan Job Relevant Information

Partisipasi dalam penyusunan anggaran mampu mengurangi ketimpangan informasi, dimana informasi yang dibutuhkan manajer adalah informasi yang relevan dengan bidang pekerjaaannya. Penggunaan informasi yang berhubungan dengan tugas (JRI) tentunya akan membantu bawahan/pelaksana anggaran dalam meningkatkan pilihan tindakan manajemen yang lebih baik. Dengan *Job Relevant Information* tentunya mampu memberikan pemahaman yang lebih baik kepada manajer mengenai alternatif keputusan dan tindakan yang perlu diambil dalam proses penyusunan anggaran guna pencapaian tujuan (Kren, 1992).

Rosidi (2000) menguji partisipasi dalam penganggaran dan prestasi manajer: pengaruh komitmen organisasi dan informasi job-relevant. Sampel penelitian ini dilakukan kepada para manajer di perusahaan go public yang terdaftar pada BEJ dan BES (Indonesian Capital Market Directory). Hasil penelitiannya membuktikan bahwa variabel partisipasi dan job relevant information secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap prestasi kerja yang mana menjelaskan bahwa kuatnya hubungan antara partisipasi dan prestasi karena adanya pengaruh tidak langsung yang positif dari job relevant information. Chong dan Chong (2002) menguji peran komitmen tujuan anggaran dan job

relevant information (JRI) diantara hubungan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. Sampel yang diambil secara acak dari perusahaan manufaktur Australia. Hasil Pengujian membuktikan bahwa partisipasi penyusunan anggaran mempengaruhi komitmen bawahan terhadap tujuan anggaran. Adanya pengaruh komitmen terhadap tujuan anggaran secara simultan akan menggerakkan pengaruh informasi kepada tingginya keterlibatan diri manajer tingkat bawah sehingga mereka akan meningkatkan usaha untuk mengumpulkan, menukarkan dan menggunakan Job Relevant Information yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja mereka. Yusfaningrum dan Ghozali (2005) menguji pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui komitmen tujuan anggaran dan Job Relevant Information sebagai variabel intervening. Penelitiannya berhasil membuktikan bahwa partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap job relevant information artinya bahwa dalam proses partisipasi, bawahan diberi kesempatan untuk memberikan masukan berupa informasi yang dimilikinya kepada atasan sehingga atasan akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengetahuan yang relevan dengan tugas (task relevant knowledge). Indarto dan Ayu (2011) menguji pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial perusahaan melalui kecukupan anggaran, komitmen organisasi, komitmen tujuan anggaran, dan Job Relevant Information. Hasil pengujian membuktikan bahwa partisipasi anggaran secara signifikan berhubungan dengan Job Relevant Information dan Job Relevant Information secara signifikan berhubungan dengan kinerja manajerial sehingga dapat dikatakan penelitian ini mendukung hipotesis alternatif (Ha) diterima. Kren (1992) menguji partisipasi anggaran dan kinerja manajerial: dampak informasi dan volatilitas lingkungan. Sampel Penelitian dilakukan kepada para manajer divisi dari 96 perusahaan manufaktur yang tercatat dalam Fortune 500.

Hasil penelitiannya membuktikan bahwa Partisipasi anggaran mempunyai hubungan positif dengan kinerja manajerial melalui job relevant information, artinya bahwa partisipasi anggaran tidak berhubungan secara langsung dengan kinerja manajerial akan tetapi melalui JRI.

Untuk meneliti hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dan job relevant information diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh positif terhadap relevant information.

# Hubungan Job Relevant Information dan Kinerja Manajerial

Tersedianya informasi yang hubungan dengan tugas akan meningkatkan perencanaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja manajer. Partisipasi manajer dalam penyusunan anggaran akan meningkatkan usaha manajer untuk memprediksi lingkungan dan mengarahkan perhatian manajer pada keputusan dan perilaku yang diperlukan di masa yang akan datang (Indarto dan Ayu, 2011). Job Relevant Information dapat meningkatkan kinerja karena memberikan prediksi yang lebih akurat mengenai kondisi lingkungan dan memberikan seleksi yng efektif untuk melakukan tindakan terbaik. Job Relevant Information sangat dibutuhkan untuk mengambil langkah strategis dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Kren,1992).

Rosidi (2000) menguji partisipasi dalam penganggaran dan prestasi manajer: pengaruh komitmen organisasi dan informasi Job-Relevant. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa variabel partisipasi, job relevant information secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap prestasi kerja yang mana menjelaskan bahwa kuatnya hubungan antara partisipasi dan prestasi karena adanya pengaruh tidak langsung yang positif dari job relevant information. Chong dan Chong (2002) menguji peran komitmen tujuan anggaran dan job relevant information (JRI) diantara hubungan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. Sampel dilakukan pada manajer level menengah, yang diambil secara acak dari perusahaan manufaktur di Australia. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa JRI dan kinerja manajerial berhubungan positif dan signifikan (path coefficient = 0,26, p<0,05), hal ini menunjukkan bahwa ketika para karyawan menjalankan tujuan-tujuan anggaran maka mereka akan meningkatkan usaha untuk mengumpulkan dan menggunakan job relevant information yang akan memfasilitasi proses pembuatan keputusan sehingga tujuan anggaran bisa tercapai. Indarto dan Ayu (2011), menguji pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial perusahaan melalui kecukupan anggaran, komitmen organisasi, komitmen tujuan anggaran, dan Job Relevant Information. Hasil pengujian menunjukkan bahwa partisipasi anggaran secara signifikan berhubungan dengan Job Relevant Information dan Job Relevant Information secara signifikan berhubungan dengan kinerja manajerial sehingga dapat dikatakan penelitian ini mendukung hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Akan tetapi penelitian Yusfaningrum dan Ghozali (2005) yang menguji partisipasi terhadap kinerja melalui job relevant information, membuktikan bahwa partisipasi memiliki hubungan positif signifikan terhadap JRI namun JRI memiliki hubungan positif tidak signifikan terhadap kinerja.

Untuk meneliti hubungan antara job relevant information dan kinerja manajerial disusun hipotesis 3, yaitu:

 $H_3$ : Iob relevant information berpengaruh secara positif terhadap kinerja manajerial.

# Hubungan Desentralisasi dan Kinerja **Manajerial**

Desentralisasi dapat dikatakan sebagai bentuk penyebaran atau pelimpahan secara meluas mengenai kekuasaan dalam membuat keputusan bagi tingkatan-tingkatan manajer yang lebih rendah. Dimana struktur sentralisasi yang tinggi, sebagian keputusan diambil pada tingkat hirarki organisasi yang tertinggi, dan apabila sebagian otorisasi didelegasikan pada level yang rendah dalam organisasi, maka organisasi tersebut lebih desentralisasi.

Struktur organisasi desentralisasi secara umum ditujukan guna pengambilan keputusan yang terjadi dalam suatu organisasi. Struktur organisasi yang bersifat desentralisasi memberikan gambaran bahwa pimpinan puncak mendelegasikan wewenang dan pertanggungjawaban pada bawahannya dan bawahan tersebut diberi kekuasaan atau wewenang untuk membuat berbagai macam keputusan (Riyadi, 2007). Dengan adanya pembagian kekuasaan yang terdesentralisasi, maka para manajer memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses penyusunan anggaran yang pada akhirnya akan memberikan dukungan motivasi kepada bawahan untuk meningkatkan kinerjanya.

Rihardjo (2009), menguji pengaruh desentralisasi dan komitmen organisasional terhadap hubungan antara penganggaran partisipatif dan kinerja manajerial. Sampel penelitian dilakukan kepada kepala Satuan Kerja Perangkat Daerah sampai 2 tingkat dibawah kepala SKPD yang menjadi peserta workshop nasional pengelolaan keuangan daerah. Hasil Penelitian membuktikan bahwa interaksi antara penganggaran partisipatif dan struktur organisasi desentralisasi secara signifikan mempengaruhi kinerja manajerial. Gul et al. (1995) dalam penelitiannya membuktikan bahwa interaksi antara partisipasi penyusunan anggaran dengan pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi secara positif signifikan mempengaruhi kinerja manajerial. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat desentralisasi yang diberikan pada manajer dalam berpartisipasi pada proses penyusunan anggaran akan mengakibatkan kinerja manajerial yang semakin tinggi pula. Coryanata (2004), menguji pelimpahan wewenang dan komitmen organisasi dalam

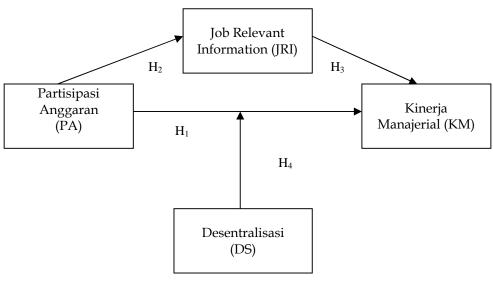
hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa hubungan antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dan kinerja manajerial positif dan signifikan hanya pada pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi serta interaksi komitmen organisasi yang tinggi. Riyadi (2007) menguji pengaruh desentralisasi, motivasi dan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa 1) desentralisasi memiliki pengaruh yang positif terhadap partisipasi anggaran, yang mana dengan semakin tinggi tingkat desentralisasi dalam pengambilan keputusan yang diberikan kepada manajer, maka semakin tinggi pula partisipasi manajer dalam keterlibatan penyusunan anggaran. 2) secara signifikan desentralisasi mempengaruhi kinerja manaje rial dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, koefisien jalur dari pengaruh tersebut sebesar 0,204 dengan nilai probability sebesar 0,035. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat desentralisasi yang diberikan pimpinan kepada bawahan atau manajer, maka semakin tinggi pula kinerja manajerial yang diperoleh manajer tersebut. Hal ini berarti bahwa pembagian kekuasaan yang terdesentralisasi mendorong para manajer/bawahan untuk berpartisipasi aktif dalam penyusunan anggaran. Adi (2006) menguji pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja pemimpin dengan desentralisasi dan dukungan organisasi sebagai variabel moderating. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengaruh partisipasi anggaran setelah berinteraksi dengan desentralisasi ditunjukkan dengan koefisien negatif -72,375 dan tidak signifikan 0,092, hal ini membuktikan bahwa pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran tetap tidak mendukung walaupun pada pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi dalam mempengaruhi kinerja pemimpin dengan baik. Nor (2007), menguji desentralisasi dan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja manajerial. Hasil penelitian ini tidak memperoleh dukungan yang signifikan terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesesuaian antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dengan desentralisasi, maka semakin tinggi kinerja manajerial. Kondisi ini disebabkan oleh adanya faktor seperti struktur organisasi yang masih terpusat (sentralistis), dimana para manajer level bawah tidak didelegasikan untuk membuat kebijakan secara independen karena manajer level atas berasumsi bahwa tanggungjawab akhir atas tugas yang dilakukan oleh para

manajemen level bawah juga merupakan tanggungjawabnya.

Berdasarkan bukti-bukti empiris yang dikemukakan diatas, maka rumusan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: Desentralisasi memoderasi pengaruh Partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja Manajerial secara positif

Hubungan antar variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Rerangka Konseptual

**Sumber: Analisis Penulis** 

#### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian ini adalah positivistik. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian survey. Jenis penelitian ini adalah deskriptif verifikatif (causal) vang bertujuan untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang diamati dan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel melalui suatu pengujian hipotesis. Lokasi penelitian yaitu pada perusahaan manufaktur yang ada di wilayah Jawa Timur berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2013.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan dalam berbagai industri di Jawa Timur pada tahun 2013 yang jumlahnya sebanyak 6288 buah, disajikan pada Tabel 1.

#### Statistik tahun 2013

Sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan rumus dari Slovin (Riduwan dan Kuncoro, 2012) sbb:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^{2+1}} = \frac{6288}{(6288x0.1^2) + 1}$$
  
= 99.8 = 100 (dibulatkan)

Tabel 1 Data Populasi Perusahaan Manufaktur berskala sedang dan besar di Jawa Timur Tahun 2013

No.	Jenis Industri	Jumlah
1	Industri makanan	1.630
2	Industri minuman	23
3	Industri pengolahan tembakau	559
4	Industri tekstil	476
5	Industri pakaian jadi	538
6	Industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki	337
7	Idustri kayu, barang dari kayu, gabus dan barang anyaman dari rotan, bambu, dan sejenisnya	353
8	Industri kertas dan barang dari kertas	152
9	Industri percetakan dan reproduksi media rekaman	102
10	Industri produk dari batubara dan penggilingan minyak bumi	19
11	Industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia	202
12	Industri farmasi, produk obat kimia, dan obat tradisional	64
13	Industri karet, barang dari karet dan plastik	429
14	Industri barang galian bukan logam	334
15	Industri logam dasar	91
16	Industri barang logam bukan mesin dan peralatannya	207
17	Industri komputer, barang elektronik, dan opteik	27
18	Industri peralatan listrik	66
19	Industri mesin dan perlengkapan	69
20	Industri kendaraan bermotor, trailer, dan semi trailer	58
21	Industri alat angkut lainnya	62
22	Industri furnitur	410
23	Industri pengolahan lainnya	209
24	Iasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan	21
25	Industri alat angkutan, selain kendaraan bermotor roda empat atau lebih	1
26	Industri pengolahan lainnya	6
27	Industri daur ulang	23
	Total	6.228

Sumber: data diolah dari Badan Pusat

Berdasarkan rumus slovin diatas, maka banyaknya sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel non-probabilitas ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan pemilihan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden yang diharapkan dalam penelitian ini adalah seluruh manajer yang terlibat dalam proses penyusunan anggaran termasuk didalam-

nya adalah manajer level satu sampai level empat dibawah direktur utama.

Penelitian ini, menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari Badan Pusat Statistik Jawa Timur tahun 2013 sedangkan data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari subjek yaitu berupa persepsi manajer. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner.

#### **Operasional Variabel**

Partisipasi Anggaran (PA), Partisipasi anggaran berhubungan dengan keterlibatan manajer untuk ikut serta dalam menentukan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan, diwujudkan dalam bentuk perencanaan aktivitas unit organisasi dalam penyusunan anggaran. Partisipasi penyusunan anggaran diukur dengan menggunakan *instrumen* Chong dan Chong (2002). Indikator yang digunakan antara lain: Keterlibatan, Ide, Usulan, Kontribusi, Revisi Anggaran.

Job Relevant Information (JRI) sebagai variabel intervening berhubungan dengan kemampuan untuk menerima informasi yang relevan dengan bidang pekerjaan/tugas yang diberikan atasan, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang efektif dan mampu mengevaluasi alternatif-alternatif keputusan penting. JRI diukur menggunakan instrumen Kren (1992). Indikator yang digunakan antara lain: Pemahaman, Kecukupan Informasi, Informasi Strategis, Kejelasan Informasi, Kemampuan mendapat Informasi, Mengetahui lingkungan eksternal perusahaan.

Desentralisasi (DS), sebagai variabel moderating merupakan penyebaran pelimpahan wewenang/kekuasaan secara meluas didalam membuat keputusan oleh tingkatan manajer yang lebih rendah. Desentralisasi diukur menggunakan *instrumen* Gul *et al.* (1995). Indikator yang digunakan antara lain: Jalur komunikasi, Proses sistematis, Pelimpahan wewenang dalam pengambilan keputusan, Pengembangan kerja sama tim, Pelatihan dan pengembangan staff, Pengalokasian sumber dana, Staff: Promosi dan mutasi.

Kinerja Manajerial (KM), Kinerja berhubungan dengan pencapaian tujuan anggaran dengan mempertimbangkan sisi motivasi untuk mencapainya. Kinerja diukur dengan menggunakan *instrumen* Kren (1992). Indikator yang digunakan antara lain: Perencanaan, Investigasi, Pengkoordinasian, Evaluasi, Pengawasan, Pe-

milihan Staff, Negosiasi, Perwakilan, Tingkat Kinerja.

# Analisis Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Pengujian ini dimaksudkan untuk menambah keyakinan peneliti terhadap penggunaan instrumen yang telah digunakan oleh peneliti terdahulu dan telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan pada penelitian ini. Pengujian terhadap variabel penelitian ini menggunakan model *Analysis path* dan *Moderating Regression Analysis*.

#### Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi data normal ataukah tidak (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

#### **Teknik Pengujian Hipotesis**

Hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 3 diuji dengan menggunakan model analisis jalur (*Analysis path*), dengan bentuk persamaannya sebagai berikut:

$$KM = \rho PA + \rho JRI + {}_{e2}$$
 (1)  
 $JRI = \rho PA + {}_{e1}$  (2)

Sedangkan hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) diuji menggunakan MRA (*Moderating Regression Analysis*), dengan bentuk persamaannya sebagai berikut:

KM = 
$$\lambda$$
PA +  $\lambda$ DS +  $\lambda$ PA\*DS +  $_{e3}$  .....(3)  
Keterangan:

KM = Kinerja Manajerial

PA = Partisipasi Penyusunan Anggaran

JRI = Job Relevant Information

DS = Desentralisasi

PA\*DS = Interaksi Penyusunan Anggaran dan Desentralisasi

 $\lambda$  = Koefisien MRA

 $\rho$  = Koefisien *Path* 

 $_{e1}$  -  $_{e3}$  = Residual yang distandarisasi

Kriteria Pengujian hipotesis 1-4 adalah sebagai berikut:

- a) Hipotesis 1 sampai dengan hipotesis 3 menggunakan koefisien  $\rho$ ,  $H_0$  diterima jika nilai t hitung < t tabel atau nilai p value >  $\alpha$  0,05, dan  $H_a$  diterima jika nilai t hitung > t tabel atau nilai p value <  $\alpha$  0,05.
- b) Hipotesis 4 menggunakan koefisien  $\}$ ,  $H_0$  diterima jika nilai t hitung < t tabel atau nilai p value  $> \alpha$  0,05 dan  $H_a$  diterima jika  $\} > 0$  dan nilai t hitung > t tabel atau nilai p value  $< \alpha$  0,05.

# ANALISIS DAN PEMBAHASAN Proses Pengambilan Data di Lapangan

Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan 2 cara yaitu mengantar langsung ke perusahaan dan menggunakan jasa pengiriman pos (*mail survey*). Kuesioner yang dikirim melalui pos sejumlah 360 set dan

yang diantarkan langsung sejumlah 40 set (Total 400set), Jumlah kuesioner yang kembali 107set dan dari jumlah tersebut ada 16 responden yang mengisi data secara tidak lengkap serta respondennya tidak sesuai dengan kriteria yang ditetapkan peneliti, sehingga kuesioner yang dapat digunakan untuk dianalisis adalah sebanyak 91 responden.

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa jumlah dan jabatan responden yang terlibat dalam proses penyusunan anggaran pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur yaitu terdiri dari 54,9% *middle* manager, *lower* manager 38,5 %, Lainnya 5,5% dan 1,1% adalah *top* manager. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan sudah melibatkan manajer tingkat bawah di dalam penyusunan anggaran namun keterlibatannya belum secara merata.

# Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

No.	Jabatan	Frekuensi	Prosentasi (%)
1	Top Management	1	1,1
2	Middle Management	50	54,9
3	Lower Management	35	38,5
4	Lainnya (sub bagaian)	5	5,5
	Total	91	100%

Sumber: Data Olahan Penulis dari SPSS

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Prosentase (%)
1	SMU	6	6,6
2	D3	28	30,8
3	S-1	47	51,6
4	S-2	10	11,0
5	S-3	0	0
	Total	91	100%

Sumber: Data Olahan Penulis dari SPSS

Pada Tabel 3 diatas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan sebagian besar adalah tenaga kerja berpendidikan tinggi, dimana sebesar 51,6% adalah sarjana S-1, 30,8% adalah Diploma, 11,0% adalah S-2. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden sangat penting untuk menduduki jabatan sebagai top manager, middle manager, lower manager, Lainnya (sub bagian) didalam organisasi perusahaan.

#### Uji Validitas dan Realibilitas

Hasil uji validitas dan realibilitas instrumen variabel Partisipasi, JRI, Desentralisasi dan Kinerja Manajerial memiliki hasil uji signifikan korelasi (r) lebih besar dari r tabel = 0,2605, dan memiliki koefisien *cronbach alpha* 0.797 lebih dari 0,60 sehingga semua variabel pada tiap item pertanyaan dikatakan valid dan *reliable* untuk dapat

digunakan dalam pengolahan data selanjutnya.

#### Uji Normalitas

Hasil pengujian uji normalitas terlihat pada kolom Kolmogorov-smirnov dapat dilihat pada tabel 4.

Hasil pengujian uji normalitas pada tabel 4 terlihat bahwa nilai signifikan Partisipasi = 0,068, JRI = 0,062, Desentralisasi = 0,083 dan Kinerja = 0,085. Karena signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

# Analisis Pengaruh Partisipasi terhadap Kinerja Manajerial

Hasil analisis regresi antara Partisipasi anggaran terhadap Kinerja Manajerial disajikan pada tabel 5.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Statistik	df	Sig
Partisipasi	0,112	91	0,068
JRI	0,152	91	0,062
Desentralisai	0,119	91	0,083
Kinerja	0,097	91	0,085

Sumber: (data) diolah Penulis dari SPSS

Tabel 5 Pengujian Model Hipotesis 1

Koefisien	Nilai t	<b>Nilai</b> p
Path		
0,376	3,782	0,000
: Kinerja Ma	anajerial (K	CM)
: 0,444		
: 0,595		
	Path 0,376 : Kinerja Ma : 0,444	Path  0,376

Sumber: Data Olahan Penulis (SPSS)

Hasil pengujian empiris pada hipotesis pertama membuktikan bahwa partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja manajerial. Hal ini terlihat dari hasil analisis diperoleh koefisien *path* sebesar 0,376, secara statistik variabel ini berpengaruh signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 3,782 serta didukung

dengan *p value* sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa Ho ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, bukti empiris ini menyatakan bahwa tingginya partisipasi dari manajer tingkat bawah dalam penyusunan anggaran akan meningkatkan kinerja manajerial. Besarnya R *square* adalah 0,444 yang mengindikasikan bahwa kontribusi variabel partisipasi dan JRI terhadap kinerja manajerial sebesar 44,4% dan sisanya sebesar 55,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian Yusfaningrum dan Ghozali (2005) yang memasukkan variabel komitmen tujuan anggaran dan JRI sebagai variabel intervening untuk menguji hubungan partisipasi anggaran dan kinerja manajerial, hasil penelitiannya membuktikan bahwa partisipasi anggaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja manajerial. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kren (1992), Gul et al (1995), Rosidi (2000), Chong dan Chong (2002), Coryanata (2004), Nor (2007), Rihardjo (2009) serta Indarto dan Ayu (2011) yang membuktikan bahwa partisipasi anggaran secara positif signifikan memiliki hubungan dengan kinerja manajerial secara langsung.

Melalui penyusunan anggaran secara partisipatif pada perusahaan manufaktur, maka kinerja para manajer tingkat bawah akan semakin tinggi dengan dasar pemikiran bahwa ketika rancangan anggaran secara partisipatif dapat terlaksana, maka karyawan akan menginternalisasikan tujuan atau standar yang sudah ditetapkan dan secara individu memiliki rasa tanggungjawab untuk mencapai tujuan tersebut karena mereka merasa sudah ikut serta dan terlibat dalam penyusunan anggaran. Internalisasi tujuan organisasi memiliki peranan penting didalam meningkatkan efektifitas organisasi dengan mengurangi terjadinya konflik kepentingan antara tujuan pribadi dan tujuan organisasi perusahaan. Partisipasi memunculkan rasa percaya diri yang tinggi dari seorang manajer tingkat bawah sebagai

bentuk motivasi dalam diri untuk memberikan ide/gagasan anggaran, usulan anggaran, kontribusi anggaran, merevisi anggaran, sehingga keterlibatannya dalam penyusunan anggaran akan meningkatkan rasa tanggungjawab dalam mewujudkan sasaran anggaran dan meningkatkan kinerja manajerial yang meliputi perencanaan, investipengkoordinasian, evaluasi, ngawasan, pemilihan staff, negosiasi, perwakilan dan kinerjanya secara keseluruhan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa program anggaran pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur akan jauh lebih berhasil jika bawahan dilibatkan atau diperkenankan bertanggung jawab mengendalikan biaya dan menyusun anggaran untuk masing-masing area pertanggungjawaban.

Hasil temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Adi (2006) yang telah membuktikan bahwa partisipasi tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja manajer, hal ini disebabkan karena adanya pengaruh dari variabel-variabel lain.

# Analisis Pengaruh Partisipasi Anggaran terhadap Job Relevant Information

Hasil analisis regresi antara partisipasi penyusunan anggaran terhadap *Job relevant information* disajikan pada tabel 6.

Hasil pengujian empiris pada hipotesis kedua yang membuktikan bahwa partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh positif signifikan terhadap *job relevant information* sebagai variabel *intervening*. Hal ini terlihat dari hasil analisis diperoleh koefisien *path* sebesar 0,578, secara statistik variabel ini berpengaruh signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 6,679 dan didukung dengan *p value* sebesar 0,000 < 0,05 artinya bahwa hipotesis Ho ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa tingginya partisipasi dalam penganggaran akan meningkatkan penggunaan *job relevant information*.

Variabel Independen	Koefisien Path	Nilai t	<b>Nilai</b> p
Partisipasi (PA)	0,578	6,679	0,000
Variabel dependen	: JRI		
R square	: 0,334		
Koefisien korelasi (rJRIPA)	: 0,578		

Tabel 6 Pengujian Model Hipotesis 2

Sumber : Data Olahan Penulis (SPSS)

Besarnya R *square* adalah 0,334 yang mengindikasikan bahwa kontribusi variabel partisipasi terhadap JRI sebesar 33,4% dan sisanya sebesar 66,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Indarto dan Ayu (2011) yang menguji pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial perusahaan melalui kecukupan anggaran, komitmen organisasi, komitmen tujuan anggaran, dan Job Relevant Information. Hasil pengujian menunjukkan bahwa partisipasi anggaran secara signifikan berhubungan dengan kecukupan anggaran, komitmen organisasi, komitmen tujuan anggaran dan Job Relevant Information sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis alternatif (Ha) diterima. Yusfaningrum dan Ghozali (2005) yang menganalisis pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui komitmen tujuan anggaran dan Job Relevant Information sebagai variabel intervening, penelitiannya berhasil membuktikan bahwa partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap job relevant information. Dalam proses partisipasi, bawahan diberi kesempatan untuk memberikan masukan berupa informasi yang dimilikinya kepada atasan sehingga atasan akan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengetahuan yang relevan dengan tugas (task relevant knowledge). Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Kren (1992) yang menunjukkan bahwa job relevant information berfungsi sebagai variabel intervening antara partisipasi anggaran dan kinerja

manajerial. Dari hasil penelitian Kren (1992) memberikan bukti bahwa partisipasi berhubungan positif dengan JRI, dengan diperolehnya JRI maka kinerja manajerial akan meningkat. Rosidi (2000), Marsudi dan Ghozali (2001), Chong dan Chong (2002) berhasil membuktikan bahwa partisipasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap job relevant information. Partisipasi dapat dikatakan sebagai suatu proses pengambilan keputusan secara bersama oleh dua pihak atau lebih. Melalui proses partisipasi, bawahan mendapat kesempatan untuk memberikan masukan berupa informasi kepada atasannya sehingga atasan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pengetahuan yang relevan dengan tugas.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa semakin tingginya keterlibatan manajer tingkat bawah pada perusahaan manufaktur didalam penyusunan anggaran dengan memberikan ide anggaran, usulan anggaran, kontribusi anggaran, merevisi anggaran pada masing-masing area pertanggungjawaban menyebabkan penggunaan job relevant information yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan partisipasi dalam penganggaran dengan melibatkan manajer tingkat bawah akan meningkatkan penggunaan job relevant information karena melalui penyusunan anggaran secara partisipatif memungkinkan bawahan untuk dapat saling bertukar informasi dengan atasan, sehingga dapat mendukung terciptanya pemahaman yang lebih baik mengenai proses penyusunan anggaran yang relevan dengan tugas. Selain itu dengan adanya partisipasi anggaran, memungkinkan bawahan untuk mengemukakan kritiknya serta mencari informasi bagi penyelesaian tugas.

# Analisis Pengaruh JRI terhadap Kinerja Manajerial

Hasil analisis regresi *Job relevant information* terhadap Kinerja Manajerial disajikan pada tabel 7. Hasil pengujian empiris pada hipotesis ketiga membuktikan bahwa *job relevant information* berpengaruh positif siginifikan terhadap kinerja manajerial.

Hal ini terlihat dari hasil analisis diperoleh koefisien *path* sebesar 0,248, secara statistik variabel ini berpengaruh signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,251 didukung dengan *p value* sebesar 0,027 < 0,05, artinya bahwa hipotesis Ho ditolak dan H<sub>1</sub> diterima.

Tabel 7
Pengujian Model Hipotesis 3

Variabel	Koefisien	Nilai t	<b>Nilai</b> p
Independen	Path		
JRI	0,248	2,251	0,027
Variabel dependen	: Kinerja Ma	ınajerial (K	M)
R square : 0,444			
Koefisien korelasi (rKMJRI)	: 0,564		

Sumber: Data Olahan Penulis (SPSS

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *Job Relevant Information* akan meningkatkan kinerja manajerial. Besarnya R *square* adalah 0,444 yang mengindikasikan bahwa kontribusi variabel partisipasi dan JRI terhadap kinerja manajerial sebesar 44,4% dan sisanya sebesar 55,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Hasil temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Indarto dan Ayu (2011) yang menguji pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial perusahaan melalui kecukupan anggaran, komitmen organisasi, komitmen tujuan anggaran, dan Job Relevant Information yang membuktikan bahwa Job Relevant Information secara signifikan berhubungan dengan kinerja manajerial sehingga dapat dikatakan penelitian ini mendukung hipotesis alternatif (Ha) diterima. Hal ini sesuai dengan keadaan yang terjadi pada perusahaan besar di Jawa Tengah yang menerapkan manajer tingkat menengah (manajer fungsional) turut berperan aktif dalam penyusunan anggaran

untuk meningkatkan kinerja manajerialnya dengan memberikan kecukupan anggaran, komitmen organisasi, komitmen tujuan anggaran, dan Job Relevant Information bagi para manajernya. Penelitian ini juga didukung oleh Kren (1992), Rosidi (2000), Marsudi dan Ghozali (2001), Chong dan Chong (2002) yang menemukan bukti bahwa Job Relevant Information dan kinerja manajerial berhubungan secara positif dan signifikan. Job relevant information berhubungan dengan penilaian seberapa luas kemampuan manajer untuk menerima informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang efektif serta mengevaluasi alternatif-alternatif keputusan penting.

Suatu keputusan dikatakan dapat meningkatkan kinerja manajer secara efektif, apabila dalam proses pengambilan keputusan memiliki ketersediaan informasi yang cukup dan akurat. Bawahan biasanya memiliki informasi yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja, daripada atasan mereka (Kren, 1992). Tersedianya informasi yang ber-

hubungan dengan tugas akan meningkatkan perencanaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja. Dengan penggunaan Job Relevant Information oleh manajer tingkat bawah pada perusahaan manufaktur maka para manajer akan memiliki pemahaman yang lebih baik dalam memilih alternatif tindakan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Tindakan yang tepat akan meningkatkan pencapaian hasil yang lebih baik sehingga akan meningkatkan kinerja manajerial. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya ketersediaan informasi yang cukup dan relevan dengan tugas bagi para manajer tingkat bawah didalam menyelesaikan pekerjaannya, maka dapat dikatakan bahwa pekerjaannya dapat berjalan dengan baik dan bahkan dapat meningkatkan pencapaian kinerja manajerial yang menyangkut perencanaan, Investigasi, pengkoordinasian, evaluasi, pengawasan, pemilihan staf, negosiasi, perwakilan, kinerja secara keseluruhan.

Akan tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yusfaningrum dan Ghozali (2005) yang menemukan bahwa hubungan job relevant information dengan kinerja manajerial memiliki hubungan positif tidak signifikan. Hal ini disebabkan karena adanya penerapan dimensi budaya organisasi power distance yang lebar dimana para atasan mempunyai otoritas yang mutlak, akibatnya penetapan tujuan anggaran yang cenderung bersifat subyektif serta mengarah kepada kepentingan principal sehingga penggunaan JRI yang dilakukan manajer tidak signifikan dengan peningkatan kinerja manajerial.

# Analisis Desentralisasi memoderasi Pengaruh Partisipasi terhadap Kinerja Manajerial

Hasil perhitungan analisis MRA variabel Desentralisasi sebagai pemoderasi hubungan antara partisipasi terhadap Kinerja Manajerial disajikan pada tabel 8.

Tabel 8 Pengujian Model Hipotesis 4

•		
<b>2</b> -1	L <b>,2</b> 36 (	0,220
Variabel dependen : Kinerja Manajerial (KM)		
14		
		nerja Manajerial (KM) 14

Sumber: Data Olahan Penulis dari (SPSS

Berdasarkan hasil analisis MRA (*moderated regression analysis*) di atas, diperoleh koefisien MRA sebesar (-1.562), secara statistik hasil ini berpengaruh secara negatif tidak signifikan dengan nilai t hitung sebesar -1,236 dan p-value sebesar 0,220 > 0,005, maka dapat dikatakan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desentralisasi tidak memoderasi hubungan partisipasi terhadap kinerja manajerial. Besarnya R *square* adalah 0,414 yang mengindikasikan bahwa kontribusi variabel desentralisasi dalam memoderasi hubungan partisipasi

terhadap kinerja sebesar 41,4% dan sisanya sebesar 58,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa desentralisasi memperlemah pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial, artinya semakin tinggi tingkat desentralisasi, semakin lemah hubungan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial.

Hasil penelitian pengujian hipotesis 4 ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rihardjo (2009) yang menguji pengaruh desentralisasi dan

komitmen organisasional terhadap hubungan antara penganggaran partisipatif dan kinerja manajerial menemukan bahwa interaksi antara penganggaran partisipatif dan struktur desentralisasi organisasi sesignifikan mempengaruhi kinerja manajerial. Gul et al. (1995) yang menguji partisipasi terhadap kinerja manajerial dengan desentralisasi sebagai variabel moderating. Hasilnya menunjukkan bahwa partisipasi anggaran berhubungan positif signifikan dengan kinerja pada tingkat desentralisasi yang tinggi. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Coryanata (2004) dan Riyadi (2007) yang membuktikan bahwa hubungan antara partisipasi dalam penyusunan anggaran dan kinerja manajerial positif dan signifikan hanya pada pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi.

Pelimpahan wewenang dalam organisasi berkaitan erat dengan struktur organisasi. Pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi diperlukan karena dalam struktur yang terdesentralisasi para manajer/bawahan diberikan wewenang dan tanggungjawab yang lebih besar dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, menunjukkan bahwa para manajer dalam organisasi perusahaan manufaktur dengan tingkat desentralisasi yang tinggi, merasa dirinya kurang bertanggung jawab dan sedikit terlibat dalam perencanaan anggaran karena mengalami tekanan dari atasan (pimpinan) sehingga para manajer tingkat bawah memandang anggaran sebagai sesuatu hal yang kurang berguna dan membatasi kekuasaan mereka, sehingga dapat dikatakan bahwa dengan adanya penerapan desentralisasi dalam hal komunikasi, proses sistematis, pengambilan keputusan, kerja sama tim, pelatihan dan pengembangan staf, alokasi sumber dana dan staff akan memperlemah hubungan partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial. Artinya semakin tinggi tingkat desentralisasi, semakin lemah hubungan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. Ada 3 hal yang menyebabkan desentralisasi memperlemah pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial: Pertama, adanya kecenderungan gaya kepemimpinan dalam proses pengambilan keputusan masih berpusat pada pemilik perusahaan (sentralistik) serta adanya tekanan dari pimpinan perusahaan. Adanya tekanan dari pimpinan perusahaan sehingga masih menimbulkan keengganan bagi para manajer di level bawahnya untuk menerapkan desentralisasi. Kedua, masih belum sempurnanya peraturan internal perusahaan yang mengatur proses desentralisasi dalam pengambilan keputusan, khususnya peraturan internal perusahaan. Ketiga, kondisi perusahan manufaktur di daerah Jawa Timur masih didominasi oleh perusahaan Non-go public yang pada dasarnya penerapan kepemimpinan manajerial masih diberlakukan terhadap owner perusahaan sehingga hak desentralisasi dalam hal kepercayaan dan tanggungjawab yang diberikan kepada manajer tingkat bawah tidak diterapkan secara maksimal. Hal ini menandakan bahwa penerapan desentralisasi bagi manajer tingkat bawah pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur masih sulit untuk dilakukan.

Akan tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nor (2007) yang menguji Desentralisasi dan gaya kepemimpinan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara partisipasi penyusunan anggaran dan kinerja, membuktikan bahwa kesesuain antara partisipasi anggaran dengan variabel kontijensi (desentralisasi) terhadap kinerja manajerial bukanlah merupakan kesesuain terbaik. Kondisi ini disebabkan oleh adanya faktor seperti struktur organisasi yang masih terpusat (sentralistis), dimana para manajer level bawah tidak didelegasikan untuk membuat kebijakan secara independen karena manajer level atas berasumsi bahwa tanggungjawab akhir atas tugas yang dilakukan oleh para manajemen level bawah juga merupakan tanggungjawabnya. Selanjutnya penelitian Adi (2006), yang menguji partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja pemimpin dengan menggunakan desentralisasi dan dukungan organisasi sebagai variabel moderating.

Hasilnya membuktikan bahwa dengan adanya interaksi desentralisasi memiliki koefisien negatif -72,375 dan signifikansi 0,092 terhadap hubungan partisipasi dan kinerja, hal ini menggambarkan bahwa pengaruh partisipasi dalam penyusunan anggaran tetap tidak mendukung walaupun pada pelimpahan wewenang yang terdesentralisasi dalam mempengaruhi kinerja pemimpin dengan baik.

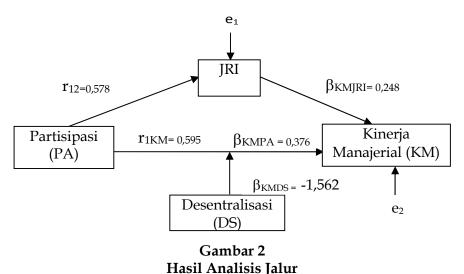
#### **Model Hasil Penelitian**

Model hasil penelitian dapat dilihat pada gambar 2

# Hubungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Kombinasi hasil koefisien jalur yang diamati, pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dapat dilihat pada tabel 9. Pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja secara langsung sebesar 0,376, sementara pengaruh tidak langsung partisipasi anggaran terhadap kinerja melalui *Job Relevant Information* sebagai variabel *intervening* diperoleh dengan cara JRI = ( $r_{12}$ X  $\beta$ KMJRI) atau sebesar 0,143 = (0,578 x 0,248).

Maka dapat dikatakan bahwa pengaruh partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui JRI sebagai variabel *intervening* akan dapat memberikan efek mediasi, walaupun tidak terlalu bermakna karena memiliki nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil daripada pengaruh langsung (0,143 < 0,376).



**Sumber: Analisis Penulis** 

Tabel 9 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui JRI	Total Pengaruh
Partisipasi dengan JRI	$r_{12}$	0,578	-	0,578
Partisipasi dengan	$\mathbf{r}_{1\mathrm{KM}}$	0,376	0,143	0,519
Kinerja (melalui JRI)				

Sumber: data dianalisis penulis

Pengaruh total partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial melalui JRI adalah Total= (r<sub>1</sub>KM + JRI) atau sebesar 0,519 = (0,376 + 0,143), hal ini menunjukkan bahwa dengan keluarnya variabel JRI sebagai variabel *intervening* maka pengaruh partisipasi terhadap kinerja manajerial semakin lemah yaitu dari 0,519 menjadi 0,376. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingginya kinerja manajerial tidak hanya karena partisipasi manajer dalam penyusunan anggaran, tetapi juga karena adanya pengaruh variabel lain yaitu *job relevant information*.

## SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN Simpulan

Simpulan dari hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut: Pertama, Secara empiris terbukti bahwa partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh secara positif terhadap kinerja manajerial. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat partisipasi dalam penyusunan anggaran akan meningkatkan kinerja manajerial yang tinggi atau dapat ditarik simpulan bahwa dengan adanya penyusunan anggaran secara partisipatif, maka kinerja para manajer akan semakin tinggi. Kedua, Secara empiris terbukti bahwa partisipasi penyusunan anggaran berpengaruh secara positif terhadap job relevant information sebagai variabel intervening. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya partisipasi dalam penganggaran akan meningkatkan penggunaan job relevant information. Melalui penyusunan anggaran secara partisipatif memungkinkan bawahan untuk dapat saling bertukar informasi dengan atasan, sehingga dapat mendukung terciptanya pemahaman yang lebih baik mengenai proses penyusunan anggaran. Ketiga, Secara empiris terbukti bahwa Job relevant information berpengaruh secara positif terhadap kinerja manajerial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan Job Relevant Information akan meningkatkan kinerja manajerial. Suatu keputusan dikatakan dapat meningkatkan kinerja manajer secara efektif, apabila dalam

proses pengambilan keputusan memiliki ketersediaan informasi yang cukup. Keempat, Secara empiris terbukti bahwa desentralisasi tidak memoderasi hubungan partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja manajerial dengan koefisien Moderating Regression Analysis bernilai negatif. Artinya bahwa dengan adanya desentralisasi sebagai variabel moderating justru akan memperlemah pengaruh partisipasi penyusunan anggaran terhadap kinerja Manajerial. Hal ini mengindikasikan bahwa para manajer dalam organisasi dengan tingkat desentralisasi yang tinggi, merasa dirinya kurang bertanggung jawab dan sedikit terlibat dalam perencanaan anggaran karena merasa mengalami tekanan dari atasan (pimpinan) sehingga para manajer tingkat bawah memiliki pandangan tentang anggaran sebagai sesuatu hal yang kurang berguna dan bahkan merasa sangat membatasi keluasaannya.

#### Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, Penelitian ini hanya menggunakan hubungan variabel kontijensi berupa JRI sebagai variabel intervening dan desentralisasi sebagai variabel moderating terhadap hubungan partisipasi dengan kinerja manajerial dan tidak mempertimbangkan beberapa variabel kontijensi lainnya yang mungkin mempengaruhi hubungan partisipasi dengan kinerja manajerial yang berkenaan (relevan) dengan situasi dalam penyusunan anggaran pada organisasi perusahaan manufaktur. Kedua, Partisipasi manajer dalam organisasi perusahaan terhadap penyusunan anggaran sudah dilakukan namun masih belum sepenuhnya, hal ini dikarenakan pengambilan keputusan yang bersifat sentralistik dalam penyusunan anggaran yang masih didominasi oleh pemilik perusahaan. Ketiga, Responden terbatas pada manajer dalam perusahaan manufaktur, yang mana kemungkinan penelitian ini akan menunjukkan hasil yang berbeda jika responden yang digunakan pada para manajer unit bisnis

lainnya, misalkan perusahaan jasa atau perusahaan dagang. Keempat, Pertanyaan kueisoner yang digunakan untuk semua komponen pekerjaan manajer yang berkaitan dengan anggaran masih bersifat umum dan hanya berdasarkan sebuah persepsi, alangkah baiknya penggunaan kuesioner dapat dimodifikasi dan disesuaikan dengan fakta pada masing-masing komponen fungsi dan tugas manajer secara nyata di industri manufaktur. Kelima, Penggunaan jumlah sampel belum representative dengan penetapan jumlah sampling, hal ini dikarenakan adanya beberapa responden yang telah melakukan pengisian kuesioner secara tidak lengkap.

#### Saran

Adapun saran untuk peneliti berikutnya: Pertama, Dapat memperluas beberapa hubungan variabel kontijensi lainnya yang (relevan) berkenaan dengan situasi dalam penyusunan anggaran terhadap kinerja organisasi bisnis. Misalnya dengan menambah variabel motivasi, komitmen organisasi, asimetri informasi dan lain-lain. Kedua, Responden terbatas pada manajer dalam perusahaan manufaktur, yang mana kemungkinan penelitian ini akan menunjukkan hasil yang berbeda jika responden yang digunakan pada para manajer unit bisnis lainnya, misalkan perusahaan jasa atau perusahaan dagang. Ketiga, Pertanyaan kuesioner yang digunakan untuk semua komponen pekerjaan manajer yang berkaitan dengan anggaran masih bersifat umum dan hanya berdasarkan persepsi. Pertanyaan kuesioner sebaiknya dimodifikasi dan disesuaikan dengan masingmasing komponen fungsi manajer secara nyata di industri manufaktur. Keempat, Penggunaan jumlah sampel yang belum representative dengan penetapan jumlah sampling, diharapkan untuk penelitian lanjutan jika mengalami kondisi yang sama maka perlu dilakukan pengiriman kuesioner tahap dua untuk dapat melengkapi pengisian kuesioner.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, B. 2006. Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Pemimpin Dengan Desentralisasi dan Dukungan Organisasi sebagai Variabel Moderating. *Thesis*. Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya. Malang.
- Apriwandi. 2012. Pengaruh Locus of Control, Budaya Paternalistik, Kapasitas Individu, terhadap Keefektifan Penganggaran Partisipatif dan Budgetary Slack dalam Peningkatan Kinerja Manajerial. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 1(2): 109-133.
- Badan Pusat Statistik Jatim. 2013. *Direktori Perusahaan Industri Besar dan Sedang Jawa Timur Tahun* 2013. CV. Bina Media

  Mandiri.Surabaya.
- Chong, V. K. dan K. M. Chong. 2002. Budget Goal Commitment and Informational Effects of Budget Participation on Performance: A Structural Equation Modeling Approach. *Behavioral Research In Accounting* 14: 65-86.
- Coryanata, I. 2004. Pelimpahan Wewenang dan Komitmen Organisasi dalam Hubungan antara Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi VII* Denpasar: 616-632.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate* dengan Program SPSS 19. Edisi 5. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Govindarajan, V. dan R. N. Anthony .2007. *Management Control Systems*. 12<sup>th</sup> ed. McGraw-Hill International Edition. Boston.
- Gul, F. A., J. S. L. Tsui., S. C. C. Fong dan H. Y. L. Kwok. 1995. Decentralisation as a Moderating Factor in the Budgetary Participation-Performance Relationship: Some Hongkong Evidence. *Accounting and Business Research* 25(98): 107-113.
- Himawan, A. K. dan A. Ika S. 2010. Pengaruh Komitmen Organisasi, Gaya Kepemimpinan dan *Job Relevant Information* (JRI) terhadap Hubungan antara Partisipasi Anggaran dan Kinerja

- Manajerial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5(9): 65-79.
- Indarto, S. L. dan S. D. Ayu 2011. Pengaruh Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran terhadap Kinerja Manajerial Perusahaan Melalui Kecukupan Anggaran, Komitmen Organisasi, Komitmen Tujuan Anggaran dan Job Relevant Information. *Seri Kajian Ilmiah* 14(1): 1-44.
- Kren, L. 1992. Budgetary Participation and Managerial Performance: The Impact of Information and Environmental Volatility. *The Accounting Review* 67(3): 511-526.
- Marsudi, S. A. dan I. Ghozali. 2001. Pengaruh Partisipasi Penganggaran, Job Relevant Information (JRI) dan Volatilitas Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 5(2): 101-120.
- McGill, R. 2001. Performance Budgeting. *The International Journal of Public Sector Management* 14(5): 376-390.
- Mulyasari, W. dan S. Sugiri. 2004. Pengaruh Keadilan Persepsian, Komitmen pada Tujuan, dan Job Relevant Information terhadap hubungan antara Penganggaran Partisipatif dan Kinerja Manajer. Simposium Nasional Akuntansi VII Denpasar: 439-462
- Nor, W. 2007. Desentralisasi Gaya Kepemimpinan Sebagai Variabel Moderating Dalam Hubungan antara Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Kinerja Manajerial. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi X* Makassar: 1-27.
- Otley, D. 1999. Performance Management: A Framework for Management Control System Research. *Management Accounting Research* 10: 363-382.
- Puspaningsih, A. 2002. Pengaruh Partisipasi Dalam Penyusunan Anggaran Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Manajer. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* 6(2): 65-79.

- Riduwan dan E. A. Kuncoro. 2012. Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur. Cetakan 4. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Rihardjo, I. B. 2009. Pengaruh desentralisasi dan komitmen organisasional terhadap hubungan antara penganggaran partisipatif dan kinerja manjerial. *Jurnal Ekuitas* 13(3): 326-348.
- Riyadi, S. 2007. Pengaruh Desentralisasi, Motivasi dan Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Majalah Ekonomi* 17(2): 157-180.
- Rosidi. 2000. Partisipasi dalam Penganggaran dan Prestasi Manajer: Pengaruh Komitmen Organisasi dan Informasi Job Relevant. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 1(1): 1-15.
- Sardjito, B. dan O. Muthaher. 2007. Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Terhadap Kinerja Aparat Pemerintah Daerah: Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating. *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi X* Makassar:1-24.
- Yusfaningrum dan I. Ghozali 2005. Analisis Pengaruh Partisipasi Anggaran terhadap Kinerja Manajerial Melalui Komitmen Tujuan Anggaran dan Job Relevant Information sebagai Variabel Intervening. *Prosiding Simposium Nasio*nal Akuntansi VIII Solo: 656-666.
- Wentzel, K. 2002. The Influence of Fairness Perceptions and Goal Commitment on Managers' Performance in a Budget Setting. *Behavioral Research in Accounting* 14: 247-271.
- Wirjono, E. R. dan A. B. Raharjono. 2007. Pengaruh Karakteristik Personalitas Manajer terhadap Hubungan antara Partisipasi dalam Penyusunan Anggaran dengan Kinerja Manajerial. *Jurnal Kinerja* 11(1): 50-63.

# PENGARUH MOTIVASI, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP *IMAGE* DAERAH TUJUAN WISATA

#### Martaleni

martaleni@yahoo.com Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Gajayana Malang

#### ABSTRACT

The rapid growth of tourism industry has to incourage the development in local region, increased national incomes, improve people's welfare and prosperity; and this can grow the national patriotism and cultural values. Therefore, the management and enhancement of the image of Tourist Destination Areas (TDA) is a step that should get continously and serious attention. The aimed of this study is to examine and analyze either direct or indirect effects of values of tourist motivation, service quality and tourist satisfaction on Tourist Destination Area (TDA). Data that we need in this research, we collected from a sample consist of 200 respondens. The population are all of the tourists who came from out of Malang Raya and who wanted to visit TDA in MalangRaya. Data were analyzed by using a descriptive and inferential statistical methods. The findings of this research explained that the service quality and tourist motivation increased, then it will be able to increase the value of tourist satisfaction in the tourist destination areas. On the other hand, the tourism service quality could improve the image of tourism destination area directly. Further, through the tourist satisfaction, and increase in the value of tourist motivation and service quality can indirectly improve the tourist image of the DTW.

Keywords: tourism, motivation, service quality, satisfaction, image

#### **ABSTRAK**

Pertumbuhan industri pariwisata yang semakin pesat dapat mendorong pembangunan daerah, meningkatkan devisa negara, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta dapat menambah rasa cinta tanah air, bangsa dan nilai-nilai budaya. Oleh karena itu, pengelolaan dan penguatan *image* suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) merupakan langkah yang harus mendapatkan perhatian yang serius secara terus menerus. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh nilai motivasi wisatawan, kualitas layanan dan kepuasan wisatawan secara langsung dan tidak langsung terhadap *image* DTW. Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini diperoleh dari sampel sebanyak 200 responden. Adapun populasi terdiri dari seluruh wisatawan yang berasal dari luar Malang Raya dan bertujuan untuk berwisata ke DTW Malang Raya. Data dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial. Temuan penelitian ini menjelaskan bahwa semakin meningkat nilai motivasi wisatawan dan kualitas layanan wisata akan dapat meningkatkan nilai kepuasan wisatawan terhadap Daerah Tujuan Wisata. Di samping itu meningkatnya kualitas layanan wisata dapat secara langsung meningkatkan *image* wisatawan terhadap DTW. Selanjutnya melalui kepuasan wisatawan, peningkatan nilai motivasi wisatawan dan kualitas layanan secara tidak langsung dapat meningkatkan *image* wisatawan terhadap DTW.

Keywords: pariwisata, motivasi, kualitas layanan, kepuasan, image

#### **PENDAHULUAN**

Pertumbuahan industri pariwisata yang semakin pesat dapat mendorong pembangunan daerah, meningkatkan devisa negara, yang selanjutnya dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta dapat menambah rasa cinta tanah air, bangsa dan nilai-nilai budaya (Fandeli, 2008; Martaleni, 2010). Menurut *World tourism Organization* (2014), penerimaan pariwisata internasional mencapai 1159 miliar dolar pada tahun 2013, naik dari

1097 miliar dollar pada tahun 2012. Selain itu, jumlah kedatangan wisatawan internasional ke depan diperkirakan trendnya meningkat rata-rata sebesar 3,3% per tahun, dan mulai tahun 2010 sampai tahun 2030 sekitar 43 juta lebih kedatangan wisatawan internasional setiap tahun dan sebesar 1,8 miliar kedatangan wisata pada tahun 2030.

Sementara itu, sektor pariwisata di Indonesia terus memberikan peran dalam meningkatkan devisa negara melalui peningkatan jumlah kunjungan wisata dan penyerapan tenaga kerja. Peningkatan tersebut sebagaimana tercermin dalam laporan kinerja kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada tahun 2014, dimana kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada tahun 2013 sebanyak 8,80 juta. Dibanding dengan jumlah kunjungan wisman pada tahun 2012, yaitu sebanyak 8,04 juta maka jumlah kunjungan wisman pada tahun 2013 dapat dikatakan mengalami pertumbuhan sebesar 9.42%. Adapun jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2013 mencapai 248 juta perjalanan atau naik sebesar 1,10% dibanding jumlah kunjungan tahun 2012 yaitu sebanyak 245,29 juta perjalanan. Sementara itu dampak terbesar sektor pariwisata terhadap perekonomian adalah dalam hal penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2013 terdapat sekitar 10.18 juta orang bekerja pada sektor-sektor pariwisata, yang berarti bahwa terjadi penyerapan tenaga kerja sebanyak 8.89% terhadap kesempatan kerja nasional.

Pengembangan dan peningkatan ke-Indonesia pariwisataan di mendapat dukungan sangat kuat dari pemerintah Repubik Indonesia. Hal ini terlihat dengan dikeluarkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dimana untuk mewujudkan harapan dari undang-undang tersebut diamanatkan bahwa setiap kepala daerah dituntut untuk mendukungnya. Martaleni (2011) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata, bukanlah hanya tanggung jawab pemerintah pusat, melainkan juga merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Sebagai pemegang kekuasaan dan kewenangan, tentunya pemerintah daerah lebih menguasai dan memahami tentang potensi daerahnya, sehingga dapat lebih tepat dalam menentukan obyek wisata yang perlu dikembangkan.

Malang Raya, yang terdiri atas Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu merupakan bagian integral dari negara Republik Indonesia. Dengan demikian Pemerintah Daerah di masing-masing daerah tersebut juga mempunyai kewajiban untuk meningkatkan peran pariwisatanya dalam rangka mendukung roda pembangunan di daerah Malang Raya khususnya, dan di negara Indonesia pada umumnya. Dari segi geografis, Malang Raya mempunyai potensi yang memungkinkan pertumbuhan dan pengembangan wilayahnya berbasis pada pariwisata. Salah satu potensi yang dapat mendukung adalah kondisi alam sekitarnya, dimana Kota Malang sebagai kota pendidikan, Kabupaten Malang dengan beragam pantainya dan kota Batu dengan iklimnya yang dingin dan sejuk (Martaleni, 2011).

Berdasarkan uraian tersebut, tampak bahwa sumberdaya alam Malang Raya sangat menunjang untuk pengembangan pariwisata. Pengembangan daya tarik wisata dapat dilakukan melalui berbagai hal, diantaranya melalui peningkatan kualitas layanan secara terus menerus pada objekobjek wisata, perbaikan sarana pendukung, dan sebagainya, sehingga hal ini diharapkan akan dapat memuaskan wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan tujuan dari pengelola wisata dan pemerintah terkait serta merupakan topik penting dalam manajemen pariwisata, karena kepuasan wisatawan terhadap Daerah Tujuan wisata (DTW) dapat berpengaruh pada image dan loyalitas wisatawan (Labato, 2006; Andaleeb dan Conway, 2006; Wu, 2007; Tsung, 2009; Yuksel et al, 2010). Selain itu, karena image merupakan kunci dalam membangun posisi suatu daerah tujuan wisata, sehingga

menciptakan *image* positif daerah tujuan wisata harus terus diupayakan (Faulant*et al*, 2008; Martaleni, 2010).

Dalam rangka pengembangan strategi pemasaran, mengukur image daerah tujuan wisata dan mengidentifikasi seberapa puas wisatawan dengan kualitas layanan wisata yang ditawarkan merupakan keharusan yang tidak dapat diabaikan. Dengan demikian akan memudahkan dalam melakukan promosi tentang daerah tujuan wisata (Ibrahim dan Gill, 2005; Chi dan Qu, 2008; Brunner, Stocklin, dan Opwis, 2008; Park, dan Yoon, 2009; Chen dan Chenet al,2010). Bila mengkaji tentang kualitas layanan wisata dan image tidak terlepas dari peran motivasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan, karena tingkat kepuasan wisatawan terhadap apa yang dirasakan saat berada di daerah tujuan wisata dapat di pengaruhi oleh apa yang menjadi motivasinya berwisata sehingga akan berimplikasi pada strategi pemasaran pariwisata (Yoon dan Uysal, 2005; Coreria da Valle, 2007; Park, dan Yoon, 2009; Mohammad dan Som, 2010; Devesaet al, 2010).

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Apakah motivasi wisatawan, kualitas layanan wisata dan kepuasan wisatawan secara langsung dan tidak langsung berpengaruh positif terhadap *image* DTW, sedangkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh nilai motivasi wisatawan, kualitas layanan wisata dan kepuasan wisatawan secara langsung dan tidak langsung terhadap *image* DTW.

### TINJAUAN TEORETIS Motivasi

Pada umumnya setiap unit bisnis baik yang bergerak di bidang manufacture maupun jasa memiliki perencanaan strategis yang dapat mengidentifikasi peluang, ancaman dan arah di masa yang akan datang. Bila sebuah unit bisnis mengembangkan berbagai strategi untuk mencapai perencanaan strategis, maka nilai

dari unit bisnis tersebut dapat dimaksimalkan. Salah satu strategi yang dapat dikembangkan oleh sebuah unit bisnis adalah strategi pemasaran dengan meningkatkan nilai terhantar pada konsumen. Untuk itu, diperlukan pemahaman tentang motivasi seseorang dalam keputusannya membeli suatu produk. Lamb *et al*, (2005) menyatakan dengan mempelajari motivasi, para pelaku pasar dapat menganalisis faktorfaktor utama yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau tidak membeli suatu produk.

Motivasi merupakan kebutuhan yang memadai yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu, dan beberapa kebutuhan bersifat biogenis, kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenis, yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan atau rasa bagian dari suatu kelompok atau komunitas, sehingga kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai (Kotler dan Keller, 2012).

Lamb et al. (2005) menyatakan bahwa motivasi merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhannya. Abrahan Maslow, seorang psikolog, mengembangkan teori hirarki kebutuhan (hierarcy of needs) dengan memperingkat kebutuhan seseorang menjadi lima tingkatan: physiological needs, safety needs, social needs, esteem needs dan self-actualization needs (Kotler dan Keller, 2012).

Berdasarkan uraian dari motivasi dan tingkatan kebutuhan seseorang, dapat dijelaskan bahwa seorang akan terdorong melakukan pembelian pada suatu produk bila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian pelaku pemasaran dapat menawarkan dan mengiklankan produknya berdasarkan tingkatan kebutuhan seorang wisatawan. Kebutuhan paling dasar seseorang adalah fisiologis

(physiological needs) yaitu kebutuhan akan makanan, minuman dan tempat tinggal. Karena hal-hal itu sangat penting untuk kelangsungan hidup, maka kebutuhan itu harus terlebih dahulu dipenuhi. Terkait dengan produk wisata, secara umum merupakan kebutuhan sekunder atau kebutuhan kedua. Namun tujuan utama seseorang berwisata adalah untuk memenuhi kebutuhan relaksasi, kebersamaan dengan kelurga. Untuk itu, iklan yang menampilkan ke bersamaan dengan keluarga pada alam yang indah, menarik dan sejuk merupakan suatu contoh pesan iklan untuk menarik wisatawan dalam memenuhi kebutuhan sekunder atau social need.

### Kualitas Layanan

Dewasa ini produk jasa sangat mendominasi kehidupan masyarakat dan perkembangannya yang sedemikain pesat seiring dengan perkembangan sektor-sektor lainnya (Tjiptona dan Chandra, 2011). Kualitas jasa atau kualitas layanan (service quality) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Sayangnya, minat dan perhatian pada pengukuran kualitas jasa baru berkembang sejak dekade 1980-an (Tjiptona dan Chandra, 2011). Lebih lanjut dikatakan bahwa jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau kostruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk yang secara prinsip intangible bagi pembeli utamanya.

Kotler dan Keller (2012) membedakan lima kategori tawaran perusahan kepada pasar, sebagai berikut: a) Pure tangible good, b) Tangible good with accopanying service, c) Hybrid, d). Mayor service with accompanying minor goods and services, dan e) Pure service. Dari kategori jasa tersebut dapat dijelaskan bahwa penawaran jasa kepada konsumen dapat dilakukan berupa murni barang tanpa disertai jasa, barang disertai jasa,

kombinasi barang dan jasa hampir seimbang, jasa utama yang disertai barang sebagai tambahan dan murni jasa.

Pembahasan tentang kualitas jasa merupakan bagian yang sangat kompleks, karena penilaian kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap kualitas produk, terutama karena sifatnya yang tidak nyata (intangible) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Disamping perbedaan karakteristik ini, dalam penilaian kualitas jasa wisatawan terlibat secara langsung serta ikut di dalam proses jasa. Dengan demikian penilaiannya tergantung pada bagaimana tanggapan wisatawan terhadap jasa yang dikonsumsi atau yang dirasakannya. Melalui penelitian pasar, setiap penyedia jasa harus dapat menentukan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan utama wisatawan. Penilaian wisatawan terhadap kualitas jasa berbeda dengan penilaian terhadap produk berwujud.

Dalam konteks penilaian kualitas produk maupun jasa dapat dinyatakan bahwa harapan wisatawan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan (Kotler dan Keller, 2012). Selanjutnya, dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan wisatawan terhadap suatu jasa adalah perbandingan antara persepsi wisatawan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Apabila harapannya terlampaui, berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi (very satisfy). Sebaliknya, apabila harapannya itu tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkannya atau perusahaan tersebut gagal melayani wisatawannya. Apabila harapannya sama dengan apa yang dia peroleh, berarti wisatawan itu puas (satisfy)

#### Kepuasan

Mengkaji dan memahami tingkat kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam sebuah bisnis dan manajemen suatu organisasi. Kepuasan pelanggan telah memberikan manfaat-manfaat penting dalam bisnis yang meliputi keterkaitan positif dengan loyalitas pelanggan, membangun sebuah *image* organisasi, meningkatkan toleransi harga, dan sebagainya. Definisi kepuasan yang terdapat dalam berbagai literatur cukup beragam, Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan suka/tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya.

Kotler dan Keller (2012) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pertama, sistem keluhan pelanggan dan saran, dimana setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggan guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Kedua, Ghost shopping atau Mystery shopping, merupakan salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang ghost shopping untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan atau pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Ketiga, Lost customer analysis, yaitu menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya. Keempat Survei kepuasan pelanggan, yaitu riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, websits, maupun wawancara langsung.

### **Image**

Pitana (2009) menyatakan bahwa *image* merupakan ide atau kepercayaan yang dimiliki wisatawan tentang produk atau pelayanan yang mereka beli atau mereka

akan beli. *Image* destinasi tidak selalu berdasarkan pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sedemikian rupa sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisata ke destinasi tersebut. Ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide, serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukannya.

Suatu perusahaan akan terlihat melalui image-nya baik yang positif atau negatif. Image yang positif akan memberikan arti yang baik terhadap produk perusahaan tersebut dan lebih lanjut dapat meningkatkan jumlah penjualan. Sebaliknya penjualan suatu produk akan mengalami penurunan dipandang negatif jika imagenya masyarakat. Dalam industri pariwisata image dapat diukur dari dua komponen: pertama berdasarkan atribut berbasis holistik dan kedua berbasis atribut fungsional yang lebih abstrak. Lebih lanjut Hankinson (2005) berpendapat bahwa mengukur image daerah tujuan wisata dapat dilakukan melalui dimensi keseluruhan atraksi pada daerah tujuan wisata, fungsionalitas dan suasana. Dari uraian tentang pengukuran image tersebut dapat dipahami bahwa dalam mengevaluasi image seseorang terhadap suatu objek dapat dilihat dari aspek kognitif dan afektif. Komponen kognitif merupakan kepercayaan dan pengetahuan mengenai objek atau orang, sedangkan afektif mewakili perasaan terhadap objek (sedih, senang, dan sebagainya).

Menurut Yoeti (2006), salah satu hal yang menentukan pengembangan kepariwisataan adalah pemasaran kepariwisataan. Lebih jauh Yoeti (2006) menekankan bahwa istilah produk wisata atau produk pariwisata kurang tepat, seharusnya digunakan istilah produk industri pariwisata, karena hanya industri yang menghasilkan produk, sedangkan wisata dan pariwisata tidak. Memasarkan produk industri pariwisata jauh lebih kompleks sifatnya dibandingkan dengan memasarkan produk yang lain. Produk industri pariwisata secara umum

telah diakui sebagai produk jasa (Vellas dan Becherel, 2008).

# Penelitian Sebelumnya dan Pengembangan Hipotesis

Melakukan kajian tentang motivasi wisatawan mengunjungi suatu DTW perlu mendapatkan perhatian yang serius dari pengelola DTW atau pemerintah terkait. Selain motivasi seseorang melakukan wisata merupakan suatu segmen yang dapat mempengaruhi efektifitas pengembangan wisata (Parkdan Yoon, 2009) juga dapat mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan terhadap DTW baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Kajian tentang pengaruh motivasi dan kepuasan wisatawan, belum begitu banyak menarik perhatian peneliti sebelumnya, namum Yoon dan Uysal (2005) telah menguji dampak motivasi dan kepuasan pada loyalitas wisatawan dan temuan penelitiannya mengungkapkan bahwa motivasi berpengaruh tidak signifikan pada kepuasan wisatawan. Berbeda dengan Devesaet al. (2010), yang melakukan penelitian di Spanyol dengan tujuan menginvestigasi hubungan antara motivasi dan kepuasan wisatawan, menyimpulkan bahwa motivasi berpengaruh positif pada kepuasan wisatawan. Berdasarkan uraian tersebut diatas, hipotesis penelitian yang akan diuji adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Semakin tinggi motivasi wisatawan untuk berwisata, semakin meningkat kepuasan wisatawan.

Selain dipengaruhi oleh motivasi wisatawan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat kualitas dari berbagai bentuk layanan yang diberikan pada wisatawan mulai wisatawan memasuki lingkungan DTW sampai wisatawan kembali meninggalkan DTW, tingkat kepuasan wisatawan dapat dipengaruhi oleh banyak hal. Banyak kajian telah dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, seperti yang dilakukan oleh Labato (2006), Andaleeb dan

Conway (2006), Wu (2007), Tsung (2009), Yuksel Et al, (2010), Martaleni, (2011). Secara umum hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas layanan akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Berbeda dengan hasil kajian Correia dan Valle (2007), Hutchinson atal, (2009) dan Chen dan Tsai (2007), yang juga menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen atau semakin meningkat kualitas layanan tidak dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat dirumuskan sebuah hipotesis sebagai berikut: H<sub>2</sub> : Semakin tinggi nilai kualitas layanan

H<sub>2</sub>: Semakin tinggi nilai kualitas layanan wisata, semakin meningkatkan kepuasan wisatawaan.

Perbaikan dan pengembangan kualitas layanan wisata secara terus menerus merupakan suatu keharusan yang tidak dapat ditawar oleh pegelola wisata dan pemerintah terkait, bila ingin memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompetitif. Peningkatan kualitas layanan akan berdampak pada image positif wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung dan dapat dijadikan sebagai kunci dalam membangun positioning DTW (Faulantet al, 2008; Martaleni, 2010). Penelitian yang bertujuan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap image, telah dilakukan oleh Hankinson (2005), Kandampully dan Hsin-Hui Hu (2007), Chen dan Chen (2010) dan secara umum mengungkapkan bahwa, semakin meningkat kualitas layanan yang diberikan oleh DTW dan hotel akan semakin meningkatkan image konsumen terhadap DTW dan hotel.

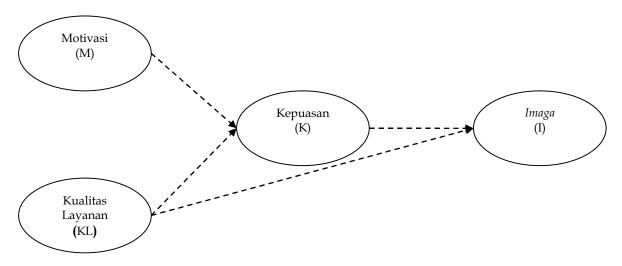
H<sub>3</sub> : Semakin tinggi kualitas layanan wisata, semakin meningkat *image* wisatawan.

H<sub>4</sub>: Tingginya motivasi wisatawan dan kualitas layanan wisata secara tidak langsung akan meningkatkan *image* wisatawan melalui kepuasan.

### Rerangka Konseptual

Berdasarkan pada kajian teoretis dan empiris, dapat disusun rerangka konseptual sebagaimana terlihat pada Gambar 1. Dalam penelitian ini digunakan empat variabel, yaitu motivasi, kualitas layanan, kepuasan dan *image*. Selanjutnya akan

diteliti tentang pengaruh antar variabel, dalam hal ini pengaruh motivasi dan kualitas layanan secara langsung terhadap kepuasan, pengaruh tidak langsung dari motivasi dan kualitas layanan terhadap image melalui kepuasan, dan pengaruh langsung kualitas layanan terhadap image.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

#### **METODE PENELITIAN**

Daerah Tujuan Wisata (DTW) Malang Raya merupakan objek kajian dari penelitian ini dengan populasi adalah seluruh wisatawan nusantara yang berasal dari luar Malang Raya dan bertujuan untuk berwisata (bukan bertujuan untuk bisnis) di DTW Malang Raya. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Penentuan besarnya sampel mengacu pada pendapat para pakar

Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling berbasis Component (CBSEM)* yang umum dikenal dengan *Partial Least Square (PLS)*. Dalam penelitian ini terdapat 16 *manifest* (indikator) formatif, sehingga besarnya sampel yang diambil sebagaimana pendapat Solimun (2008) yaitu 10 x 16 = 160. Sementara itu, untuk mengantisipasi terjadinya data bias, maka banyaknya sampel ditambah 25% dari 160, sehingga

total sampel yang digunakan adalah sebesar 200.

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Jawaban-jawaban dari responden dikuantitatifkan serta diukur dengan skala Likert lima kategori yang berkisar dari "sangat tidak setuju" sampai dengan "sangat setuju". Selain itu, variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen kelompokkan menjadi tiga variabel yaitu: (a) Motivasi wisatawan, yang diukur dengan 4 (empat) indikator, yaitu: beristirahat/relaksasi, mencari ketenangan/ keheningan, kebersamaan dengan keluarga dan kontak dengan alam. (b) Kualitas layanan wisata, yang diukur dengan 3 (tiga) indikator, yaitu: daya tarik objek wisata, kondisi sarana pendukung dan empati (emphaty), (c) Kepuasan wisatawan yang diukur dengan perbandingan antara harapan dan kenyataan pada masing-masing indikator kualitas layanan wisata. Variabel dependen dalam penelitian ada *Image* DTW yang diukur dengan 3 (tiga) indikator, yaitu: iklim, biaya wisata, kondisi alam.

Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Februari hingga Agustus 2011 bertempat di tempat-tempat rekreasi yang berada di wilayah Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu. Beberapa tempat rekreasi yang digunakan untuk penyebaran kuesioner di Kota Malang antara lain pusat belanja Matos, MX, Pasar Besar dan pusat oleh-oleh Sanan. Sementara itu, untuk penyebaran kuesioner di Kabupaten Malang antara lain di Taman Rekreasi Sengkaling, Taman Rekreasi Wendit dan Rekreasi Pantai Balekambang. Di Kota Batu antara lain Taman Rekreasi BNS, Taman Rekreasi Jatim Park, Taman Rekreasi Selecta. Kuesioner disebarkan kepada para wisatawan baik yang sedang berada di dalam tempat rekreasi maupun yang sedang berada di luar tempat rekreasi (sedang beristirahat). Penentuan responden dilakukan secara acak dan dalam waktu yang berbeda.

#### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tehnik pengumpuan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sebanyak 200 orang responden dan dilakukan langsung bertemu dengan responden, dimana setiap responden diminta untuk mengisi satu exemplar kuesioner. Dengan demikian jumlah kuesioner yang terkumpul juga sebanyak 200. Adapun banyaknya responden di masing-masing kota/kabupaten adalah: Kota Malang sebanyak 60 orang, Kabupaten Malang sebanyak 50 orang dan Kota Batu sebanyak 90 orang. Karakteristik demografi responden lengkapnya dapat dilihat dalam Tabel 1. Karakteristik demografi meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan besarnya dana yang dibelanjakan selama berwisata.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa sebaran jenis kelamin responden terdiri atas 54% responden laki-laki dan 46% responden wanita. Usia responden berkisar antara 15 tahun hingga lebih dari 51 tahun dengan persentase terdiri atas 57,5% responden berusia antara 15 dan 20 tahun, 18% responden berusia antara 21 dan 30 tahun, 11% responden berusia antara 31 dan 34 tahun, 11,5% responden berusia antara 35 dan 50 tahun dan 2% responden berusia lebih dari 51 tahun. Persentase tertinggi dari tingkat pendidikan responden adalah 57,5% berpendidikan SLTA, 21% responden berpendidikan SLTP dan 0,5% responden berpendidikan Pascasarjana. Ditinjau dari sisi pekerjaan, sebanyak 63% responden sebagai mahasiswa/pelajar, sebanyak 12,5% bekerja sebagai PNS/BUMN, pegawai swasta, pengusaha/berwiraswata dan sebanyak 7% bekerja dalam bidang pekerjaan lainnya. Besar dana yang dibelanjakan selama berwisata di Malang Raya, berkisar antara kurang dari Rp. 500.000,- dan lebih dari Rp. 2.000.000,-. Sebanyak 44,05% responden mengatakan membelanjakan dana kurang dari Rp. 500.000,- Sebanyak 32% responden membelanjakan dana antara Rp. 500.000,- dan Rp. 1.000.000,-, sebanyak 15,05% responden membelanjakan dana antara Rp. 1.000.000,dan Rp. 2.000.0000,-, dan sebanyak 8% responden membelanjakan dana lebih dari Rp. 2.000.000,-. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa responden yang digunakan merupakan sampel yang dapat merepresentasikan populasi baik ditinjau dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan besarnya dana yang dibelanjakan.

#### Variabel Motivasi Wisatawan

Variabel motivasi wisatawan diukur dengan menggunakan empat indikator yaitu indikator beristirahat/relaksasi, mencari ketenangan, kebersamaan dengan keluarga, dan kontak dengan alam. Masing-masing indikator diukur berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Tabel 1 Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik		Frekuensi (orang)	0/0
Jenis Kelamin	Laki-laki	108	54
•	Perempuan	92	46
	Total	200	100
Usia	15-20 th	115	57,5
	21-30 th	36	18
	31-34 th	22	11
	35-50 th	23	11,5
> 51 th		4	2
	Total	200	100
Pendidikan Formal	SD	9	4,5
	SLTP	42	21
	SLTA	115	57,5
	Diploma	6	3
	Sarjana	27	13,5
	Pascasarjana	1	0,5
	Total	200	100
Pekerjaan	PNS/ BUMN	16	20,69
	Pegawai Swasta	25	14,66
	Pengusaha/Wiraswasta	18	12,50
	TNI	1	0,5
	Mahasiswa/Pelajar	126	63
	Lainya	14	7
	Total	200	100
Besar dana yang dibelanjakan	Kurang dari Rp. 500.000,-	89	44,05
selama kunjungan	Rp. 500.000, Rp. 1.000.000,-	64	32
	Rp. 1.000.000, Rp. 2.000.000,-	31	15,05
	Lebih dari Rp. 2.000.000,-	16	8
	Total	200	100

Pada setiap pertanyaan disediakan 5 pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju yang diberi bobot 1, tidak setuju diberi bobot 2, netral diberi bobot 3, setuju diberi bobot 4, dan sangat setuju diberi bobot 5. Persentase dari jumlah responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut dikalikan dengan masing-masing bobot dan menghasikan nilai rata-rata setiap indikator variabel sebagaimana tercantum pada kolom kedua dalam Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 tersebut tampak bahwa indikator keempat yaitu kontak dengan

alam memperoleh rata-rata tertinggi, disusul kebersamaan dengan keluarga, beristirahat/relaksasi dan mencari ketenangan merupakan indikator yang paling lemah. Hal tersebut menunjukkan bahwa motivasi utama wisatawan berkunjung ke DTW Malang Raya adalah untuk dapat menikmati alam bersama keluarga. Selanjutnya nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,03 dapat diinterpretasikan bahwa motivasi wisatawan memiliki nilai yang tinggi dalam menentukan *image* sebuah DTW.

Variabel	Indikator	Rata- rata	Rata-rata keseluruhan
	Beristirahat/relaksasi	4,06	
Motivasi Wisatawan	Mencari ketenangan	3,87	4.02
Wiotivasi Wisatawan	Kebersamaan dengan keluarga	4,09	4,03
	Kontak dengan alam	4,12	
	Daya Tarik Obyek Wisata	3,94	
Kualitas Layanan	Kondisi Sarana Pendukung	3,87	3,73
·	Empati	3,55	
	Kepuasan terhadap daya tarik obyek		
Kepuasan Wisatawan	wisata	3,80	2.70
	Kepuasan terhadap sarana pendukung	3,79	3,70
	Kepuasan terhadap empati	3,52	
	Iklim	4,19	
Image DTW	Biaya wisata	3,72	4,05
	Kondisi Alam	4,24	

Tabel 2 Nilai Rata-rata Variabel

## Variabel Kualitas Layanan

Variabel Kualitas Layanan diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu daya tarik objek wisata, kondisi sarana pendukung, dan empati. Masing-masing indikator diukur berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Pada setiap pertanyaan disediakan 5 pilihan jawaban dan masingmasing jawaban diberi bobot sebagaimana di atas. Nilai rata-rata setiap indikator variabel sebagaimana tercantum pada kolom kedua dalam Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 tersebut, tampak bahwa indikator pertama yaitu daya tarik obyek wisata berada pada level paling tinggi dengan ratarata sebesar 3,94, kemudian disusul kondisi sarana pendukung dan empati. Hal ini dapat di- maknai bahwa wisatawan yang berkunjung ke DTW lebih memperhatikan daya tarik obyek wisata yang ditawarkan oleh DTW seperti tersedianya berbagai macam objek wisata. Selanjutnya wisatawan akan mem- perhatikan kondisi sarana pendukung yang tersedia dan tingkat empati masyarakat atau petugas wisata melayani dan memperlakukan wisatawan saat berada di DTW Malang Raya.

### Variabel Kepuasan Wisatawan

Variabel kepuasan wisatawan diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu perbandingan antara harapan dan kenyataan pada keseluruhan daya tarik objek wisata, perbandingan antara harapan dan kenyataan pada semua sarana pendukung yang disediakan dan perbandingan antara harapan dan kenyataan dari perhatian yang diberikan oleh petugas dan penduduk sekitar. Masing-masing indikator diukur berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Pada setiap pertanyaan disediakan 5 pilihan jawaban dan masing-masing jawaban diberi bobot sebagaimana di atas. Nilai rata-rata setiap indikator variabel sebagaimana tercantum pada kolom kedua dalam Tabel 2. Berdasarkan Tabel 2 tersebut, dapat dijelaskan bahwa indikator pertama yaitu perbandingan antara harapan dan kenyataan pada keseluruhan daya tarik objek wisata yang diterima dipersepsikan paling tinggi oleh wisatawan yaitu dengan rata-rata 3,8, kemudian disusul indikator perbandingan antara harapan dan kenyataan pada semua sarana pendukung yang disediakan, sedangkan indikator ketiga yaitu perbandingan antara harapan dan kenyataan dari perhatian yang diberikan oleh petugas dan penduduk sekitar dipersepsikan paling lemah oleh wisatawan. Hal ini dapat dimaknai bahwa kepuasan wisatawan terhadap daya tarik obyek wisata merupakan faktor utama dalam penentuan tingkat kepuasan wisatawan terhadap DTW yang selanjutnya akan berdampak pada *image* DTW. Nilai rata-rata keseluruhan indikator pada variabel kepuasan wisatawan sebesar 3,7 dapat diinterpretasikan bahwa wisatawan menilai kepuasan yang dirasakan memiliki kontribusi yang tinggi dalam menentukan *image* DTW.

#### Variabel *Image*

Pada Tabel 2 tampak bahwa indikator ketiga yaitu kondisi alam berada pada level paling tinggi, disusul indikator iklim dan biaya wisata dipersepsikan paling lemah oleh wisatawan. Hal ini dapat dimaknai bahwa wisatawan memandang kondisi alam DTW yang indah merupakan *image* utama dari Daerah Tujuan Wisata Malang Raya. Selanjutnya, nilai rata-rata keseluruhan indikator pada variabel *image* sebesar 4,5

berada dalam kategori tinggi. Sehingga dapat dijelaskan bahwa wisatawan menilai DTWmemiliki *image* yang kuat.

# Pengujian Goodness of Fit Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian goodness of fit pada outer model untuk setiap variabel yang menggunakan indikator refleksif pada dasarnya adalah pengukuran convergent validity, discriminant validity dan composite reliability. Pada penelitian ini, hanya ada tiga variabel dengan indikator refleksif yaitu motivasi, kepuasan, dan image. Hasil pengujian adalah sebagai berikut:

# Convergent Validity

Pengujian convergent validity diuji dengan melihat nilai outer loading apakah di atas 0,5 atau tidak. Tabel 3 menunjukkan seluruh nilai loading indikator konstruk memiliki nilai di atas 0,5, meskipun ada satu indikator image yang nilainya di bawah 0,5 akan tetapi cukup dekat nilainya dengan 0,5, sehingga dapat dijelaskan bahwa pengukuran ini memenuhi persyaratan validitas konvergen.

Tabel 3
Hasil Pengujian Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer	Keterangan
		Loading	
	Beristirahat	0,740	Valid
Motivasi	Mencari ketenangan	0,805	Valid
Wisatawan	Kebersamaan dengan keluarga	0,563	Valid
	Kontak dengan alam	0,750	Valid
Vanuasan	Kepuasan terhadap daya tarik wisata	0,733	Valid
Kepuasan Wisatawan	Kepuasan terhadap sarana pendukung	0,820	Valid
vv isatawan	Kepuasan terhadap empati	0,795	Valid
	Iklim	0,494	Valid
Image DTW	Biaya murah	0,599	Valid
	Kondisi alam	0,964	Valid

Data hasil penelitian, diolah (2011)

#### Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* menggunakan nilai akar AVE yang dibandingkan

dengan korelasi antar variabel laten. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4 berikut:

Variabel	AVE	Akar AVE	Skor Korelasi Antar Variabel Laten		
			Motivasi	Kepuasan	Image
Motivasi Wisatawan	0,519	0,720		0,401	0,382
Kepuasan Wisatawan	0,712	0,844	0,401		0,525
ImageDTW	0,614	0,784	0,382	0,525	

Tabel 4 Hasil Pengujian Discriminant Validity

Data hasil penelitian, diolah (2011)

Hasil pengujian menunjukkan nilai akar AVE (average variance extracted) memperlihatkan nilai yang lebih besar daripada skor korelasi antar variabel latennya, sehingga dapat dinyatakan semua konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan.

#### Composite Reliability

Hasil pengujian reliability menggunakan nilai composite reliability untuk variabel motivasi wisatawan, kepuasan wisatawan, image DTW berturut-turut adalah 0,809, 0,881 dan 0,826. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai composite reliability lebih besar dari 0,7. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria composite reliability.

# Pengujian Goodness of Fit Model Struktural (Inner Model)

Pengujian Goodness of Fit model struktural pada inner model menggunakan nilai predictive-relevance (Q2) dan diperoleh menggunakan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_{1^2}) (1 - R_{4^2})$$

Adapun nilai R<sup>2</sup> dari masing-masing variabel endogen dalam penelitian ini, berturutturut variabel kepuasan wisatawan dan image DTW, adalah  $R_{1^2} = 0.374$  dan  $R_{4^2} =$ 0.326. Dengan demikian diperoleh nilai predictive-relevance adalah:

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.374) (1 - 0.326) = 0.5781 = 57.81\%$$

Nilai predictive relevance tersebut mengindikasikan bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model tersebut adalah sebesar 57,81% atau dengan kata lain informasi yang terkandung dalam data 57,81% dapat dijelaskan oleh model tersebut. Sedangkan sisanya 42.19% dijelaskan oleh variabel lain (yang belum terkandung dalam model) dan error. Dengan demikian model struktural yang telah terbentuk telah sesuai

Tabel 5 Hasil Pengujian Hipotesis dalam Inner Model

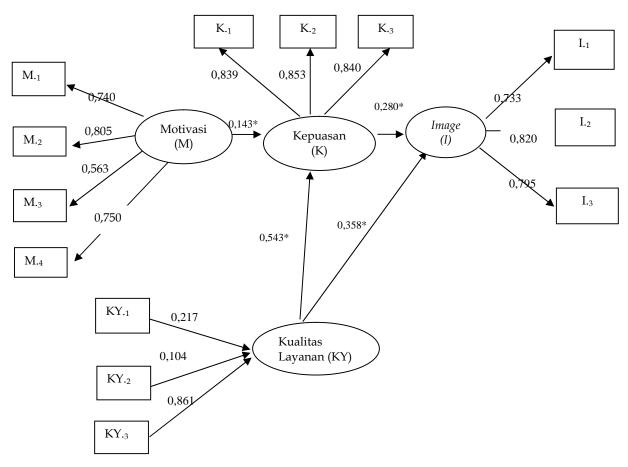
Variabel Dependent	Variabel Independent	Koefisien Jalur Pengaruh Langsung		Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	
		Std size	t-stat	Variabel Moderating	Std size
Kepuasan	Motivasi Wisatawan	0,143	2,344*		
Wisatawan	Kualitas Layanan	0,543	8,272*		
Image DTW	Kualitas Layanan	0,280	3,894*		
	Motivasi dan Kualitas Layanan	0,358	5,334*	Kepuasan Wisatawan	2,80

Data hasil penelitian, diolah (2011).

Keterangan: tanda \* menyatakan signifikan pada taraf 5%

#### Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hasil pengujian hipotesis penelitian dalam inner model (structural model) tercantum dalam Tabel 5. Hasil pengujian hipotesis tersebut secara lengkap digambarkan dalam bentuk jalur-jalur sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Diagram Jalur Hasil Pengujian Hipotesis Inner Model

Berdasarkan Gambar 2, dapat dijelaskan bahwa terdapat bukti empiris untuk menerima semua hipotesis yang mana hubungan antar variabel yang diuji berpengaruh positif, baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### **PEMBAHASAN**

# Pengaruh Motivasi Wisatawan terhadap Kepuasan Wisatawan

Dari hasil penelitian pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa adanya pengaruh positif antara motivasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin tinggi motivasi wisatawan untuk relaksasi, mencari ketenangan, kebersamaan dengan keluarga dan kontak dengan alam, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan wisatawan terhadap kualitas layanan yang diterima pada daerah tujuan wisata. Temuan penelitian ini sejalan dengan kajian yang dilakukan oleh Devesaet al. (2010) di Spanyol, Penelitian yang bertujuan menginvestigasi hubungan antara motivasi dan kepuasan wisatawan, mengungkapkan bahwa motivasi berpengaruh pada kepuasan wisatawan.

Sementara itu, temuan penelitian ini bertentangan dengan temuan dari kajian Yoon dan Uysal (2005). Dimana penelitiannya mengungkapkan bahwa motivasi ber-

pengaruh tidak signifikan pada kepuasan wisatawan. Perbedaan temuan dari kedua penelitian tersebut dapat bersumber dari beberapa hal, diantaranya indikator sebagai parameter yang digunakan, alat analisis data dan objek kajian yang berbeda. Seperti pada penelitian Devesa et al. (2010) motivasi wisatawan dikelompokan ke dalam empat cluster, yaitu 1) Visitor looking for tranquillity, rest and contact with nature, 2. Cultural visitor 3) *Priximity, gastronomic and nature visitor* 4). Return tourist. Dengan menggunakan ANO-VA, faktor dan cluster sebagai alat analisis. Sementara itu, Yoon dan Uysal (2005) menggunakan exciting, education, relaxation, achievement, family togetherness, escape, safety/ fun dan away from home and seeing sebagai parameter motivasi wisatawan. Objek penelitiannya adalah wisatawan yang tinggal di hotel pada Northern Cyprus-Mediterrania, dan dianalisis dengan Structural Equation Modelling (SEM).

Dari uraian tersebut di atas dapat dimaknai bahwa motivasi wisatawan mengunjungi DTW dapat berpengaruh atau tidak berpengaruh positif pada kepuasan yang dirasakan wisatawan terhadap DTW. Dengan demikian, hal ini dapat dijadikan bahan masukan bagi pengelola dan pemerintah terkait dalam merancang strategi pengelolaan sebuah DTW. Terkait dengan hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa motivasi wisatawan berpengaruh positif pada tingkat kepuasan wisatawan, maka ke depan pengelolaan DTW harus selalu menjaga kondisi objek-objek wisata vang ditawarkan agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berwisata di DTW. Beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah tetap membuat DTW dan sekitarnya menjadi daerah yang aman, seperti aman dari teror, keributan, demonstrasi dan sebagainya.

Selanjutnya, membuat situasi dan kondisi di DTW khususnya di tempat objekobjek wisata sebagai tempat yang nyaman untuk berinteraksi dengan keluarga serta alamnya yang tetap terjaga dengan baik.

# Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan

Dari hasil pengujian hipotesis pada 5 memperlihatkan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan, ini dapat dimaknai semakin tinggi kualitas layanan yang ditunjukkan dengan daya tarik objek wisata, kondisi sarana pendukung dan empati masyarakat sekitar kepada wisatawan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan wisatawan. Temuan penelitian ini mendukung teori service menurut Kotler dan Keller (2012) yang menjelaskan bahwa apabila kualitas layanan yang dirasakan melampaui harapan wisatawan, berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi (very satisfy). Sebaliknya, apabila harapannya itu tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkannya atau perusahaan tersebut gagal melayani wisatawannya. Apabila harapannya sama dengan apa yang di peroleh, berarti wisatawan itu puas (satisfy). Secara empiris, temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ibrahim dan Gill (2005), Andaleeb dan Conway (2006), Kandampully dan Hu (2007), Martaleni (2011) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Di sisi lain hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan penelitian, Coreria dan Valle (2007).

Hutcinson, et al. (2009) yang mengatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Perbedaan temuan penelitian tersebut, dapat disebabkan oleh banyak hal, diantaranya: perbedaan tempat penelitian, karakteristik responden, populasi dan jumlah sampel yang digunakan dan sebagainya. Coreria dan Valle (2007) melakukan penelitian tentang "Why people travel to exotic places" dengan populasi wisatawan Portugis. Dari hasil analisisnya menjelaskan bahwa wisatawan Portugis tidak puas terhadap kualitas layanan yang ditawarkan, karena

wisatawan yang datang ke tempat wisata tidak hanya bermotivasi untuk berwisata tapi juga untuk memecahkan konflik yang dirasakan. Bila wisatawan datang ke tempat wisata untuk memecahkan konflik, kemungkinan kualitas layanan yang diberikan tidak menjadi harapannya.

Dari temuan penelitian tersebut, dapat dimaknai bahwa peningkatan kualitas layanan yang diberikan pada DTW tidak serta merta dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, namun, dalam penelitian ini diungkapkan bahwa peningkatan kualitas layanan memberikan dampak positif bagi kepuasan wisatawan. Hal ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan oleh pengelola objek wisata dan pemerintah terkait dalam perencanaan tentang kualitas layanan. Peningkatan kualitas layanan wisata merupakan keharusan yang tidak dapat diabaikan, mengingat kebutuhan dan keinginan wisatawan yang terus berubah dan bervariasi akan produk wisata. Beberapa bentuk peningkatan kualitas layanan wisata yang dapat dilakukan adalah: penambahan objek-objek wisata yang lebih menarik bagi keluarga, akses transportasi yang semakin mudah dan lancar, fasilitas umun yang nyaman dan bersih serta peningkatan empati petugas melalui pelayanan yang lebih ramah, dan lebih komunikatif.

# Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Image

Dari hasil penelitian pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap *image*. Artinya semakin tinggi kualitas layanan wisata yang diwujudkan dengan daya tarik objek wisata, sarana pendukung dan empati, maka akan semakin tinggi pula *image* wisatawan terhadap DTW Malang Raya sebagai daerah tujuan wisata yang memiliki iklim yang sejuk, berbiaya murah dan sebagai daerah tujuan wisata alam.

Temuan penelitian ini mendukung teori dari Kotler dan Kelller (2012) yang menjelaskan bahwa *image* merupakan bagian penting dalam menilai kualitas jasa.

Apabila dalam pikiran wisatawan sudah tertanam kesan yang positif kepada perusahaan jasa tertentu, meskipun terjadi beberapa kesalahan dalam penyampaian jasa, maka kekurangan ini dapat ditutup oleh *image* positif ini. Hasil kajian empiris ini mendukung temuan dari Kandampully dan Hsin-Hui Hu (2007); Martaleni (2011) dimana temuannya mengungkapkan bahwa kualitas layanan wisata berpengaruh signifikan pada *image*.

Penjelasan ini memberikan pemahaman bahwa agar image daerah tujuan wisata Malang Raya selalu positif, maka pihak yang berwenang di Malang Raya harus selalu meningkatkan kualitas layanan dari daya tarik obyek wisata yang ditawarkan pada wisatawan. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang dapat dilakukan melalui pembenahan obyekobyek wisata yang ada, meningkatkan skill sumberdaya manusia, dan memberikan edukasi pada masyarakat sekitar akan arti pentingnya memberikan perhatian pada wisatawan. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hankinson (2005) dan Kandampully, Hsin-Hui Hu (2007) masing-masing melakukan penelitian di daerah tujuan wisata UK dan Hotel di Mouritius. Kedua penelitian tersebut dapat mengungkapkan bahwa, semakin meningkat kualitas layanan yang diberikan oleh daerah tujuan wisata dan hotel akan semakin meningkatkan image wisatawan terhadap daerah tujuan wisata dan hotel. Temuan ini dapat dimaknai bahwa penelitian yang dilakukan pada objek kajian dan daerah yang berbeda, dapat menghasilkan temuan yang sama.

# Pengaruh Motivasi Wisatawan dan Kualitas Layanan terhadap *Image* melalui Kepuasan

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa adanya pengaruh positif secara tidak langsung antara motivasi wisatawan dan kualitas layanan terhadap *image* melalui kepuasan. Hal ini memberikan makna bahwa semakin tinggi motivasi wisatawan

216

untuk berwisata dan tingginya nilai kualitas layanan wisata akan dapat meningkatkan image daerah tujuan wisata dengan terlebih dulu wisatawan merasa puas terhadap DTW.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Kandampully dan Hsin-Hui Hu (2007), Chi dan Qu (2008) yang menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan dengan image. Demikian juga dalam temuan penelitian Kandampully dan Hsin-Hui Hu, 2007; Chen dan Tsai, 2007; Chi dan Qu, 2008; Brunner. Stocklin, dan Opwis, 2008; Park, D-Y dan Yoon, Y-S, 2009; Chen dan Chen, 2010) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi citra (image). Ini dapat diartikan bahwa penelitian yang dilakukan pada obyek dan lokasi yang berbeda dapat berlaku juga pada penelitian ini, yang memilih daerah tujuan wisata sebagai obyek kajiannya. Pemenuhan kepuasan wisatawan merupakan faktor penting yang secara tidak langsung dapat meningkatkan image DTW Malang Raya.

Kepuasan wisatawan pada daerah tujuan wisata Malang Raya dapat terpenuhi bila kenyataan yang mereka rasakan akan adanya daya tarik obyek wisata, sarana pendukung yang memadai, petugas yang ramah dan penduduk yang bersahabat sesuai dengan harapan. Daya tarik obyek wisata yang ditawarkan harus benar-benar bervariasi sesuai kebutuhan wisatawan. Sebagai contoh adanya wisata rekreasi yang menarik dan nyaman, wisata belanja dengan keragaman produk yang berkualitas, pelayanan dengan penuh keramahan dan harga yang terjangkau serta keindahan alam yang tetap terjaga.

## SIMPULAN DAN SARAN Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut. Pertama, semakin tinggi motivasi wisatawan untuk beristirahat (relaksasi) bersama keluarga dalam rangka mencari ketenangan/keheningan di tempat yang dapat langsung kontak dengan alam, akan semakin mempertinggi kepuasan wisatawan terhadap DTW Malang Raya. Kedua, semakin menarik obyek wisata dengan dilengkapi sarana pendukung yang baik disertai dengan keramahan dan empati petugas dan penduduk terhadap wisatawan, semakin mempertinggi kepuasan wisatawan. Keadaan ini secara langsung dapat memperkuat image DTW Malang Raya. Ketiga, semakin tinggi motivasi wisatawan dan kualitas layanan wisata secara tidak langsung melalui kepuasan wisatawan dapat memperkuat image DTW Malang Raya sebagai DTW yang memiliki iklim sejuk, berbiaya murah dan kondisi alam yang indah.

#### Saran

Kajian image DTW akan lebih lengkap apabila melibatkan semua wisatawan, yaitu wisatawan nusantara, wisatawan bisnis serta wisatawan mancanegara. Sementara itu dalam peneitian ini hanya melibatkan wisatawan nusantara. Oleh karena itu untuk penelitian berikutnya disarankan untuk melakukan kajian dengan melibatkan wisatawan bisnis dan mancanegara sehingga akan diperoleh informasi yang lebih dalam dan menyeluruh tentang image DTW Malang Raya.

#### DAFTAR PUSTAKA

Andaleeb, S. S dan Conway. 2006. Customer Satisfaction in The Restaurant Industry: An Examination of The Transaction-Specific Model. Journal or Service *Marketing* 20(1): 3-11.

Anonim, 2014. Tourism Highlights. World Tourism Organization UNWTO

Anonim. 2012. Rencana Strategis (RENSTRA) Direktorat Pengembangan Destinasi Wisata 2012-2014, Kementerian Pariwisata Kreatif.

Brunner, T. Stocklin, M dan Opwis, K. 2008. Satisfaction, Image, and Loyalty: New Versus Experienced Customers. European Journal of Marketing 42(9): 1095-1105.

- Chen, C. F dan F-S Chen. 2010. Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavirol Intentions For Heritage Tourists. Tourism Management 31(1): 29-35.
- Chen, C. F dan D. C. Tsai. 2007. How Destination Image and Evaluation Factors affect Behavioral Intentions. Tourism Managemen (28): 1115-1122.
- Chi, C, G. G dan Qu, Hailin. 2008. **Examining The Structural Relationships** Of Destination Image, Tourist Satisfac-Loyalty: An integrated approach. Tourism Management 29(4): 624-636.
- Correia, A dan P. O. D. Valle. 2007. Why People Travel Exotic Places. to International Journal of Culture 1(1): 45-
- Devesa, M., M Laguna dan A. Palacios. 2010. The Role Motivation In Visitor Satisfaction: Empirical Evidence In Rural. Tourist. Tourism Management 31(4): 557-542.
- Fandeli, C. 2008. Mengembangkan Pariwisata Berbasis Masyarakat, Pusat Studi Pariwisata Universitas Gajah Mada.
- Faullant, R., K. Matzler dan J. Fuller. 2008. The Impact of Satisfaction and Image on Loyalty: The Case of Alpine Ski Resorts. Managing Service Quality 18(2): 163-178.
- Hankinson, G. 2005. Destination Brand Image A Business Tourism Perspective. *Journal Of Service Marketing* 19(1): 24-32.
- Hutchinson, J., F. Lay dan Y. Wang. 2009. Understanding The Relationships Of Quality Value, Equity, Satisfaction, And Behavioral Intentions Among Golf Travelers. Tourist Management 30(2): 298-308.
- Ibrahim, E.E dan J. Gill. 2005. A Positioning Strategy for a Tourism Destination, Based on Analysis of Customers Perception and Satisfactions. Marketing Intelegence and Planning 23(2): 172-188.
- Kandampully dan H. H. Hu. 2007. Do Hoteliers Need To Manage Image To Retain Loyal Customer? International

- Journal Of Contemporary Hospitality Management 19(6): 435 - 443
- Kotler, P dan K. L Keller. 2012. Marketing Management, 14 nd Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Labato, L. H dan M. M. S. Radila. 2006. Tourism Destination Image, satisfaction and Loyalty: A study in Ixtapa-Zihuantanego. Tourism Geographies 8(4): 343-358.
- Lamb, C. W., J. F Hair dan C. Mc Daniel. 2005. Pemasaran, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Martaleni. 2010a. Arti dan Pengukurann Image Daerah Tujuan Wisata. Jurnal Manajemen Gajayana (JMG) 7(1): 49-56.
- \_.2010b. Pengembangan Pariwisata Pemberdayaan sebagai Ekonomi Masyarakat, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan I, UB-Malang, 263-271
- .2011. Image Daerah Tujuan Wisata: Suatu Tinjauan Dari Perspektif Wisatawan Nusantara. EKUITAS, Jurnal Ekonomi dan Keuangan 15(4): 501-522.
- Mohammad, B. A. M, dan A. P. M. Som. 2010. An Analysis Push and Pull Travel Motivation of Foreign Tourists to Jordan. International Journal of Business and Management 5(12): 41-50.
- Park, D. B dan Y. S. Yoon. 2009. Segmentation by Motivation in Rural A Korean Case Study. Tourism: *Tourism Management* 30(1): 99-108.
- Pitana, I. G dan I. K. S. Diarta. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Andi Ofset, Yogyakarta
- Solimun, 2008. Memahami Metode Kuantitatif Mutakhir: Structural **Equation** Modeling and Partial Least Square, Program Studi Statistika **FMIPA** Universitas Brawijaya, Malang.
- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2011. Service, Quality and Satisfaction. Andi. Yogvakarta.
- Tsung, H. L. 2009. A Structural Model for Examing How Destination Image and Interpretation Services Affect Future Visitation Behavior: a case study of

- Taiwan's Taomi eco-village. Journal of *Sustainable Tourism* 17(6): 727-745.
- Vellas, F dan L. Becherel. 2008. Pemasaran Pariwisata International Sebuah Pendekatan Strategis. Yayasan Obor Indonesia.
- Wu, C. H, J. 2007. The Impact of customerto-customer Interaction and Customer Homogenity on Customer Satisfaction in Tourism service-the service Enconter Prospective, **Tourism** Management 289(6): 1518-1528.
- Yoeti, H. O. A. 2006. Tours and Travel Marketing, PT. Pradnya Paramita, Jakarta

- Yoon, Y dan M. Uysal. 2005. An Examinatin of the Effects of Motivation and satisfaction on Destination Loyaty: a Structural Model. Tourist Management 26(1): 45-56.
- Yuksel, A. Yuksel, F dan Y. Bilim. 2010. Destination attachment: Effects on Customer Satisfaction and Cognitive an Conative loyalty. Tourism Management 31(2): 274-284.

# PERANAN DUKUNGAN SOSIAL PADA INTERAKSI POSITIF PEKERJAAN-KELUARGA DAN KEPUASAN HIDUP

## **Endang Dhamayantie**

edhamayantie@yahoo.com

#### Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

#### **ABSTRACT**

The objectives of this research is to examine and analyze the role of professional and personal social support on of both directions of positive interactions of work-family (work-family enrichment and family-work enrichment) and life satisfaction of employees on the work and family. The research was conducted on the employees from three public sector organizations in Pontianak, includes health service, finance and telecomunication sector. The data was collected from 120 employees. Samples were determined through purposive sampling method with sample criteria that worked in the public sector and are married. Methods of data collection by questionnaire. Data was analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS). The results showed that 1) professional social support has significant positive effect on work-family enrichment; 2) personal social support has significant positive effect on family-work enrichment; 3) work-family enrichment has significant positive effect on family satisfaction; 5) family-work enrichment has no significant effect on job satisfaction; and 6) family-work enrichment has significant positive effect on family satisfaction.

Keywords: Profesional Social Support, Personal Social Support, Work-Family Enrichment, Family-Work Enrichment, Job Satisfaction, Family Satisfaction.

#### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis peranan dukungan sosial profesional dan personal terhadap dua arah interaksi positif pekerjaan-keluarga (pengayaan pekerjaan-keluarga dan pengayaan keluarga-pekerjaan) serta kepuasan hidup karyawan pada pekerjaan dan keluarga. Penelitian dilakukan pada karyawan tetap dari tiga organisasi sektor publik di Kota Pontianak, mencakup sektor pelayanan kesehatan, keuangan dan telekomunikasi. Data dikumpulkan dari 120 karyawan. Sampel ditentukan melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria sampel yang bekerja pada sektor publik dan sudah menikah. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) dukungan sosial profesional berpengaruh positif signifikan terhadap pengayaan pekerjaan-keluarga; 2) dukungan sosial personal berpengaruh positif signifikan terhadap pengayaan keluarga-pekerjaan; 3) pengayaan pekerjaan-keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga; 5) pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga; 3) pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga; dan 6) pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga.

Kata kunci: Dukungan Sosial Profesional, Dukungan Sosial Personal, Pengayaan Pekerjaan-Keluarga, Pengayaan Keluarga-Pekerjaan, Kepuasan Kerja, Kepuasan Keluarga.

#### **PENDAHULUAN**

Pekerjaan dan keluarga merupakan dua domain kehidupan yang berbeda namun saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Artinya, kedua domain tersebut tidak dapat dipisahkan dan saling mempengaruhi, namun tuntutan pekerjaan seringkali bertentangan dengan tuntutan keluarga. Bahkan, seringkali pekerjaan didesain seolah-olah karyawan tidak mempunyai tanggung jawab keluarga (Bailyn et al., 2001) Hal ini menimbulkan konflik antar peran (Greenhaus dan Beutell, Hasilnya, sebagian besar studi-studi interaksi pekerjaan-keluarga memfokuskan pada pengaruh negatif interaksi kedua domain tersebut (Bhargava dan Baral, 2009; Brummelhuis dan Bakker, 2012; Chu, 2010; Grzywacz dan Marks, 2000; McNall et al., 2009; Stoddard dan Madsen, 2007).

Kritik muncul terhadap gagasan yang menyatakan bahwa peran pekerjaan dan keluarga selalu bersaing (Brummelhuis dan Bakker, 2012; Haar dan Bardoel, 2008; Greenhaus dan Powell, 2006), karena pada dasarnya kedua peran dapat saling memberikan manfaat dan berpengaruh positif. Pengaruh positif antar peran muncul ketika keterlibatan individu dalam berbagai peran dalam waktu yang bersamaan (misalnya peran dalam pekerjaan dan keluarga) saling memberikan manfaat yang mungkin dapat lebih besar dibandingkan biayanya (Wayne, 2009).

Manfaat yang diperoleh individu seperti keterampilan dan perilaku baru dalam domain pekerjaan atau pengalaman suasana hati positif dan peningkatan harga diri dalam domain keluarga ditransfer ke domain lainnya. Jika individu berhasil mengaplikasikan manfaat pada domain lainnya dan memungkinkan individu berfungsi lebih efektif dalam peran lainnya, maka dikatakan terjadi interaksi positif pekerjaankeluarga (Wayne, 2009). Aspek penting dalam perkembangan literatur sisi positif interaksi pekerjaan-keluarga adalah berbagai istilah yang digunakan peneliti untuk mengeksplorasi konsep tersebut, namun istilah yang banyak digunakan peneliti untuk menggambarkan interaksi positif pekerjaan-keluarga berdasarkan tinjauan 19 penelitian yang dilakukan Greenhaus dan Powell (2006) adalah pengayaan pekerjaankeluarga (work-family enrichment). Mirip dengan konsep konflik pekerjaan-keluarga, pengayaan memiliki sifat dua arah yaitu

pengayaan pekerjaan-keluarga (work-family enrichment) dan pengayaan keluargapekerjaan (family-work enrichment) (Frone, 2003).

Perkembangan studi-studi tentang interaksi positif pekerjaan-keluarga tidak terlepas dari kerangka teoritis yang dipaparkan Sieber (1974) tentang teori akumulasi peran dan Marks (1977) melalui pendekatan ekspasionis. Teori akumilasi peran Sieber menjelaskan mengapa individu memilih untuk berpartisipasi dalam beragam peran. Menurut Sieber (1974), individu memperoleh beragam penghargaan dengan mengambil domain yang beragam, seperti keistimewaan peran yang lebih besar, ketegangan yang rendah dalam satu peran mengurangi pengaruh pada peran lain, peningkatan status yang lebih besar, dan pengayaan kepribadian (misalnya fleksibel, lebih toleransi terhadap ketidakcocokan) yang mengarah kepada kepuasan peran lebih besar dibandingkan stres. Sementara pendekatan ekspasionis dari Marks menyatakan bahwa beberapa peran memungkinkan menghasilkan pengaruh positif dalam bentuk meningkatnya energi pada peran lain. Keefektifan menangani beragam peran majemuk akan nampak terutama bagi individu yang memiliki sumberdaya yang lebih banyak atau mungkin lebih penting dan lebih tepat (Schultz, 2009). Hal ini berdasarkan pada pengalaman pengayaan yang tinggi pada satu peran akan dapat mengurangi konflik peran lainnya.

Mengelola interaksi positif pekerjaan dan keluarga secara simultan merupakan tantangan yang terus-menerus akan dihadapi organisasi dan individu yang bekerja dan memiliki tanggung jawab keluarga. Interaksi positif antara kehidupan pekerjaan dan keluarga menduduki posisi penting dalam kehidupan karyawan, organisasi, dan profesional sumberdaya manusia bilamana praktik-praktik sumberdaya manusia di tempat kerja ingin menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif. Perhatian yang diberikan organisasi terhadap karyawan tentang manfaat mengkombinasikan peran pekerjaan dan keluarga akan membantu karyawan dalam mengelola tanggung jawab kedua domain (Stoddard dan Madsen, 2007), memungkinkan memberikan solusi bagi organisasi untuk menarik dan mempertahankan individu yang kapabel (Rashid et al., 2011), dan memberikan peningkatan outcome yang berhubungan dengan individu, keluarga dan organisasi (Bhargava dan Baral, 2009; McNall et al., 2009). Untuk itu, pendekatan holistik diperlukan untuk menghadapi tantangan dalam menyatukan kehidupan pekerjaan dan keluarga agar dapat memberikan hasil yang lebih produktif (Bailyn et al., 2001).

Berdasarkan tipologi Allen et al. (2000), konsekuensi dari interaksi pekerjaankeluarga mencakup kategori yang berkaitan dengan pekerjaan (kepuasan kerja, komitmen afektif, keinginan berpindah kerja), kategori yang berkaitan dengan bukan pekerjaan (kepuasan keluarga dan kepuasan hidup) dan kategori yang berkaitan dengan kesehatan (kesehatan fisik dan mental). Hasil investigasi analisis meta yang dilakukan McNall et al. (2009) terhadap 21 studi pengayaan pekerjaan-keluarga dan 25 studi pengayaan keluarga-pekerjaan, baik yang dipublikasikan maupun tidak, menunjukkan bahwa konsekuensi pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga pekerjaan mencakup aspek-aspek yang berhubungan dengan pekerjaan (kepuasan kerja, komitmen afektif, keinginan berpindah pekerjaan), yang tidak berhubungan dengan pekerjaan (kepuasan keluarga, kepuasan hidup) dan kesehatan (fisik, mental). Penelitian lainnya menunjukkan konsekuensi dari interaksi positif pekerjaan-keluarga seperti kinerja, kepuasan kerja, kepuasan keluarga, kepuasan hidup, komitmen afektif, dan perilaku sosial organisasi (Bhargava dan Baral, 2009; Carlson et al., 2010; Hasan et al., 2009).

Implikasi bagi individu dan organisasi adalah berusaha memfokuskan pada caracara untuk meningkatkan interaksi positif

pekerjaan-keluarga sebagai alternatif mengurangi dampak negatif dari konflik pekerjaan-keluarga (McNall et al., 2009; Warner dan Hausdorf, 2009). Untuk pengembangan karir dan keseimbangan dalam hubungan keluarga beberapa aspek sumberdaya yang diperlukan antara lain dukungan sosial profesional dan personal (Ezzedeen dan Ritchey, 2009). Dukungan sosial profesional diperoleh dari atasan, mentor, rekan kerja, dan orang lain yang ada dalam domain pekerjaan, sementara dukungan sosial personal diperoleh dari lingkungan keluarga seperti pasangan (suami/istri), anak-anak, orang tua/mertua, dan teman-teman. Dukungan sosial profesional dan personal diperlukan mengingat tuntutan dunia kerja yang semakin berat dan kebutuhan anggota keluarga akan perhatian. Dalam domain pekerjaan, berbagai tekanan terjadi seperti jam kerja, jadwal kerja yang tidak fleksibel, konflik peran, ambiguitas peran, kegiatan yang membatasi gerak, dan harapan dari atasan (Greenhaus dan Beutell, 1985). Dalam domain keluarga, tekanan dapat ditimbulkan dari anak-anak yang masih kecil, pekerjaan suami/istri, kurangnya keluarga besar, dukungan pasangan, pertengkaran dalam keluarga, dan harapan anggota keluarga akan kehangatan dan sifat terbuka (Higgins dan Duxbury, 1992).

Pentingya pengkajian peranan dukungan sosial terhadap interaksi positif pekerjaan-keluarga dan kepuasan hidup juga tidak terlepas dari kondisi riil yang nampak. Peningkatan jumlah wanita dalam angkatan kerja di Indonesia (43,5% dari seluruh peningkatan angkatan kerja), jumlah pasangan karir ganda (dual-career family) dimana suami dan istri memiliki pekerjaan dan tanggung jawab keluarga sehingga mayoritas anak-anak tumbuh dengan kedua orang tua yang bekerja di luar rumah (Mondy, 2008) dan meningkatnya jumlah rumah tangga perorang tua tunggal akibat perceraian (hingga 2010, angka perceraian di Indonesia meningkat 70%), merupakan tantangan dan peluang bagi organisasi untuk peka dan lebih fleksibel terhadap kebutuhan individu.

Dukungan sosial merupakan sumberdaya yang penting dalam memperkaya hubungan peran pekerjaan dan keluarga, namun penelitian-penelitian tentang interaksi positif pekerjaan-keluarga sebelumnya belum banyak mengeksplorasi peranan tersebut. Hasil-hasil penelitian sebelumnya lebih banyak mengeksplorasi anteseden interaksi positif pekerjaan-keluarga seperti karakteristik personal (pendidikan, pendapatan, gender, ras) dan stres (stres pe kerjaan, stres keluarga), serta keterlibatan psikologis di tempat kerja dan rumah (Grzywacz dan Marks, 2000; Washington, 2006). Terbatasnya hasil-hasil penelitian empiris yang menguji pengaruh dukungan sosial dengan interaksi positif pekerjaankeluarga dan kepuasan hidup, memungkinkan untuk mengkaji lebih lanjut peranan dukungan sosial yang secara logis membantu karyawan mengelola peran dalam domain pekerjaan dan keluarga. Selain itu, dukungan sosial telah digunakan sebagai anteseden dalam penelitian interaksi negatif pekerjaan-keluarga (MdSidin et al., 2010; Namayandeh et al., 2010; Ryan et al., 2001), sehingga dukungan sosial yang dapat memberikan bantuan instrumental untuk membantu karyawan mengubah tuntutan pekerjaan dan keluarga yang saling bersaing menjadi saling memberikan manfaat, memungkinkan juga untuk digunakan dalam penelitian interaksi positif pekerjaankeluarga. Penelitian Bhargava dan Baral (2009) menunjukkan dukungan sosial krusial untuk pengayaan pekerjaan-keluarga.

Objek penelitian berfokus pada karyawan tetap yang telah menikah dan bekerja pada sektor publik di Kota Pontianak yang banyak terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan pelayanan kepada masyarakat. Sektor publik di Kota Pontianak telah menjadi bagian penting dari setiap upaya reformasi birokrasi dalam menyajikan pelayanan bagi pemenuhan kebutuhan serta akomodasi berbagai kepentingan dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, untuk memenuhi tuntutan tersebut, dukungan sosial diperlukan karyawan sebagai satu fungsi ikatan sosial untuk mengurangi beban atau permasalahan yang dihadapi karyawan sektor publik dalam domain pekerjaan dan keluarga sehingga menghasilkan pekerjaan yang berkualitas.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dukungan sosial terhadap interaksi positif pekerjaan-keluarga dan kepuasan hidup pada karyawan sektor publik di Kota Pontianak. Pengujian ini relevan untuk dilakukan mengingat masalah yang dihadapi karyawan sektor publik terkait dengan sifat pekerjaan yang dimiliki karyawan di sektor publik seperti beban kerja berlebihan dan tekanan waktu ditempat kerja seperti banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan, disamping tuntutan keluarga yang harus dipenuhi.

## TINJAUAN TEORETIS Dukungan Sosial

menggambarkan Dukungan sosial hubungan individu dengan lingkungan sosialnya. Hubungan ini melibatkan berbagai aspek dukungan yang diterima individu atau komunitas sosial dari orang lain dan lingkungan sosial yang lebih luas. Dukungan sosial menurut Gotlieb (1983) merupakan informasi verbal atau non verbal, saran, bantuan nyata atau tingkah laku yang diberikan orang-orang yang dekat dengan subjek di dalam lingkungan sosialnya atau berupa kehadiran dan hal-hal yang memberikan keuntungan emosional atau berpengaruh pada tingkah laku penerimanya. Dengan adanya dukungan sosial ini seseorang akan merasa mudah dalam menjalankan peran yang beragam.

Sarafino (1990) membagi dukungan sosial dalam lima macam antara lain dukungan instrumental, informasional, emosional, harga diri dan kelompok sosial. Dukungan instrumental merupakan bentuk dukungan berupa penyediaan materi seperti pinjaman uang, pemberian barang, makanan serta pelayanan. Dukungan

informasional merupakan bentuk dukungan yang mencakup pemberian informasi, saran atau umpan balik tentang situasi dan kondisi individu. Dukungan emosional adalah bentuk dukungan yang membuat individu memiliki perasaan nyaman, yakin, diperdulikan dan dicintai oleh sumber dukungan sosial sehingga individu dapat menghadapi masalah dengan lebih baik. Dukungan pada harga diri adalah bentuk dukungan berupa penghargaan positif pada individu, pemberian semangat, persetujuan pada pendapat individu, perbandingan yang positif dengan individu lain. Dukungan dari kelompok sosial adalah bentuk dukungan yang akan membuat individu merasa sebagai anggota dari suatu kelompok yang memiliki kesamaan minat dan aktifitas sosial dengannya.

Berdasarkan sumbernya, dukungan sosial dibagi menjadi dua kategori yaitu dukungan sosial dari domain pekerjaan (dukungan sosial profesional) dan dukungan sosial dari domain keluarga (dukungan sosial personal). Dukungan sosial profesional dapat diperoleh dari supervisor, mentor, rekan kerja dan pihak lain yang berhubungan dengan pekerjaan, sementara dukungan sosial personal diperoleh dari pasangan (suami/istri), orang tua, anakanak dan teman-teman (Ezzedeen dan Ritchey, 2009). Dukungan sosial profesional dapat mengurangi beban yang diterima dalam pekerjaan, sedangkan dukungan sosial personal mengurangi beban dalam peran keluarga.

### Interaksi Positif Pekerjaan-Keluarga

Dasar yang dapat digunakan untuk menjelaskan interaksi positif pekerjaan-keluarga adalah teori pertukaran sosial yang dikemukakan Blau (1964). Teori pertukaran sosial menekankan tindakan sukarela individu yang dimotivasi oleh hasil yang diharapkan dari orang lain. Tiga poin utama dari teori tersebut adalah tindakan sukarela, hasil yang diharapkan, dan hasil yang diperoleh dari pihak lain. Misalnya, karyawan yang membantu rekannya yang

menghadapi beban kerja yang berlebih berharap rekannya akan melakukan hal yang sama untuk dirinya (Zhang et al., 2011). Aplikasi teori ini dalam interaksi pekerjaan-keluarga adalah bila karyawan merasakan organisasi mereka membantu mereka mengelola peran pekerjaan dan keluarga, mereka kemungkinan merasa didukung dan diperhatikan oleh organisasi (McNall et al., 2009), seperti perasaan positif terhadap pekerjaan dan organisasi.

Gagasan bahwa kehidupan pekerjaan dan keluarga dapat saling memberikan manfaat diperkenalkan Sieber (1974) dan Marks (1977). Menurut Wayne (2009), keduanya pertama kali menantang hipotesis "kelangkaan sumberdaya" dan berpendapat bahwa keterlibatan dalam beragam peran memberikan manfaat yang mungkin dapat lebih besar dibandingkan biayanya serta memberikan dasar teori pengaruh positif beragam peran yang memperluas lensa interaksi pekerjaan-keluarga dari perspektif konflik.

Sieber melalui teori peningkatan peran menjelaskan bahwa beragam peran dapat dihubungkan dengan berbagai penghargaan seperti keistimewaan peran, keamanan status, sumberdaya, pengayaan pribadi, dan kepuasan diri. Dengan kata lain keterlibatan dalam beragam peran dapat meningkatkan fungsi dalam peran lain lebih baik (Washington, 2006).

Marks (1977) kemudian mengembangkan teori ekspansi dalam merespon hipotesis kelangkaan. Marks memandang energi manusia sebagai fenomena supply-demand dan berpendapat bahwa ketika individu menggunakan energi untuk menampilkan beragam peran, tubuh akan menghasilkan energi untuk menampilkan peran lain. Marks menegaskan bahwa ketegangan peran tidak disebabkan oleh pertentangan tuntutan peran yang berbeda tetapi oleh ketidakseimbangan peran, dimana terdapat perbedaan kepentingan antara peran yang dijalankan, dan ketegangan peran tidak akan terjadi bila semua komitmen memiliki nilai-nilai positif atau negatif yang sama.

Karena norma-norma dan peran budaya dalam keluarga dan organisasi berubah secara dramatis, peningkatan perhatian terhadap teori ekspansi telah membawa para peneliti untuk berpikir ulang tentang hubungan positif antara peran pekerjaan dan keluarga (Zhang et al., 2011).

Selanjutnya Crouter (1984) mengungkapkan teori limpahan positif, teori ini potensi-potensi mengenalkan limpahan positif interaksi pekerjaan-keluarga dan sebaliknya berupa dukungan kehidupan keluarga, fasilitasi, dan meningkatkan kehidupan kerja. Berbeda dengan konflik pekerjaan-keluarga, pengayaan pekerjaankeluarga merujuk pada sejauh mana pengalaman dalam satu peran meningkatkan kualitas hidup dalam peran lain (Greenhaus dan Powell, 2006). Greenhaus dan Powell (2006) menyatakan bahwa istilah pengayaan sinonim dengan peningkatan, limpahan positif, dan fasilitasi. Persamaannya adalah masing-masing konstruk menggambarkan saling mempengaruhi secara positif antara pekerjaan dan keluarga. Sama halnya dengan konflik pekerjaan-keluarga, pengayaan mempunyai sifat dua arah. Artinya, manfaat yang diperoleh dari pekerjaan dan diaplikasikan pada keluarga (pengayaan pekerjaan terhadap keluarga) atau diperoleh dari keluarga dan diaplikasikan pada pekerjaan (pengayaan keluarga terhadap pekerjaan).

Carlson et al. (2006) mengembangkan dan memvalidasi skala untuk mengukur pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan. Arah pekerjaan terhadap keluarga mencakup pengembangan, afek dan modal. Pengembangan terjadi bila keterlibatan dalam pekerjaan membawa pada perolehan atau perbaikan keterampilan, pengetahuan, perilaku, atau cara memandang sesuatu yang membantu individu menjadi anggota keluarga lebih baik. Afek didefinisikan bila keterlibatan dalam pekerjaan menghasilkan keadaan emosional positif atau sikap yang membantu individu menjadi anggota keluarga lebih baik. Modal terjadi bila keterlibatan dalam pekerjaan menghasilkan tingkat sumberdaya psikososial seperti rasa aman, keyakinan, prestasi, atau pemenuhan diri yang membantu individu menjadi anggota keluarga lebih baik. Sementara arah keluarga terhadap pekerjaan mencakup pengembangan, afek dan efisiensi. Pengembangan terjadi bila keterlibatan dalam keluarga membawa pada perolehan atau perbaikan keterampilan, pengetahuan, perilaku atau cara memandang sesuatu yang membantu individu menjadi karyawan lebih baik. Afek terjadi bila keterlibatan dalam keluarga menghasilkan keadaan emosional positif atau sikap yang membantu individu menjadi karyawan lebih baik. Efisiensi terjadi bila keterlibatan dalam keluarga memberikan perasaan fokus atau perasaan urgensi yang membantu individu menjadi karyawan lebih baik.

Meskipun riset-riset telah banyak mendemostrasikan bahwa kehidupan pekerjaan dan keluarga mempunyai kapabilitas untuk memperkaya peran lain, masih sedikit risetriset empirik yang didesain untuk memahami seluk beluk proses pengayaan (Schultz, 2009).

#### Kepuasan Hidup

Dalam kehidupan organisasi modern, kepuasan hidup karyawan dijadikan ukuran tingkat kematangan organisasi, dan tanda bahwa organisasi dikelola dengan baik. Oleh karena itu, organisasi melalui departemen sumber daya manusia harus senantiasa memonitor kepuasan karyawan sebagai upaya antisipasi dampak negatif terhadap kepuasan yang rendah. Kepuasan hidup dibagi menjadi tiga bagian yaitu kepuasan kerja, kepuasan keluarga dan kepuasan kesejahteraan (Rashid *et al.* 2011). Dalam penelitian ini kepuasan hidup yang digunakan yaitu kepuasan kerja dan kepuasan keluarga.

Schermerhorn (2002) menjelaskan bahwa kepuasan kerja merupakan sebuah sikap yang penting dan dapat mempengaruhi perilaku di tempat kerja. Robbins (2003) mendeskripsikan kepuasan kerja yang merujuk ke sikap umum seseorang individu terhadap pekerjaannya yang menunjukkan kalau seseorang dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan memperlihatkan sikap positif terhadap pekerjaannya, sebaliknya seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya menunjukkan sikap yang negatif terhadap perkerjaan. Sementara Luthans (2005) mendefinisikan kepuasan kerja adalah sikap yang dimiliki karyawan mengenai pekerjaannya. Kepuasan kerja menunjukkan sikap pribadi seseorang sehingga kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan tiap-tiap karyawan jelas berbeda.

Luthans (2005) membagi kepuasan kerja menjadi tiga dimensi. Pertama, kepuasan kerja adalah suatu emosi yang merupakan respon terhadap situasi kerja. Hal ini tidak dapat dilihat tetapi hanya dapat dirasakan dan akan tercermin dalam sikap karyawan. Kedua, kepuasan kerja dinyatakan dengan hasil yang sesuai atau bahkan melebihi yang diharapkan. Ketiga, kepuasan kerja biasanya dinyatakan dalam sikap, misalnya semakin loyal pada perusahaan, bekerja dengan baik, berdedikasi tinggi pada perusahaan, tertib dan mematuhi peraturan serta sikap-sikap lain yang bersifat positif. Kepuasan keluarga merujuk pada reaksi afektif terhadap keluarga, yang merefleksikan sejauh mana individu mempunyai perasaan positif tentang situasi keluarga mereka. Dengan kata lain, kepuasan keluarga merupakan keadaan emosional yang menyenangkan (positif) yang berasal dari penilaian seseorang sebagai anggota keluarga. Seseorang yang mempunyai sikap positif terhadap keluarga nya berarti mempunyai kepuasan keluarga yang tinggi, sebaliknya seseorang yang mempunyai sikap negatif terhadap keluarganya, berarti mempunyai tingkat kepuasan keluarga yang rendah (Frone et al., 1992).

## Hubungan Dukungan Sosial dengan Interaksi Positif Pekerjaan-Keluarga

Powell dan Greenhaus (2006) memberikan sebuah model untuk memahami bagaimana proses satu peran dapat memperkaya peran yang lain. Dalam modelnya, Powell dan Greenhaus (2006) menyatakan salah satu sumberdaya yang dapat dihasilkan dalam satu peran yang mempengaruhi kualitas kehidupan dalam peran yang lain adalah sumberdaya modal sosial.

Dukungan sosial profesional diperoleh dari supervisor, mentor, rekan kerja dan pihak lain yang berhubungan dengan pekerjaan. Dukungan supervisor atau mentor menggambarkan persepsi karyawan apakah supervisor atau mentor sensitif terhadap masalah-masalah yang berhubungan dengan pekerjaan. Dukungan supervisor krusial untuk pengayaan pekerjaan-keluarga karena supervisor dapat mengurangi beban dan ketegangan dalam pekerjaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Bhargava dan Baral (2009) yang menunjukkan bahwa dukungan supervisor merupakan prediktor pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan.

Dukungan dari rekan kerja diperoleh di tempat kerja dari interaksi dengan semua karyawan. Menurut Mustafa et al. (2012), rekan kerja mempunyai peluang yang unik untuk memberikan dukungan karena mereka mempunyai pemahaman yang jelas tentang sifat tekanan yang dihadapi rekan kerjanya. Rekan kerja menawarkan bantuan emosional dan instrumental terhadap karyawan untuk menyeimbangkan peran pekerjaan dan keluarga. Rekan kerja memiliki posisi optimal untuk menawarkan dukungan bagi karyawan untuk menghadapi konflik pekerjaan-keluarga karena mereka memiliki pengetahuan pertama tentang tekanan yang berhubungan dengan tempat kerja. Meskipun mayoritas penelitian dukungan rekan kerja mengurangi konflik pekerjaan-keluarga, rekan kerja juga dimungkinkan memberikan bantuan instrumental untuk membantu karyawan mengubah tuntutan pekerjaan dan keluarga yang saling bersaing. Dalam menyelesaikan pekerjaan misalnya, dukungan rekan kerja memfasilitasi keluarga mencakup menutupi atau menukar tugas-tugas pekerjaan atau

shift kerja, memberikan material atau informasi yang hilang terhadap rekan kerja karena masalah keluarga, atau mendukung rekan kerja meninggalkan pekerjaan untuk merawat anak sakit (Mesmer-Magnus dan Viswesvaran, 2008).

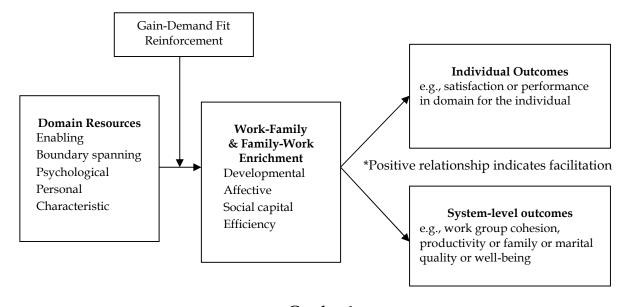
Dukungan sosial personal yang diperoleh dari keluarga seperti pasangan (suami/istri), orang tua, anak-anak dan teman-teman. Dukungan keluarga diakui sebagai salah satu sumberdaya yang dapat meningkatkan peran pekerjaan dan keluarga, terlebih dalam budaya kolektif. Lu *et al.* (2009) menguji proposisi dan menemukan bahwa dukungan sosial diasosiasikan dengan pengayaan pekerjaan-keluarga.

Kesadaran akan pentingnya karyawan dalam organisasi dan keinginan karyawan untuk mencapai kualitas kehidupan yang lebih baik telah mengarahkan subjek penelitian pada interaksi positif pekerjaankeluarga. Beberapa waktu terakhir, penelitian tentang interaksi positif antara domain pekerjaan dan keluarga mengalami perkembangan. Namun, masih sedikitnya ekspansi yang dilakukan peneliti mengenai anteseden interaksi positif pekerjaankeluarga, mendorong peneliti mengintegrasikan salah satu model yang dirancang Powell dan Greenhaus yaitu sumberdaya dukungan sosial sebagai sebuah penjelasan mengenai pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan dan dampaknya terhadap kepuasan hidup. Frone (2003) memandang dukungan sosial merupakan anteseden terpenting dari pengayaan pekerjaan-keluarga.

## Hubungan Interaksi Positif Pekerjaan-Keluarga dengan Kepuasan Hidup

Teori akumulasi peran Sieber menjadi dasar untuk menjelaskan manfaat akumulasi peran yang lebih besar dan menghasilkan kepuasan hidup (Haar dan Bardoel, 2008). Penelitian McNall *et al.* (2009) dan McNall *et al.* (2010) menemukan bahwa interaksi positif pekerjaan-keluarga baik pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan berhubungan dengan kepuasan kerja.

Beberapa penelitian juga membuktikan bahwa peningkatan limpahan positif akan mempengaruhi kepuasan keluarga lebih besar (Edwards dan Rothbard, 2000; Haar dan Bardoel, 2000). Selain itu, tingginya limpahan positif berhubungan dengan rendahnya konflik perkawinan (Grzywacz dan Marks, 2000).

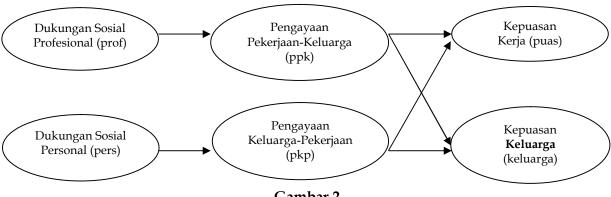


Gambar 1 Anteseden, Moderator dan Konsekuensi Utama Pengayaan Pekerjaan-Keluarga Sumber: Wayne (2009).

Dukungan terhadap dua arah limpahan positif pekerjaan-keluarga dan keluargapekerjaan berhubungan positif dengan kepuasan keluarga (Haar dan Bardoel, 2008). Bhargava dan Baral (2009) juga telah membuktikan dampak pengayaan pekerjaankeluarga terhadap kepuasan kerja sedangkan dampak pengayaan keluarga-pekerjaan adalah kepuasan kerja dan kepuasan keluarga. Sementara penelitian Hasan et al. (2009) mendukung pengayaan pekerjaankeluarga berhubungan positif dengan kepuasan kerja sedangkan pengayaan keluarga-pekerjaan berhubungan positif dengan kepuasan keluarga. Analisis meta McNall et al. (2009) juga menunjukkan bahwa baik pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga pekerjaan berdampak terhadap kepuasan kerja, kepuasan keluarga dan kepuasan

hidup. Demikian juga penelitian Carlson *et al.* (2010) yang telah membuktikan bahwa kepuasan kerja dan kepuasan keluarga merupakan konsekuensi yang didapat dari interaksi positif pekerjaan-keluarga. Wayne (2009) membangun sebuah model umum yang lebih komprehensif yang menggambarkan anteseden, moderator dan konsekuensi dari pengayaan pekerjaan-keluarga seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.

Berdasarkan kajian teoritis dan hasilhasil empiris yang menunjukkan hubungan antar variabel serta kerangka konseptual dasar Wayne pada Gambar 1, maka dikembangkan rerangka konseptual penelitian seperti ditunjukkan pada Gambar 2 dan hipotesis penelitian sebagai berikut:



Gambar 2 Rerangka Konspetual Penelitian

**Sumber: Olahan Penulis** 

H<sub>1</sub>: Dukungan sosial professional berpengaruh positif signifikan terhadap pengayaan pekerjaan-keluarga.

H<sub>2</sub>: Dukungan sosial personal berpengaruh positif signifikan terhadap pengayaan keluarga-pekerjaan.

H<sub>3</sub> : Pengayaan pekerjaan-keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja.

H<sub>4</sub> : Pengayaan pekerjaan-keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga.

H₅ : Pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja.

H<sub>6</sub>: Pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga.

# METODE PENELITIAN Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian penjelasan (explanatory research). Explanatory research bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dan hubungan antar variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan terlebih dahulu (Singarimbun, 1995).

## Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap yang sudah menikah pada sektor publik di Kota Pontianak antara lain sektor pelayanan kesehatan, keuangan dan telekomunikasi. Penarikan sampel sejumlah 120 karyawan. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria 1) bekerja pada sektor publik; dan 2) sudah menikah. *Response rate* dari hasil kuesioner yang disebar sebesar 97%.

## Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel eksogen yaitu dukungan sosial profesional (prof) dan dukungan sosial personal (pers), variabel intervening yaitu pengayaan pekerjaan-keluarga (ppk) dan pengayaan keluarga-pekerjaan (pkp), serta variabel endogen yaitu kepuasan kerja (puas) dan kepuasan keluarga (keluarga).

#### Dukungan sosial profesional (prof)

Dukungan sosial profesional adalah suatu transaksi interpersonal dalam pekerjaan yang melibatkan bantuan dalam bentuk dukungan instrumen yang diterima individu sebagai anggota jaringan sosial. Instrumen pengukuran dukungan sosial profesional diukur dengan menggunakan indikator: bantuan dari atasan/rekan kerja, saran atau umpan balik dari atasan/rekan kerja, kepedulian atasan/rekan kerja, penghargaan positif dari atasan/rekan kerja, dan dukungan atasan/rekan kerja dalam pekerjaan.

### Dukungan sosial personal (pers)

Dukungan sosial personal adalah suatu transaksi interpersonal dalam keluarga yang melibatkan bantuan dalam bentuk dukungan instrumen yang diterima individu sebagai anggota jaringan sosial. Instrumen pengukuran dukungan sosial personal diukur dengan menggunakan indikator: bantuan dari orang tua/pasangan/anakanak/teman, saran atau umpan balik dari

orang tua/pasangan/anak-anak/teman, kepedulian orang tua/pasangan/anak-anak/ teman, penghargaan positif dari orang tua/ pasangan/anak-anak/teman, dan dukungan orang tua/pasangan/anak-anak/teman dalam pekerjaan.

## Pengayaan pekerjaan-keluarga (ppk)

Pengayaan pekerjaan-keluarga nunjukkan sejauh mana pengalaman dalam pekerjaan dapat meningkatkan kualitas kehidupan keluarga. Pengayaan pekerjaankeluarga diukur dengan item-item yang diadaptasi dari Carlson et al. (2006), yaitu: pengembangan; terjadi bila keterlibatan dalam pekerjaan membawa pada perolehan atau perbaikan keterampilan, pengetahuan, perilaku atau cara memandang sesuatu yang membantu individu menjadi anggota keluarga lebih baik, afek; terjadi bila keterlibatan dalam pekerjaan menghasilkan keadaan emosional positif atau sikap yang membantu individu menjadi anggota keluarga lebih baik, dan modal; terjadi bila keterlibatan dalam pekerjaan menghasilkan tingkat sumberdaya seperti rasa aman, keyakinan, prestasi atau pemenuhan diri yang membantu individu menjadi anggota keluarga lebih baik.

## Pengayaan keluarga-pekerjaan (pkp)

Pengayaan keluarga-pekerjaan nunjukkan sejauh mana pengalaman dalam peran keluarga dapat meningkatkan kualitas kehidupan pekerjaan. Pengayaan keluarga-pekerjaan diukur melalui item-item dari Carlson et al. (2006) antara lain: pengembangan; terjadi bila keterlibatan dalam keluarga membawa pada perolehan atau perbaikan keterampilan, pengetahuan, perilaku atau cara memandang sesuatu yang membantu individu menjadi karyawan lebih baik, afek; terjadi bila keterlibatan dalam keluarga menghasilkan keadaan emosional positif atau sikap yang membantu individu menjadi karyawan lebih baik, dan efisiensi; terjadi bila keterlibatan dalam keluarga memberikan perasaan fokus atau perasaan urgensi yang membantu individu menjadi karyawan lebih baik.

## Kepuasan kerja (puas)

Kepuasan kerja adalah keadaan emosional menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap pekerjaan. Kepuasan kerja diukur dengan item-item dari *Job Description Index* meliputi: puas dengan pekerjaan, puas dengan gaji, puas dengan promosi, puas dengan *supervisor*, dan puas dengan teman sekerja.

## Kepuasan Keluarga (keluarga)

Kepuasan Keluarga adalah keadaan emosional individu terhadap kehidupan keluarga. Kepuasan keluarga diukur dengan menggunakan item-item dari Hackman dan Oldham (1975) yang terdiri dari kepuasan terhadap peran dalam keluarga dan kepuasan dengan kehidupan keluarga.

Semua item-item penelitian diukur dengan menggunakan skala Likert dengan skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

## Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner berisi sejumlah pernyataan dari indikatorindikator variabel penelitian. Sebelum sedisampaikan luruh kuesioner kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji coba kuesioner terhadap 30 orang responden. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam kuesioner memiliki validitas dan reliabilitas pengukuran. Pengujian validitas menggunakan Pearson's Product Moment Corelation, sementara pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's alpha. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan semua item valid dan semua variabel reliabel.

#### **Teknik Analisis**

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini melalui Structural Equation

Modeling (SEM) melalui pendekatan partial least square (PLS). PLS adalah structural equation modeling (SEM) berbasis component atau variance (Ghozali, 2008). Kegunaan PLS adalah untuk mendapatkan model struktural yang powerfull guna tujuan prediksi (Solimun, 2011) dan tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu serta jumlah sampel kecil dan menguji keseluruhan kesesuaian model (overall model fit) dengan baik (Ghozali, 2008).

#### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada karyawan yang sudah menikah dan bekerja di sektor publik. Dari 120 kuesioner yang disebarkan, sebanyak 116 kuesioner kembali dan dapat diolah lebih lanjut (response rate sebesar 97%). Deskripsi responden penelitian menunjukkan jenis kelamin responden hampir seimbang (pria 48%, wanita 52%). Pada dasarnya pria dan wanita mempunyai harapan peran kerja, dukungan sosial profesional dan personal, tingkat interaksi positif pekerjaan-keluarga, dan kepuasan hidup yang sama. Namun, beberapa literatur interaksi pekerjaan-keluarga menunjukkan hipotesis gender yang berbeda. Umur responden sebagian besar berada pada rentang 31-40 tahun sebanyak 46%. Rentang umur tersebut menunjukkan responden berada pada umur produktif. Mayoritas pendidikan responden adalah Sarjana. Semakin tinggi tingkat pendidikan diharapkan berkorelasi dengan kemampuan responden untuk dapat mengimplementasikan interaksi positif pekerjaan-keluarga. Masa kerja responden sebanyak 33,6% selama lebih dari 20 tahun. Masa kerja yang relatif panjang menunjukkan individu sudah mampu mengelola interaksi pekerjaankeluarga sehingga menghasilkan outcome yang positif.

## Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian model pengukuran variabel laten untuk indikator refleksif dilakukan untuk melihat validitas masing-masing indikator dan menguji reliabilitas dari variabel laten. Menurut Ghozali (2008) dan Solimun (2011), kriteria validitas indikator dievaluasi dengan convergent dan discriminant validity, sementara reliabilitas variabel laten diukur dengan composite realibility.

Validitas konvergen dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan construct score (Ghozali, 2008). Indikator dianggap valid jika memiliki nilai loading (original sample estimate) di atas 0,5 dan atau nilai T-

Statistic di atas 1,96 (Solimun, 2011: 119). Uji validitas konvergen dengan SmartPLS dapat dilihat dari results for outer loadings pada Tabel 1. Berdasarkan nilai outer loading atau T-statistik menunjukkan semua indikator pada variabel dukungan sosial profesional, dukungan sosial personal, pengayaan pekerjaan-keluarga, pengayaan keluarga-pekerjaan, kepuasan kerja dan kepuasan keluarga memenuhi kriteria validitas konvergen, artinya semua indikator pada variabel-variabel tersebut mampu mengukur variabel latennya.

Tabel 1 Result for Outer Loadings

	Original Sample Estimate	Mean of	Standard Deviation	T-Statistic
D 1		Subsamples	Deviation	·
0	Sosial Profesional	0.400	2.422	
prof1	0,648	0,630	0,102	6,352
prof2	0,764	0,760	0,050	15,324
prof3	0,817	0,815	0,036	23,005
prof4	0,760	0,761	0,080	9,482
prof5	0,630	0,627	0,076	8,311
Dukungan S	Sosial Personal			
pers1	0,590	0,563	0,118	4,983
pers2	0,810	0,796	0,059	13,645
pers3	0,655	0,632	0,109	5,981
pers4	0,792	0,793	0,049	16,331
pers5	0,568	0,568	0,114	4,979
Pengayaan l	Pekerjaan-Keluarga			
ppk1	0,906	0,903	0,021	42,212
ppk2	0,904	0,906	0,023	39,198
ppk3	0,848	0,836	0,049	17,403
Kepuasan K	Cerja			
puas1	0,815	0,810	0,050	16,416
puas2	0,712	0,703	0,068	10,403
puas3	0,723	0,730	0,059	12,197
puas4	0,838	0,830	0,038	21,914
puas5	0,704	0,686	0,086	8,217
Pengayaan l	Keluarga-Pekerjaan			
pkp1	0,919	0,917	0,017	54,078
pkp2	0,865	0,861	0,037	23,534
pkp3	0,919	0,919	0,018	51,088
Kepuasan K	Celuarga			
keluarga1	0,921	0,918	0,017	52,715
keluarga2	0,896	0,889	0,035	25,471
	Primer Diolah	-,	-,	- /

Sumber: Data Primer Diolah

Validitas diskriminan dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan *cross loading* (Solimun, 2011). Jika korelasi konstruk dengan indikator pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya (Ghozali, 2008).

Tabel 2
Cross Loading

	Profesional	Personal	PPK	Puas	PKP	Keluarga
keluarga1	0,413	0,373	0,610	0,556	0,696	0,921
keluarga2	0,528	0,376	0,575	0,522	0,696	0,896
pers1	0,537	0,590	0,202	0,369	0,294	0,350
pers2	0,281	0,810	0,370	0,414	0,378	0,434
pers3	0,288	0,655	0,246	0,409	0,246	0,297
pers4	0,279	0,792	0,320	0,370	0,396	0,337
pers5	0,229	0,568	0,237	0,139	0,270	0,284
pkp1	0,400	0,350	0,510	0,442	0,919	0,677
pkp2	0,366	0,300	0,430	0,336	0,865	0,528
pkp3	0,436	0,344	0,494	0,421	0,919	0,703
ppk1	0,463	0,434	0,906	0,579	0,698	0,793
ppk2	0,382	0,292	0,904	0,487	0,581	0,684
ppk3	0,401	0,407	0,848	0,473	0,569	0,623
prof1	0,648	0,374	0,325	0,465	0,516	0,422
prof2	0,764	0,338	0,341	0,424	0,482	0,544
prof3	0,817	0,406	0,429	0,703	0,582	0,562
prof4	0,760	0,280	0,347	0,656	0,414	0,321
prof5	0,630	0,350	0,404	0,405	0,407	0,563
puas1	0,488	0,303	0,511	0,815	0,456	0,635
puas2	0,515	0,420	0,370	0,712	0,411	0,366
puas3	0,413	0,300	0,331	0,723	0,386	0,407
puas4	0,480	0,379	0,430	0,838	0,419	0,558
puas5	0,312	0,319	0,297	0,704	0,309	0,407

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil cross loading pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua indikator masing-masing variabel memprediksi variabel latennya sendiri lebih baik daripada indikator variabel laten yang lain, hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi konstruk dengan indikator pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, artinya semua indikator masing-masing variabel telah memenuhi validitas diskriminan.

Metode lainnya untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai akar AVE untuk setiap variabel laten dengan koefisien korelasi antar varibel laten (Solimun, 2011). Jika akar AVE lebih besar dari korelasi antara variabel laten tersebut dengan variabel laten lainnya, maka validitas diskriminan terpenuhi.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan variabel laten dukungan sosial profesional, dukungan sosial personal, pengayaan pekerjaan-keluarga, pengayaan keluarga-pekerjaan, kepuasan kerja dan kepuasan hidup memiliki nilai akar AVE lebih besar dari pada korelasi antar variabel laten tersebut, sehingga semua variabel laten memenuhi validitas diskriminan.

	AVE	Root	Profesional	Personal	PPK	Puas	PKP	Keluarga
		Square						
		AVE						
Profesional	0,529	0,727	1,000					
Personal	0,476	0,690	0,425	1,000				
PPK	0,785	0,886	0,531	0,529	1,000			
Puas	0,578	0,760	0,546	0,472	0,626	1,000		
PKP	0,813	0,902	0,540	0,497	0,825	0,518	1,000	
Keluarga	0,825	0,908	0,485	0,434	0,793	0,539	0,762	1,000

Tabel 3 AVE, Square Root AVE, and Correlations of the Latent Variables

Sumber: Data Primer Diolah

Reliabilitas komposit digunakan untuk menguji kekonsistenan pengertian butirbutir instrumen penelitian menurut penilaian responden. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai reliabilitas komposit di atas 0,7 (Solimun, 2011). Nilai reliabilitas komposit pada Tabel 4 menunjukkan masing-masing variabel laten telah memenuhi reliabilitas komposit yang baik.

Tabel 4 Composite Reliability

Composite Reliability
0,848
0,817
0,916
0,872
0,929
0,904

Sumber: Data Primer Diolah

## Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (inner model) dievaluasi dengan melihat goodness of fit melalui nilai R-square masing-masing variabel endogen dan Q-squarepredicitive relevance. Setelah memenuhi goodness of fit, selanjutnya dilakukan interpretasi terhadap koefisien jalurnya.

Nilai R-square digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2008). Tabel 5 menunjukkan nilai R-square variabel endogen.

Nilai R-square variabel pengayaan pekerjaan-keluarga sebesar 0,281, artinya variabilitas variabel pengayaan pekerjaan-

keluarga dijelaskan oleh variabilitas variabel dukungan sosial profesional sebesar 28,1% sedangkan 71,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai R-square variabel pengayaan keluarga-pekerjaan sebesar 0,247, artinya variabilitas variabel pengayaan keluarga-pekerjaan dijelaskan oleh variabilitas variabel dukungan sosial personal sebesar 24,7% sedangkan 75,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai R-square variabel kepuasan kerja sebesar 0,392, artinya variabilitas variabel kepuasan kerja dijelaskan oleh variabilitas variabel pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan pengayaan 39,2% sedangkan 60,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai R-square

variabel kepuasan keluarga sebesar 0,665, artinya variabilitas variabel kepuasan keluarga dijelaskan oleh variabilitas variabel pengayaan pekerjaan-keluarga dan pengayaan keluarga-pekerjaan sebesar 66,5% sedangkan 33,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Tabel 5 R-Square

	R-Square
Pengayaan Pekerjaan-Keluarga	0,281
Kepuasan Kerja	0,392
Pengayaan Keluarga -Pekerjaan	0,247
Kepuasan Keluarga	0,665

Sumber: Data Primer Diolah

*Q-squarepredicitive relevance* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*. Rumus  $Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)(1 - R_3^2)(1 - R_4^2)$ , sehingga besarnya nilai  $Q^2 = 1 - (1 - 0.281)(1 - 0.392)(1 - 0.247)(1 - 0.665) = 0.890$ . Nilai *Q-square* tersebut menunjukkan bahwa model sangat baik,

yaitu mampu menjelaskan kepuasan kerja dan keluarga sebesar 89% sedangkan sisanya 11% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Koefsien parameter jalur dapat dilihat dari result for inner weights. Untuk menilai signifikansi jalur struktural yang dihipotesiskan dapat dilihat dari nilai T-statistik yang lebih besar atau sama dengan 1,96. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Results for Inner Weights

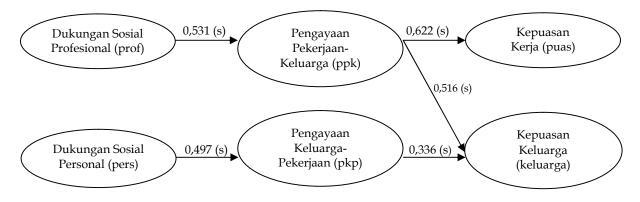
	Koefisien Jalur	T-Statistic	Keterangan
Dukungan Sosial Profesional ->Pengayaan	0.531	8.340	Signifikan
Pekerjaan-Keluarga			
Dukungan Sosial Personal ->Pengayaan	0.497	6.655	Signifikan
Keluarga-Pekerjaan			
Pengayaan Pekerjaan-Keluarga ->	0.622	4.206	Signifikan
Kepuasan Kerja			
Pengayaan Pekerjaan-Keluarga ->	0.516	4.479	Signifikan
Kepuasan Keluarga			
Pengayaan Keluarga-Pekerjaan ->	0.005	0.031	Tidak
Kepuasan Kerja			Signifikan
Pengayaan Keluarga-Pekerjaan ->	0.336	2.994	Signifikan
Kepuasan Keluarga			

Sumber: Data Primer Diolah

Hasil estimasi koefisien parameter pengaruh antar variabel menunjukkan lima jalur yang signifikan dengan nilai koefisien positif yaitu pengaruh dukungan sosial profesional terhadap pengayaan pekerjaankeluarga, pengaruh dukungan sosial personal terhadap pengayaan keluarga pekerjaan, pengaruh pengayaan pekerjaankeluarga terhadap kepuasan kerja, pengaruh pengayaan pekerjaan-keluarga terhadap kepuasan keluarga dan pengaruh pengayaan keluarga-pekerjaan terhadap

kepuasan keluarga. Dengan demikian hipotesis dalam model dapat diterima. Sementara jalur yang tidak signifikan adalah pengaruh pengayaan keluarga-pekerjaan

terhadap kepuasan kerja. Gambar 3 menunjukkan model hasil penelitian setelah jalur yang tidak signifikan dikeluarkan yang didukung oleh data empirik.



Gambar 3 Model Hasil Penelitian

Sumber: Data Primer Diolah

#### Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada 1) peranan dukungan sosial profesional dan personal terhadap pengayaan pekerjaankeluarga dan keluarga pekerjaan; 2) pengaruh pengayaan pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan terhadap kepuasan kerja dan kepuasan keluarga. Hasil penelitian membuktikan bahwa hanya satu hipotesis yang diajukan yang ditolak, yaitu pengaruh pengayaan keluarga-pekerjaan terhadap kepuasan kerja, sedangkan hipotesis lainnya dapat diterima.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa dukungan sosial profesional dan dukungan sosial personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengayaan pekerjaan-keluarga dan pengayaan keluarga-pekerjaan. Hasil penelitian ini berhasil membuktikan model yang diajukan Powell dan Greenhaus (2006) dan Warner dan Hausdorf (2009) bahwa sumberdaya modal sosial (dukungan sosial profesional atau personal) dapat mempengaruhi kualitas kehidupan dalam peran lainnya (pekerjaan atau keluarga). Sumberdaya modal sosial dapat berupa materi, pengaruh dan informasi yang diperoleh dari relasi interpersonal dalam peran pekerjaan dan keluarga. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Bhargava dan Baral (2009) yang menyimpulkan bahwa dukungan supervisor prediktor dari pengayaan merupakan pekerjaan-keluarga dan dukungan keluarga sebagai prediktor pengayaan keluargapekerjaan, penelitian Chu (2010) yang membuktikan dukungan keluarga berpengaruh terhadap pengayaan pekerjaan-keluarga. Selain itu, penelitian ini berkesesuaian dengan temuan penelitian Lu et al. (2009) yang menunjukkan bahwa dukungan sosial berhubungan dengan pengayaan pekerjaankeluarga.

Dukungan sosial dalam lingkungan kerja diperlukan setiap individu karena dukungan sosial yang diperoleh dari supervisor, rekan kerja, mentor dan pihak lain yang berhubungan dengan pekerjaan akan dapat mengurangi beban dan ketegangan yang dirasakan karyawan terhadap pekerjaannya (Bahrgava dan Baral, 2009). Dalam lingkungan kerja, dukungan dari supervisor, rekan kerja, mentor dan pihak lain yang berhubungan dengan pekerjaan merupakan sumber dukungan sosial. Supervisor diakui dapat memainkan peran penting dalam mengembangkan peran dan harapan karyawan, sehingga perilaku supervisor berdampak secara langsung terhadap reaksi afektif bawahannya (Boz et al., 2009). Rekan kerja memiliki peran yang sangat besar dalam memberikan dukungan sosial. Rekan kerja biasanya bersedia berbagi beban dan tanggung jawab kerja yang dirasakan berlebihan atau tidak dapat dijalani, memberikan bantuan materi maupun moril terhadap karyawan yang mengalami kesulitan. Demikian halnya dukungan sosial personal yang diperoleh dari orang tua, pasangan, anak-anak dan teman sangat diperlukan dalam meningkatkan interaksi positif pekerjaan-keluarga.

Menurut Wayne (2009) sumberdaya (termasuk sumberdaya modal sosial) merupakan kontributor utama hubungan positif antara pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan. Sumberdaya dalam domain pekerjaan memprediksi pengayaan pekerjaan-keluarga, sementara sumberdaya dalam domain keluarga memprediksi pengayaan keluarga-pekerjaan. Dengan demikian, dukungan sosial profesional dan personal memungkinkan untuk meningkatkan interaksi positif pekerjaan dan keluarga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengayaan pekerjaan-keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dan kepuasan keluarga. Hasil penelitian ini mendukung kategori yang dibuat Allen et al. (2000) dan hasil meta analisis McNall et al. (2009) bahwa konsekuensi pengayaan pekerjaan-keluarga dapat berkaitan dengan pekerjaan (kepuasan kerja) dan bukan pekerjaan (kepuasan keluarga). Penelitian ini juga konsisten dengan model yang diajukan Wayne (2009) dan temuan penelitian yang dilakukan Carlson (2010), Hasan (2009) dan Schultz (2009) bahwa pengayaan pekerjaan-keluarga dapat meningkatkan kepuasan kerja.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap keluarga tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Hasil penelitian mendukung kategorisasi yang dibuat Allen *et al.* (2000) yang menyatakan bahwa konsekuensi pengayaan keluarga-pekerjaan berkaitan dengan keluarga namun tidak konsisten dengan yang berkaitan dengan pekerjaan. Temuan ini juga mendukung penelitian Bhargava dan Baral (2009) dan Hasan *et al.* (2009) bahwa pengayaan keluarga-pekerjaan berhubungan positif dengan kepuasan kerja.

## SIMPULAN DAN SARAN Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik simpulan bahwa 1) dukungan sosial profesional berpengaruh positif signifikan terhadap pengayaan pekerjaan-keluarga; 2) dukungan sosial personal berpengaruh signifikan terhadap pengayaan positif keluarga-pekerjaan; 3) pengayaan pekerjaan-keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja; 4) pengayaan pekerjaan-keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga; 5) pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan kerja; 6) pengayaan keluarga-pekerjaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan keluarga.

#### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat disampaikan. Pertama, organisasi tidak hanya memfokuskan pada penanganan interaksi negatif pekerjaankeluarga (konflik pekerjaan-keluarga dan keluarga-pekerjaan) tetapi juga perlu mengembangkan strategi untuk meningkatkan interaksi positif pekerjaan-keluarga melalui pengembangan sumberdaya modal sosial maupun sumberdaya lainnya seperti keterampilan, sumberdaya psikologis dan fisik, fleksibilitas, sumberdaya material serta sumberdaya lainnya. Pengembangan sumberdaya tersebut dapat dilakukan melalui kebijakan tentang dukungan sosial program-program pelatihan yang dapat meningkatkan pengalaman dalam peran pekerjaan dan keluarga. Kedua, peneliti selanjutnya perlu mengembangkan

penelitian dengan menginvestigasi sumberdaya-sumberdaya lainnya yang dapat dihasilkan dari peran pekerjaan dan keluarga sehingga dapat meningkatkan interaksi positif pekerjaan dan keluarga.

#### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya, jumlah sampel yang relatif sedikit dan pengambilan data dilakukan dengan metode cross-section yang hanya mengobservasi fenomena pada satu titik sehingga tidak dapat menjelaskan perubahan dari populasi yang diamati dalam waktu berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Allen, T. D., D. E. L. Herst, C. S. Bruck, dan M. Sutton. 2000. Consequences Associated with Work-to-family Conflict: A review and Agenda for Future Research. Journal of Occupational Health Psychology 5: 278-308.
- Bailyn, L., R. Drago, dan T. A. Kochan. 2001. Integrating Work and Family Life: A Holistic Approach. MIT Sloan School of Management. Massachusetts.
- Bhargava, S. dan R. Baral. 2009. Antecedents and Consequences of Work-Family Enrichment among Indian Managers. Psychological Studies 54: 213-225.
- Brummelhuis L. L. dan A. B. Bakker. 2012. A Resource Perspective on the Work-Home Interface: The Work-Home Resources Model. American Psychologist: 1-12.
- Boz, M., I. Matrtinez, dan L. Munduate. 2009. Breaking Negative Consequences of Relationship Conflicts at Work: The Moderating Role of work Family Enrichment and Supervisor Support, The Colegio Oficial de Psicologos de Madrid 25(2): 113-120.
- Carlson, D. S., J. G. Grzywacz, dan K. M. Kacmar. 2010. The Relationship of Schedule Flexibility and Outcomes Via the Work-Family Interface. Journal of Managerial Psychology 25(4): 330-355.

- Carlson, D. S., M. K. Kacmar, J. H. Wayne, dan J. G. Grzywacs. 2006. Measuring the Positive Side of Work-Famiy Interface: Development and Validation of a Work-family Enrichment Scale. Journal of Vocational Behavior 68(1): 131-164.
- Chu, C. W. L. 2010. Development and Validation of A Multidimensional Scale of Work-Family Enrichment in A Chinese Context. Disertation. Aston University.
- Crouter, A. C. 1984. Spillover from Family to Work: The Neglected Side of the Work-Family Interface. Human Relations 37(6): 425-41.
- Edwards, J. R. dan N. P. Rothbard. 2000. Mechanisms Linking Work and Family: Clarifying the Relationship between Work and Family Construcs. Academy of Management Review 25: 178-199.
- Ezzedeen, S. R. dan K. G. Ritchey. 2009. Career Advancement and Family Balance Strategies of Executive Women. Gender in Management: An International Journal 24(6): 388-411.
- Frone, M. R. 2003. Work-Family Balance. Handbook of Occupational Health Psychology. American Psychology Association. Washington DC.
- Frone, M. R., M. Russell, dan M. L. Cooper. 1992. Antecedents and Outcomes Work-Family Conflict: Testing a Model of the Work-Family Interface. Journal of *Applied Psychology* 77(1): 65-78.
- Ghozali, I. 2008. Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square. Edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gotlieb, B. H. 1983. Social Support Strategies: Guidelines for Mental Health Practice. Sage Publication Inc. California.
- Greenhaus, J. H. dan N. J. Beutell. 1985. Sources of Conflict between Work and Family Roles. Academy of Management Review 10(1): 76-88.
- Greenhaus, J. H. dan G. N. Powell. 2006. When Work and Family are Allies: A Theory of Work-Family Enrichment.

- Academy of Management Review 31(1): 72-92.
- Grzywacz, J. G. dan N. F. Marks. 2000. Reconceptualizing the Work-Family Interface: An Ecological Perspective on the Correlates of Positive and Negative Spillover between Work and Family. *Journal of Occupational Health Psychology* 5: 111-126.
- Haar, J.M. dan E.A. Bardoel. 2008. Possitive Spillover from the Work-Family Interface: A Study of Australian Employees. *Asia Pasific Journal & Human Resources* 46(3): 276-287.
- Hasan, Z., M. F. Dollard dan A. H. Winefield. 2009. Work-Family Enrichment: Sharing Malaysian' Experiences. *Proceedings of the 8th Industrial & Organisational Psychology Conference Sydney*.
- Lu, J. F., O.L. Siu, P. Spector, dan K. Shi. 2009. Antecedents and Outcomes of a Four-Fold Taxonomy of Work-Family Balance in Chinese Employed Parents. *Journal of Occupational Health Psychology* 14:182–192.
- Luthans, F. 2005. *Organizational Behavior*. 10<sup>th</sup> ed. The McGraw-Hill Companies, Inc. Boston.
- Marks, S. R. 1977. Multiple Role and Role Strain Some Notes on Human Energy Time and Commitment. *American Sociological Review* 2: 921-936.
- McNall, L. A., A. D. Masuda dan J. M. Nicklin. 2010. Flexible Work Arrangements, Job Satisfaction, and Turnover Intentions: The Mediating Role of Work-to-Family Enrichment. *The Journal of Psychology* 144(1): 61-81.
- McNall, L. A., J. M. Nicklin, dan A. D. Masuda. 2009. A Meta-Analytic Review of the Consequences Associated with Work-Family Enrichment. *Journal of Business and Psychology* 25(3): 381-396.
- Mondy, R. W. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi ke-10. Erlangga. Jakarta.
- Mustafa, N., A. Ahmad dan J. Uli. 2012. The Impact of Work-family Factors in the

- Relationships Between Organizational and Occupational Characteristics and Intention to Stay. *Asian Journal of Business and Management Sciences* 1(1): 109-128.
- Namayandeh, H., S. N. Yacoob, dan R. Juhari. 2010. The Influences of Work Support and Family Support on Work-Family Conflict (W-FC) Among Married Female Nurses in Shiraz Iran. *Journal of American Science* 6(12): 534-540
- Powell, G. N. dan J. H. Greenhaus. 2006. Is the Opposite of Positive Negative? Untangling the Complex Relationship between Work-Family Enrichmnet and Conflict. *Career Development International* 11(7): 650-659.
- Rashid, W. E. W., M. S. Nordin, A. Omar, dan I. Ismail. 2011. Social Support, Work-Family Enrichment and Life Satisfaction among Married Nurses in Health Service. *International Journal of Social Science and Humanity* 1(2): 150-155.
- Robbins, S.P. 2003. *Organizational Behavior*. 10<sup>th</sup> ed. Prentice Hall. New Jersey.
- Ryan, A. M., A. D. Kriska, B. J. West, dan J. M. Sacco. 2001. Anticipated Work/ Family Conflict and Family Member Views: Role in Police Recruiting. *Policing: An International Journal of Police Strategies & Management* 24(2): 228-239.
- Sarafino, E. P. 1990. *Health Psychology: Biophysical Interactions*. John Wiley & Sons. Toronto.
- Schermerhorn, J. R. 2002. *Management*. 7<sup>th</sup> ed. John Wiley & Sons. New York.
- Schultz, Lisa A. 2009. Exploring the Relationship Between the Positive and Negative Sides of the Work-Family Interface: The Role of Enrichment in Buffering the Effects of Time, Strain, and Behavior-Based Conflict. *Disertation*. Purdue University. Indiana.
- Sieber, S. D. 1974. Toward a Theory of Role Accumulations. *American Sociological Review* 39(4): 567-578.

- Solimun. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat:* SEM dan PLS. FMIPA Universitas Brawijaya. Malang.
- Stoddard, M. dan S. R. Madsen. 2007. Toward an Understanding of the Link Between Work-Family Enrichment and Health. *Academy of Human Resource Development conference of the Americas*.
- Warner, M. A. dan P. A. Hausdorf. 2009. The Positive Interaction of Work and Family Roles: Using Need Theory to Further Understand the Work-Family

- Interface. *Journal of Managerial Psychology* 24(4): 372-285.
- Wayne, J. H. 2009. Reducing Conceptual Confusion: Clarifying the "Positive" Side of Work and Family. Paper presented at the Annual Conference for the Society of Industrial/Organizational Psychologist New Orlean Los Angeles.
- Zhang, H., X. Zhou, Y Wang, dan M. H. Cone. 2011. Work-to Family Enrichment and Voice Behavior in China: The Role of Modernity. *Front. Bus. Res. China* 5(2): 199-218

## NIAT ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI: SEBUAH KAJIAN EMPIRIS ONLINE BUSINESS

## Haryanto

ayahromo@gmail.com Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi and Bisnis UNS Surakarta

#### ABSTRACT

The objective of this study is to examine the relationships of variables of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior, i.e. perceived easy of use, perceived usefulness, attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and intention. Setting of this study is students conducting online business. Respondents of this research were students of Universitas Sebelas Maret that have intention to re-use internet to do their business. Based on purposive sampling method, there were 161 participants in this research completing questioner that have passed validity and reliability test. In order to test the hypotheses that have been formulated, SEM GeSCA was applied. According to output of GeSCA, the value of FIT, AFIT, and GFI are 60.1%, 59.5%, and 0.989 respectively. That means the research model is fit. Furthermore, there are five hypotheses not be rejected include perceived easy to use influences perceived usefulness; perceived usefulness effects to attitude; attitude and perceived behavioral control impact to intention. Meanwhile, the hypotheses around the effect of perceived easy to use to attitude and subjective norm to intention are rejected.

Keywords: technology acceptance model, theory of planned behavior, entrepreneurships, online business

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini menguji hubungan antara variabel dalam *Technology Acceptance Model*, yang meliputi variabel *perceived easy to use, perceived usefulness*, sikap, dan niat dengan *Theory of Planned Behavior* yang mencakup sikap, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Setting penelitian adalah mahasiswa yang melakukan *online business*. Pengujian instrumen berdasarkan *confirmatory factor analysis* untuk pengujian validitas dan cronbach alpha untuk pengujian reliabilitas. Berdasarkan *purposive sampling method*, terdapat 161 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Selanjutnya, pengujian hipotesis menggunakan analisis SEM-GeSCA. Hasil pengujian mengindikasikan bahwa model penelitian fit karena nilai FIT, AFIT, dan GFI berturut-turut sebagai berikut 60,1%; 59,5%;0,989. Oleh karena itu, pengujian hipotesis bisa dilakukan. Terdapat lima hipotesis yang didukung, yakni pengaruh *perceived easy to use* terhadap *perceived usefulness*; pengaruh *perceived usefulness* terhadap sikap dan juga terhadap niat; pengaruh *sikap terhadap niat*; dan pengaruh *perceived behavioral control* terhadap niat. Namun hipotesis tentang pengaruh *perceived easy to use* terhadap sikap dan pengaruh *subjective norm* terhadap niat tidak didukung.

Kata kunci: technology acceptance model; theory of planned behavior; wirausaha; online business

#### **PENDAHULUAN**

Badan Pusat Statistik (BPS) melalui Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) pada bulan Maret 2006 menyebutkan bahwa jumlah penduduk miskin di Indonesia sebesar 39,05 juta atau 17,75 persen dari total 222 juta penduduk. Penduduk miskin bertambah empat juta orang dibanding

yang tercatat pada Februari 2005. Data tentang pengangguran berada pada kisaran 10,8%-11% dari tenaga kerja yang masuk kategori sebagai pengangguran terbuka. Situasi tersebut menunjukkan bahwa masalah pengangguran termasuk yang berpendidikan tinggi akan berdampak negatif terhadap stabilitas sosial kemasyarakatan

(www. kelembagaan.dikti.go.id, 2009).

Kenyataan di lapangan, sebagian besar lulusan perguruan tinggi adalah kategori pencari kerja bukan pencipta kerja. Hal ini mengindikasi bahwa aktivitas kewirausahaan (Entrepreneurial Activity) yang relatif masih rendah. Entrepreneurial Activity diterjemahkan sebagai individu aktif dalam memulai bisnis baru dan dinyatakan dalam persen total penduduk aktif bekerja. Semakin tinggi indek Entrepreneurial Activity maka semakin tinggi level entrepreneurship suatu negara (Boulton dan Turner, 2005 dalam www.kelembagaan.dikti.go.id,2009).

Salah satu pilar dalam pembentukan softskill wirausaha adalah kemampuan untuk bertindak efisien dengan tidak melupakan penciptaan nilai tambah untuk kemakmuran. Usaha pencapaian kondisi tersebut bisa dilakukan dengan berbagai metode, satu diantaranya adalah maksimalisasi teknologi informasi. Aplikasi teknologi informasi di bidang bisnis, seperti ecommerce, berdampak luas, yakni terbukanya akses ke hulu dan hilir, terbukanya akses ke supplier dan konsumen. Salah satu trend aplikasi teknologi informasi di bidang bisnis yang memberi manfaat yang besar adalah e-commerce. Oleh karena itu, pengembangan kewirausahaan perlu juga memperhatikan sisi intangible, yakni penguasaan softskill melalui adopsi e-commerce.

Secara teoritis, model yang berpengaruh langsung terhadap adopsi teknologi adalah Technology Acceptance Model-TAM-(Davis, 1989). Pengembangan model tersebut diikuti dengan penggunaan model dari Davis dengan dua variabel utama yaitu usefullness dan ease of use sebagai variabel utama dalam TAM (Davis, 1986). Variabel usefullness merujuk pada situasi dimana konsumen menyadari manfaat dari penggunaan suatu teknologi, sedangkan variabel easy of use merupakan kesadaran bahwa teknologi tersebut dapat konsumen aplikasikan tanpa mengalami banyak hambatan. Kedua variabel ini berada dalam ranah kognitif.

Kajian menunjukkan bahwa aplikasi TAM banyak dilakukan pada situasi yang bersifat mandatory (Templeton and Byrd, 2003). Sifat mandatory menunjukkan bahwa adopsi teknologi merupakan kewenangan atasan dalam struktur organisasi formal. Kondisi tersebut menyiratkan bahwa individu dalam organisasi melakukan tindakan berdasarkan instruksi bukan merupakan kebutuhan yang muncul dari kesadaran. Pada sisi lain, perilaku individu yang didasari kesadaran akan sangat mungkin berbeda dampaknya dengan yang didasari kewajiban. Oleh karena itu, kajian aplikasi TAM dalam setting yang nonmandatory menjadi menarik untuk dilakukan.

Model kedua adalah theory of planned behavior-TPB- (Ajzen, 1991) tentang faktorfaktor yang mempengaruhi perilaku niat, vang terbentuk melalui attitude toward the behavior, subjective norm, dan perceived behavioral controll. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa antecedent niat seseorang dalam bertindak dibentuk oleh ketiga variabel tersebut, yakni attitude towards the bahavior, subjective norm, dan perceived behavioral controll. Pada saat yang bersamaan intention itu sendiri merupakan antecedent dari behavior (Ajzen, 1991).

Attitude toward the behavior menunjukkan evaluasi terhadap perilaku yang bisa bersifat positif maupun negatif, subjective norm merupakan pengaruh sosial yang diterima individu yang berdampak pada perilaku bertindak atau tidak bertindak, sedangkan perceived behavioral controll adalah kemudahan atau kesulitan untuk bertindak dan kemungkinan berdampak langsung atau tidak langsung terhadap perilaku itu sendiri (Blanchard et al., 2003)

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan antara variabel dalam TAM dan TPB dalam setting online business. Kedua pendekatan tersebut mengacu pada niat untuk bertindak sebagai pembentuk variabel bertindak (behavioral). Penelitian ini menarik dilakukan karena selama aplikasi TAM lebih banyak dilakukan pada kondisi mandatory (Davis, Bagozzi, and

Warshaw, 1989; Templeton and Byrd, 2003), sedangkan pada studi ini aplikasi TAM bersifat kerelaan atau nonmandatory. Kedua, penelitian ini juga menganalisis TPB yakni menguji variabel *subjective norm* dan *perceived behavioral* sebagai variabel yang diduga berpengaruh dalam niat adopsi *online business*. Ketiga, *setting* studi pada mahasiswa yang memiliki bisnis *online*, *setting* penelitian ini belum banyak dianalisis.

#### **TINJAUAN TEORETIS**

TAM merupakan pendekatan yang sering dilakukan untuk memahami perilaku individu dalam adopsi teknologi. Variabel TAM meliputi perceived easy to use, perceived usefulness, sikap, dan niat (Davis, 1989). Sedangkan, TPB meliputi variabel sikap, subjective norm, perceived behavioral control, dan niat (Ajzen, 1991). Kedua pendekatan tersebut memiliki irisan yang kuat dalam hal sikap dan niat. Oleh karena itu, penelitian ini membangun konstruksi berdasarkan kekuatan irisan kedua model.

### Technology Acceptance Model (TAM)

Adopsi teknologi merupakan ranah yang menjadi hal menarik saat ini seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas pada ketergantungan teknologi informasi, oleh karena itu memahami perilaku individu dalam adopsi teknologi menjadi kajian yang banyak dilakukan. TAM dikembangkan untuk mampu memotret motivasi individu dalam adopsi teknologi (Davis, 1989). Dasar utama TAM adalah bahwa setiap individu memiliki motivasi yang bisa dijelaskan berkaitan dengan sikap terhadap adopsi teknologi (Chuttur, 2009).

Terdapat dua variabel utama yang mempengaruhi sikap dan niat adopsi teknologi, yakni perceived easy of use (PEU) dan perveived usefulness (PU) (Davis, 1993; 1989; Davis et al., 1989; Yusoff and Muhammad, 2009). Perceived easy to use merupakan persepsi kemudahan sebuah sistem. Menurut Davis et al. (1989) percei-

ved easy to use adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem akan terbebas dari usaha. Teknologi yang mempunyai perintah-perintah yang mudah ditemukan dan mudah dimengerti akan mempengaruhi persepsi seseorang bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Sistem informasi yang dipersepsikan lebih mudah oleh pengguna dan mempunyai kompleksitas yang lebih sedikit akan memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk diadopsi dan digunakan.

Sedangkan perceived usefulness (PU) merujuk pada kemanfaatan yang diterima ketika mengadopsi sistem tersebut. Secara spesifik perceived usefulness adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu teknologi yang digunakan akan mampu meningkatkan kinerjanya (Davis et al., 1989). Pengertian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan sebuah ukuran dari kesulitan atau usaha yang berat pada akhirnya akan menimbulkan perhatian untuk menggunakan suatu teknologi. Perceived usefulness merupakan sebuah ukuran dari suatu harapan atas penggunaan suatu sistem. Perceived usefulness juga dapat diartikan sebagai besarnya persepsi konsumen mengenai kegunaan teknologi atau sistem informasi.

Berdasarkan TAM, perceived easy to use dan perceived usefulness berpengaruh terhadap sikap individu dalam adopsi teknologi. Sikap merupakan tendensi psikologis vang diekpresikan melalui derajad vang mana seseorang melakukan evaluasi yang bersifat favorable atau unfavorabel atas perilakunya (Fishbein and Ajzen, 1974; 1981; Ajzen, 1991). Ajzen (1991) menyatakan bahwa perasaan favorable atau unfavorable dikaitkan dengan penerimaan seseorang terhadap stimulus dari suatu objek yang dinilainya. Penilaian individu dalam hal ini terkait kuat pengalaman individu bersangkutan. Jadi, respon individu, baik positif maupun negatif, dipengaruhi oleh stimulus yang diterima. Bila stimulus yang diterima dirasakan sebagai sesuatu yang baik atau sesuai dengan harapan maka akan menimbulkan sikap positif terhadap stimulus tersebut, begitu pula sebaliknya.

Lebih lanjut TAM menyatakan bahwa sikap yang terbentuk memiliki pengaruh yang positif terhadap niat bertindak atau niat mengadopsi teknologi. Niat merupakan indikator motivasi individu dalam bertindak, niat menunjukkan seberapa keras seseorang mencoba dan seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk bisa bertindak (Ajzen, 1991). Sejalan dengan definisi tersebut maka niat merupakan *proxy* yang paling kuat bagi pengukuran perilaku atau variabel bertindak.

#### Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang bisa diprediksi berdasarkan niat, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap, subjective norm, dan perceived behavioral control. Pendekatan ini merupakan backbone dari TAM yang dikembangkan oleh Davis (Chuttur, 2009).

Subjective norms adalah sebuah fungsi dari satu set belief yang dipengaruhi oleh individu-individu utama disekitar seseorang, seperti orangtua, suami atau istri, teman dan sebagianya (Fishbein and Ajzen, 1974). Peran individu tersebut seringkali menyatakan "persetujuan atau tidak persetujuan" terhadap perilaku orang yang bersangkutan. Subjective norms dalam model TPB fokus pada seberapa besar orangorang disekeliling mempengaruhi keputusan seorang individu.

Perceived behavioral control merujuk pada kontrol mengenai kemampuan diri. Oleh karena itu perceived behavioral control didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh keyakinan terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk bertindak (Ajzen, 1991). Hal ini mengindikasi bahwa motivasi intrinsik memiliki peranan besar dalam mendasari tindakan individu.

#### **Hipotesis**

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *perceived easy to use* berpengaruh terhadap perceived usefulness. Semakin mudah sebuah sistem teknologi maka berdampak terhadap kemanfaatan yang diterima dari adopsi teknologi tersebut. Lebih lanjut, variabel perceived easy to use dan perceived usefulness memiliki pengaruh terhadap terbentuknya sikap individu dalam adopsi teknologi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Davis et al. (1989); Davis (1989); Cowen (2009); Yusoff and Muhammad (2009); Shen Demei, Laffey James, Lin Yinmei (2006). Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Perceived easy to use (PEU) mempengaruhi perceived usefulness (PU).

H<sub>2</sub>: Perceived easy to use (PEU berpengaruh terhadap sikap.

H<sub>3</sub>: Perceived usefulness (PU) berpengaruh terhadap sikap.

Penelitian Ajzen (1991); Fishbein and Ajzen (1974; 1981); Vallerand et al. (1992) menyatakan bahwa niat dipengaruhi oleh sikap, subjective norm, dan perceived behavioral control. Hal ini mengindikasi bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh variabel sikap, subjective norm, dan perceived behavioral control. Ketiga variabel tersebut memiliki peranan yang vital dalam pembentukan niat yang merupakan proxy kuat atas perilaku atau keputusan bertindak individu.

Selain itu, hasil penelitian Davis (1993; 1989); Davis *et al.* (1989); Almahamid, Mcadams, Kalaldeh, and Eed, (2010) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi teknologi. Hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan individu dalam adopsi teknologi, semakin kuat juga niat untuk mengadopsi teknologi terkait. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Sikap berpengaruh positif terhadap

H<sub>5</sub> : *Subjective norms* berpengaruh positif terhadap niat

H<sub>6</sub>: Perceived behavioral control berpengaruh positif terhadap niat

H<sub>7</sub> : Perceived usefulness mempengaruhi niat

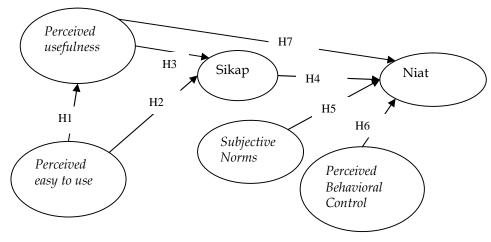
#### **Model Penelitian**

TAM dan TPB merupakan dua pendekatan tentang analisis keperilakuan. TAM berfokus pada perilalku individu dalam adopsi teknologi, yang dikembangkan atas variabel perceived easy to use, perceived usefulness, sikap, dan niat (Davis, 1989). Variabel perceived easy to use dan perceived usefulness merupakan anteseden variavel sikap. Selanjutnya variabel niat adopsi dipengaruhi secara langsung oleh

variabel *perceived usefulness* dan variabel sikap.

TPB merupakan model yang berfokus pada analisis perilaku inidividu dalam ber tindak. Perilaku individu dalam bertindak dipengaruhi secara langsung oleh niat untuk bertindak, sedangkan niat dipengaruhi oleh sikap, subjective norm, dan perceived behavioral control (Ajzen, 1991).

Berdasarkan kedua pendekatan tersebut, maka model penelitian ini dikonstruksi. Berikut adalah model dalam penelitian ini:



Gambar 1 Model Penelitian

Sumber: Konstruksian peneliti, 2014

#### **METODE PENELITIAN**

Pengumpulan data untuk pengujian hipotesis yang dikonstruksikan menggunakan kuesioner. Oleh karena itu data penelitian ini termasuk ketegori data primer. Kuesioner penelitian ini sudah melewati pengujian instrumen, sehingga layak dipergunakan dalam pengumpulan data. Lebih lanjut dilakukan pengujian model melalui measurement of fit model, bila model fit maka tahap berikutnya, yakni pengujian hipotesis dilakukan.

### Populasi dan Sampel

Responden penelitian merupakan mahasiswa UNS yang pernah melakukan dan berniat untuk kembali berbisnis secara

online. Responden diambil dari populasi penelitian yakni mahasiswa UNS yang pernah berbisnis secara online. Populasi tersebut memiliki anggota, namun tidak bisa dipastikan besaran jumlahnya. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan nonprability sampling method (Sekaran, 1992; Crask, Fox, and Stout, 1995; Aaker, Kumar, and Day, 2000) dengan teknik pengambilan sampel berdasarkan purposive sampling, yakni dengan penetapan kriteria anggota populasi yang berniat kembali untuk melakukan bisnis online. Data diperoleh melalui isian kuesioner oleh partisipan penelitian. Key statement dalam kuesioner harus diisi partisipan untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sehingga tujuan penelitian terpenuhi.

## Pengujian Instrumen Penelitian

Kuesioner sebagai instrumen penelitian diadopsi dari penelitian terdahulu (Fishbein and Ajzen, 1974; Davis, 1989; 1993; Vallerand et al., 1992; Venkatesh, 2000) yang disesuaikan dengan kondisi setting penelitian. Skala pengukuran dalam kuesioner adalah skala interval dengan pendekatan Likert 5 points, yakni 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) (Sekaran, 1992).

Uji instrumen meliputi uji validitas yang dilakukan untuk memastikan bahwa item pernyataan kuesioner mengukur variabel yang seharusnya diukur, dan uji reliabilitas untuk menguji konsistensi item pernyataan. Pengujian dilakukan dengan confirmatory factor analysis (CFA) untuk uji validitas dan cronbach alpha untuk uji reliabilitas.

Pengujian validitas dalam penelitian ini melalui tahapan pengujian sampel kecil dan sampel besar. Pengujian validitas sampel kecil bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak dalam hal validitas dan reliabilitas sebagai sumber pengumpulan data. Tahapan sampel kecil dilakukan terhadap sampel sebesar 60 responden.

pengujian validitas Hasil dengan confirmatory factor analisis menunjukkan bahwa beberapa item kuesioner nilainya kurang dari 0.4 dan juga ada beberapa yang overloading. Oleh karena itu, dilakukan telaah lebih lanjut terhadap pilihan kata. Hasil telaah menunjukkan pilihan kata tidak ada masalah, misal ambigu. Akhirnya dilakukan proses trial error dengan cara melakukan dropping item yang bermasalah. Terdapat 12 item yang harus didrop dan tidak diikutkan dalam proses berikutnya. Item tersebut meliputi variabel perceived easy of use (peou1, peou2), perceived usefulness (pu1, pu2, pu3, pu4), perceived behavioral control (pbc1, pbc2, pbc3, pbc4, pbc5), dan subjective norm (sni1). Proses dropping item dilakukan tanpa mengurangi kemampuan item kuesioner dalam mengukur variabel.

Instrumen yang lolos dalam pengujian sampel kecil selanjutnya dipergunakan untuk pengumpulan data. Sebanyak 161 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Sebelum analisis lanjut, dilakukan uji validitas kembali dengan sampel sebanyak 160. Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item kuesioner mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Loading factor setiap indikator instrument penelitian diatas rule of thumb, yakni 0,4 dan juga tidak ada indikator yang mengalami overloading. Hasil ini menunjukkan bahwa instrument penelitian memenuhi kaidah validitas yang dipersyaratkan. Setiap item mengukur variabel yang seharusnya diukur berdasarkan pengkelompokkan loading factor item pada kolom factor.

Besaran nilai *loading* berkisar pada angka 0,7. Angka tersebut menunjukkan bahwa indikator instrumen penelitian ini memiliki kekuatan yang baik dalam mengukur variabel. Hal ini sesuai kaidah besaran *loading* yang menyatakan bahwa semakin besar nilai *loading* maka semakin kuat indikator tersebut dalam mengukur variabel. Lihat apendiks C.

Selanjutnya, instrumen penelitian juga harus lolos pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi dan stabilitas dalam mengukur konsep dan mampu menilai "goodness" dari alat ukur (Sekaran, 1992). Cronbach Alpha dipergunakan sebagai pengujian reliabilitas dengan cut off nilai alpha lebih dari atau sama dengan 0,6 (Sekaran, 1992).

Hasil pengujian reliabilitas dengan software SPSS 16 menghasilkan nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6. Hal tersebut membuktikan bahwa seluruh variabel penelitian lolos uji reliabilitas. Secara berturutturut, hasil uji reliabilitas adalah 0,920 (perceived easy to use); 0,780 (perceived usefulness); 0,926 (attitude/sikap); 0,720 (subjective norms); 0,652 (perceived behavioral control); 0,895 (intention to use/niat). Lihat Apendiks

D. Jadi, secara keseluruhan instrumen penelitian ini tidak menghadapi kendala untuk pengumpulan data. Instrumen mampu dipergunakan dalam pengumpulan data, sehingga data yang dianalisis lebih lanjut secara kaidah statistik tidak bermasalah.

#### Measures of Fit Model

Analisis SEM-GeSCA mensyaratkan bahwa model yang dikonstruksi fit bila memenuhi salah satu unsur dari GFI atau SRMR. Sedangkan nilai FIT dan AFIT dalam GeSCA sepadan dengan nilai R² dan adjusted R² dalam analisis regresi. Tabel 1 merupakan hasil *measures of fit model* studi ini.

Tabel 1
Measures of Fit Model

Indikator	Skor
FIT	0,601
AFIT	0,595
GFI	0,989
SRMR	0,157
NPAR	51

Sumber: Data primer diolah, 2014

Skor FIT dan AFIT berturut-turut 60,1% dan 59,5% mengindikasi bahwa variabel perceived easy to use, perceived usefulness, sikap, subjective norm, perceived behavioral control, dan niat mampu menjelaskan model 59,5% sedangkan 39,5% dijelaskan oleh variabel yang tidak diamati dalam studi ini. GFI 0,989 diatas cut-off yang disyaratakan yakni 0,900, skor ini menunjukkan bahwa model yang diteliti memiliki level fit yang tinggi, artinya model fit. Sedangkan nilai SRMR yang disyaratkan sebesar kurang dari atau sama dengan 0,08 tidak terpenuhi. Namun, model dalam studi ini tetap dikategorikan fit (Hwang and Park, 2014).

# ANALISIS DAN PEMBAHASAN Profile Responden

Partisipan studi ini adalah mahasiswa yang memiliki *online business* dan berniat untuk menggunakan kembali. Profile responden meliputi kategori jenis kelamin, lama waktu telah melakukan bisnis secara online, dan jumlah transaksi rata-rata setiap bulan. Detail responden ditampilkan di tabel 2.

Tabel 2 Profile Responden

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Pria	93	58%
Wanita	68	42%
Lama Berbisnis online		
>= 2 tahun	47	29%
< 2 tahun	114	71%
Frekuensi transaksi /bulan		
>= 3	138	86%
< 3	23	14%

Sumber: Data primer diolah, 2014

Mayoritas responden penelitian ini adalah pria dengan lama berbisnis kurang dari 2 tahun dan besaran frekuensi transaksi lebih dari 3 kali dalam sebulan. Berdasarkan jenis kelamin, walaupun mayoritas pria namun selisih antara pria dan wanita tidak berbeda jauh. Hal ini mengindikasi bahwa relatif tidak ada perbedaan

jenis kelamin dalam menekuni bisnis online. Hal berbeda tampak dalam hal lama berbisnis, mayoritas responden mulai melakukan bisnis online belum lebih dari 2 tahun. Namun, walaupun lama berbisnis sebagian besar kurang dari 2 tahun tapi mayoritas melakukan transaksi lebih dari 3 kali dalam sebulan. Hasil ini membuktikan bahwa partisipan penelitian ini memiliki pemahaman yang baik dalam sistem *online business*.

## **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis menggunakan software SEM GeSCA (Generalized Structured Component Analysis) yang dikembangkan oleh Hwang and Park (2014). Analisis GeSCA diklaim lebih powerful dibandingkan analisis SEM yang lain dengan pertimbangan fasilitas bootstrap memungkinkan diabaikannya asumsi kecukupan sampel dan normalitas data, selain itu kemampuan untuk menganalisis model yang bersifat reflektif maupun formatif (Solimun, 2013).

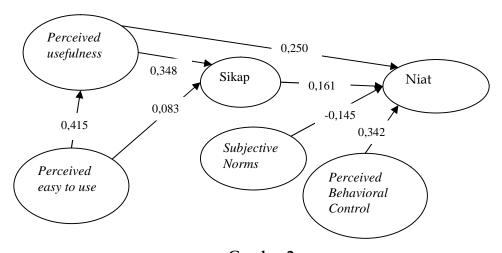
Berdasarkan analisis SEM-GeSCA, terdapat lima hipotesis yang didukung dan dua hipotesis yang ditolak. Analisis berdasarkan nilai CR dengan level signifikansi 5%, yakni lebih dari atau sama dengan 1,96. Secara rinci ditampilakan di Tabel 3 dan Gambar 2.

Tabel 3
Path Coefficients

Hubungan		SE	CR
Variabel	Estimastes		
PU->A	0.348	0.076	4.57*
PU->ITU	0.250	0.083	3.0*
A->ITU	0.161	0.074	2.16*
PBC->ITU	0.342	0.105	3.25*
SNI->ITU	-0.145	0.062	2.35*
PEOU->PU	0.415	0.104	3.97*
PEOU->A	0.083	0.101	0.83

\*Signifikan pada 5%

Sumber: Data primer diolah, 2014



Gambar 2 Nilai *Estimates* Model Penelitian

Sumber: Data primer diolah, 2014.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan derajad signifikansi 5% dengan nilai CR lebih dari atau sama dengan 1,96 maka hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa hipotesis 2 dan hipotesis 5 tidak didukung. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa

perceived easy to use berpengaruh terhadap sikap tidak didukung karena nilai CR tidak memenuhi *cut-off* sebesar lebih dari atau sama dengan 1,96 pada level signifikansi 5%.

Selanjutnya, hipotesis 5 yang menyatakan bahwa subjective norm berpengaruh positif terhadap niat, tidak didukung. Hasil menujukkan bahwa nilai CR sebesar 2,35 diatas 1,96 pada level signifikansi 5%, namun nilai hubungan bersifat negatif yakni -0,145, sedangkan hipotesis lainnya didukung. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa perceived easy to use berpengaruh terhadap perceived usefulness, didukung. Nilai CR sebesar 3,97 diatas 2,56 pada level signifikansi sebesar 1%. Hasil ini mengindikasi bahwa semakin mudah sistem online business dioperasikan maka semakin tinggi persepsi kemanfaatan sistem tersebut.

Hipotesis 3 yang menyebutkan bahwa perceived usefulness mempengaruhi sikap, didukung. Nilai CR sebesar 4,57 diatas cut off level 1%, yakni 2,56. Hal ini menunjukkan bahwa bila individu merasakan manfaat dari sistem online business maka individu bersangkutan memiliki sikap yang positif terhadap adopsi online business.

Hipotesis berikutnya, yakni hipotesis 4 menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap niat, didukung. Berdasarkan skor CR sebesar 2,16 diatas *rule of thumb* sebesar 1,96 pada level signifikansi 5%. Hasil ini mengindikasikan bahwa sikap positif terhadap adopsi *online business* mempengaruhi niat untuk tetap menggunakan *online business*.

Hipotesis selanjutnya tentang pengaruh perceived behavioral control terhadap niat yang merupakan hipotesis 6 didukung. Skor CR sebesar 3,25 diatas 2,56 pada level signifikansi 1%. Hasil ini membuktikan bahwa keyakinan (ability confident) dalam diri individu mempengaruhi niat adopsi.

Terakhir, hipotesis 7 yang menyatakan bahwa perceived usefulness berpengaruh terhadap niat, didukung. Besaran nilai CR adalah 3,0 menunjukkan bahwa nilai tersebut diatas 2,56 untuk level signifikansi 1%. Kemanfaatan yang diterima ketika menggunakan sistem online business memperkuat niat untuk tetap mengunakan sistem tersebut.

## Pengujian Mediasi

Analisis mediasi dalam penelitian ini menggunakan Sobel test (Baron and Kenny, 1986). Rumus perhitungan Sobel test adalah

 $z_value = (a \times b)/SQRT (b^2 \times SE_a^2 + a^2 \times SE_b^2)$ 

dimana:

a = koefisien regresi standardized pengaruh variabel penjelas X terhadap variabel mediasi M;  $SE_a = standard\ error$  untuk koefisien a;  $B = koefisien\ regresi\ standardized$  pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen Y;  $SE_b = standard\ error$  untuk koefisien b.

Bila nilai z-value  $\geq 1,96$  atau tingkat signifikansi statistik z (p-value)  $\leq 0,05$  maka pengaruh tak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui mediator (Preacher and Hayes, 2004).

Pengujian mediasi dilakukan antara variabel perceived usefulness terhadap sikap dan sikap terhadap niat. Oleh karena itu, variabel sikap dianalisis apakah sebagai variabel mediasi atau bukan variabel mediasi. Hasil perhitungan dengan Sobel test menunjukkan bahwa Z-value sebesar 1,965. Hasil ini mengindikasi bahwa variabel sikap memoderasi hubungan antara perceived usefulness dengan niat. Berdasarkan analisis GeSCA (lihat gambar 2) hubungan langsung maupun tidak langsung antara perceived usefulness dengan niat berpengaruh signifikan, oleh karena itu maka mediasinya bersifat parsial.

#### Pembahasan

Berdasarkan kekuatan prediksian antar hubungan variabel, niat adopsi *online business* dalam studi ini lebih kuat dipengaruhi oleh faktor intinsik yakni *perceived behavioral control* (nilai estimates: 0,342). Hasil ini mengindikasi bahwa kayakinan individu terhadap kemampuan dalam adopsi niat *online business* merupakan faktor dominan dalam keputusan adopsi.

Selain itu, perceived usefulness juga berperanan kuat dalam pembentukan niat adopsi (nilai estimates: 0,250). Kemanfaatan yang diterima dari online business menjadikan individu memiliki niat untuk mengadopsi online business. Semakin banyak manfaat yang dirasakan maka semakin tinggi niat adopsi, begitu pula sebaliknya. Sedangkan jalur sikap merupakan kekuatan berikutnya yang membentuk niat adopsi. Sikap positif terhadap aktifitas online business menciptakan niat adopsi online business tersebut. Lebih lanjut, sikap merupakan variabel yang memediasi secara parsial hubungan perceived usefulness dengan niat. Hal ini mengindikasi bahwa perubahan niat adopsi online business yang dipengaruhi oleh perceived usefulness sebagai fungsi dari variabel sikap (Baron and Kenny, 1986).

Hubungan antara subjective norm dengan niat tidak berpengaruh positif. Subjective norm dalam penelitian ini merujuk pada orang-arang terdekat, seperti keluarga, kerabat, dan teman. Subjective norm mewakili faktor eksternal indvidu dan tidak berdampak positif terhadap niat adopsi online business. Faktor utama penyebab adalah individu dalam penelitian ini merupakan personal yang pernah melakukan online business dan frekuensi transaksi cukup tinggi (lihat tabel 3). Kondisi ini berdampak pada rasa percaya diri yang tinggi untuk adopsi kembali online business, sehingga faktor eksternal menjadi tidak dominan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TPB memiliki kekuatan prediksian yang bagus untuk setting adopsi online business bagi wirausaha. Namun perlu kehati-hatian dalam hubungan subjective norm terhadap niat, karena nilai hubungan bersifat negatif. Faktor utama terbentuknya hubungan negatif ini diprediksi karena setting penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Setting studi ini focus pada niat ulang untuk adopsi online business. Individu yang telah mengadopsi sistem memiliki keyakinan diri yang tinggi sehingga faktor eksternal yakni subjective norm justru tidak signifikan. Oleh karena itu, pembentukan niat untuk adopsi online business dibentuk oleh sikap terhadap online business, dan perceived behavioral control. Hasil studi ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fishbein and Ajzen, 1974; 1981; Ajzen, 1991; Ajzen and Fishbein, 1969).

Hasil yang relatif sama juga ditunjukkan oleh TAM. Secara keseluruhan TAM mampu memprediksi mengenai perilaku adopsi online business. Namun, pengujian lanjut perlu dilakukan untuk hubungan antara perceived easy to use terhadap sikap karena hubungan ini tidak terbukti. Fokus utama adopsi TAM berdasarkan hasil studi ini adalah perceived usefulness (kemanfaatan) menjadi faktor dominan dalam setting adopsi ulang online business dibandingkan perceived easy to use (kemudahan). Hasil akan berbeda diduga terjadi pada penelitian dengan setting yang belum mengadopsi online business.

## SIMPULAN Simpulan

Model penelitian dalam studi ini berfokus pada niat ulang adopsi *online business* pada *setting* mahasiswa yang berbisnis *online*. Hasil analisis menunjukkan bahwa niat ulang adopsi *online business* bertumpu pada keyakinan diri akan kemampuan menjalankan sistem *online business*. Lebih dari itu, faktor manfaat dari sistem yang diadopsi juga merupakan pertimbangan. Selain itu, sikap positif yang dibentuk dari persepsi manfaat yang dirasakan berpengaruh juga terhadap niat adopsi.

Hal yang berbeda terjadi pada persepsi kemudahan yang tidak berpengaruh terhadap sikap serta peranan orang-orang dekat juga tidak berdampak. Hal ini kuat diduga berkaitan dengan setting penelitian.

#### Implikasi Manajerial

Aplikasi hasil penelitian ini bagi pembentukan wirausaha muda berbasis teknologi informasi dan atau bagi pengembangan adopsi *online business* bertumpu pada pembentukan keyakinan akan kemampuan menjalankan sistem teknologi informasi. Keyakinan tersebut dibentuk terutama melalui motivasi intrinsik bahwa ketika yakin mengoperasikan sistem tersebut maka pasti berhasil (nilai estimates 0,601: lihat apendiks A).

Faktor berikutnya adalah kemanfaatan sistem yang diadopsi, manfaat utama online business yang berpengaruh kuat terhadap adopsi sistem adalah kemudahan berinteraksi dengan konsumen (estimates 0,442: lihat apendiks B). Oleh karena itu, fokus utama pengembangan online business dengan memperkuat keyakinan bahwa sistem tersebut mampu menciptakan kemudahan kontak dengan konsumen dibandingkan dengan sistem konvensional

Terakhir, faktor sikap terhadap sistem online business. Prioritas aplikasi faktor sikap adalah dengan menciptakan penilaian positif terhadap online business (nilai estimates 0,289: lihat apendiks A). Selain itu juga dengan memperkuat persepsi bahwa adopsi sistem tersebut merupakan pilihan yang baik dan bijak dalam era teknologi informasi saat ini.

### Keterbatasan Penelitian

Studi ini berfokus pada niat adopsi ulang *online business* pada kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, perlu kehati-hatian untuk generalisasi model. Konteks antara niat adopsi ulang dengan niat adopsi bisa berbeda, sehingga penelitian lanjut dapat dilakukan pada setting niat adopsi bagi individu yang belum pernah melakukan *online business*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, D. A., Kumar, V., and Day, G. S. 2000. *Marketing Research* (7th ed.). Singapore: John Wiley and Sons, Inc.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process* 211(50): 179-211.
- Ajzen, I., and Fishbein, M. 1969. The Prediction of Behavioral Intention in a Choice Situation. *Journal Of Experimental Social Psychology* 5: 400-416.

- Almahamid, S., Mcadams, A. C., Kalaldeh, T. A. L., and Eed, M. O. T. A. Z. A. 2010. The Relationship Between Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Information Quality, And Intention To Use E-Government. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.
- Baron, R. M., and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6): 1173–1182.
- Blanchard, C. M., Courneya, K. S., Rodgers, W. M., Fraser, S. N., Murray, T. C., Daub, B., and Black, B. (2003). Is the Theory of Planned Behavior a Useful Framework for Understanding Exercise Adherence During Phase II Cardiac Rehabilitation? *Journal of Cardiopulmonary Rehabilitation* 23: 29-39.
- Chuttur, M. 2009. Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions 9: 9–37).
- Cowen, J. B. 2009. The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Subjective Norm on the Use of Computed Radiography Systems: A Pilot Study.
- Crask, M., Fox, R. J., and Stout, R. G. 1995. Marketing Research: Principles and Applications. New Jersey: Prentice Hall.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep. MIS Quarterly (September): 319– 340.
- Davis, F. D. 1993. User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions, and Behavioral Impacts. *Intl. J. Man-Machine Studies 38*: 475–487.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. 1989. User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models. *Management Science* 35(8): 982–1003.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. 1974. Attitude Toward Objects As Predictors of Single

- Multiple Behavioral Criteria. Psychological Review 81(1): 59-74.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. 1981. Attitudes and Voting Behaviour: An Application of the Theory of Reasoned Action. Progress in Applied Social Psychology 1: 253-313.
- Hwang, H., and Park, S. 2014. Generalized Structure Component Analysis. www. sem-gesca.org.
- Preacher, K., and Hayes, A. 2004. Spss And Sas Procedures For Estimating Indirect Effects In Simple Mediation Models. Behavior Research Methods, Instruments, and Computers: A Journal Of The Psychonomic Society, Inc 36(4): 717-737.
- Sekaran, U. 1992. Research Methods for Business: A Skill Building Approach (Second Edi.). Singapore: John Willey and Sons, Inc.
- Shen Demei, Laffey James, Lin Yinmei, and H. X. 2006. Social Influence for Perceived Usefulness and Ease-of-Use of Course Delivery Systems Demei Shen, James Laffey, Yimei Lin, and Xinxin Huang University of Missouri, Columbia. Journal of Intercative Online Learning 5(3): 270-282.

- Solimun. 2013. Technical Assistance: Generalized Structure Component Analysis.
- Templeton, G. F., and Byrd, T. A. 2003. Determinants of the Relative Advantage of a Structured SDM During the Adoption Stage of Implementation. Information Technology and Management 4(4): 409-428.
- Vallerand, R. J., Deshaies, P., Cuerrier, J.-P., Pelletier, L. G., and Mongeau, C. 1992. Ajzen and Fishbein's Theory of Reasoned Action as Applied to Moral Behavior: A Confirmatory Analysis. Journal of Personality and Social Psychology 62(1): 98-109.
- Venkatesh, V. 2000. Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. Information System Research 11(4): 342-365.
- Yusoff, Y. M., and Muhammad, Z. 2009. Individual Differences, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness in the E-Library Usage. Computer and Information Science 2(1): 2-9.

## Apendiks A

## **Measurement Model**

Variable	Loading			Weight			SMC			
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	
PU		AVE = 0.691, Alpha =0.777								
PU3	0.804	0.055	14.54*	0.442	0.041	10.7*	0.646	0.085	7.61*	
PU5	0.852	0.042	20.1*	0.420	0.046	9.1*	0.727	0.072	10.12*	
PU6	0.838	0.032	26.2*	0.342	0.046	7.42*	0.701	0.053	13.27*	
A			A	VE = 0.817	, Alph	na =0.92	25			
A1	0.875	0.033	26.82*	0.277	0.018	15.32*	0.765	0.057	13.42*	
A2	0.924	0.019	49.88*	0.289	0.026	10.95*	0.853	0.034	25.12*	
A3	0.891	0.026	34.72*	0.263	0.024	10.77*	0.794	0.046	17.44*	
A4	0.925	0.018	52.0*	0.278	0.026	10.61*	0.856	0.033	26.23*	
								•		
PBC			A	VE = 0.740	), Alpł	na =0.64	<b>1</b> 5			
PBC6	0.870	0.037	23.3*	0.601	0.041	14.64*	0.758	0.065	11.72*	
PBC7	0.850	0.038	22.51*	0.561	0.045	12.46*	0.722	0.064	11.22*	
						•				
ITU			A	VE = 0.711	, Alph	na =0.89	93			
ITU1	0.897	0.031	28.77*	0.258	0.026	9.95*	0.805	0.055	14.52*	
ITU2	0.886	0.031	28.51*	0.276	0.022	12.32*	0.785	0.054	14.43*	
ITU3	0.800	0.062	12.89*	0.214	0.027	7.88*	0.640	0.096	6.65*	
ITU4	0.859	0.034	25.38*	0.230	0.021	10.7*	0.739	0.058	12.75*	
ITU5	0.766	0.067	11.37*	0.203	0.027	7.44*	0.587	0.103	5.71*	
					ı	I.		I.		
SN			A	VE = 0.643	, Alph	na =0.69	98			
SN2	0.566	0.141	4.02*	0.284	0.067	4.26*	0.321	0.120	2.67*	
SN3	0.898	0.020	45.93*	0.455	0.026	17.33*	0.806	0.035	23.02*	
SN4	0.895	0.017	51.6*	0.481	0.031	15.38*	0.802	0.031	25.78*	
					ı	I.		I.		
PEOU			A	VE = 0.759	, Alph	na =0.91	19			
peou3	0.776	0.056	13.94*	0.223	0.019	11.72*	0.602	0.085	7.07*	
peou4	0.894	0.025	35.81*	0.219	0.021	10.3*	0.800	0.045	17.97*	
peou5	0.919	0.017	54.86*	0.236	0.020	11.65*	0.845	0.031	27.57*	
peou6	0.920	0.017	55.43*	0.257	0.022	11.5*	0.846	0.030	27.98*	
peou7	0.837	0.034	24.54*	0.212	0.015	14.56*	0.700	0.056	12.46*	

 $CR^* = significant at .05 level$ 

## **Measurement Model**

Variable	Loading			Weight			SMC			
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	
PU		AVE = 0.691, Alpha =0.777								
PU3	0.804	0.055	14.54*	0.442	0.041	10.7*	0.646	0.085	7.61*	
PU5	0.852	0.042	20.1*	0.420	0.046	9.1*	0.727	0.072	10.12*	
PU6	0.838	0.032	26.2*	0.342	0.046	7.42*	0.701	0.053	13.27*	
A			A	VE = 0.817	, Alph	na =0.92	25			
A1	0.875	0.033	26.82*	0.277	0.018	15.32*	0.765	0.057	13.42*	
A2	0.924	0.019	49.88*	0.289	0.026	10.95*	0.853	0.034	25.12*	
A3	0.891	0.026	34.72*	0.263	0.024	10.77*	0.794	0.046	17.44*	
A4	0.925	0.018	52.0*	0.278	0.026	10.61*	0.856	0.033	26.23*	
PBC			A	VE = 0.740	, Alph	na =0.64	<b>1</b> 5			
PBC6	0.870	0.037	23.3*	0.601	0.041	14.64*	0.758	0.065	11.72*	
PBC7	0.850	0.038	22.51*	0.561	0.045	12.46*	0.722	0.064	11.22*	
ITU			A	VE = 0.711	, Alph	na =0.89	93			
ITU1	0.897	0.031	28.77*	0.258	0.026	9.95*	0.805	0.055	14.52*	
ITU2	0.886	0.031	28.51*	0.276	0.022	12.32*	0.785	0.054	14.43*	
ITU3	0.800	0.062	12.89*	0.214	0.027	7.88*	0.640	0.096	6.65*	
ITU4	0.859	0.034	25.38*	0.230	0.021	10.7*	0.739	0.058	12.75*	
ITU5	0.766	0.067	11.37*	0.203	0.027	7.44*	0.587	0.103	5.71*	
					•			•		
SN			A	VE = 0.643	, Alph	na =0.69	98			
SN2	0.566	0.141	4.02*	0.284	0.067	4.26*	0.321	0.120	2.67*	
SN3	0.898	0.020	45.93*	0.455	0.026	17.33*	0.806	0.035	23.02*	
SN4	0.895	0.017	51.6*	0.481	0.031	15.38*	0.802	0.031	25.78*	
PEOU			A	VE = 0.759	, Alpł	na =0.91	19			
peou3	0.776	0.056	13.94*	0.223	0.019	11.72*	0.602	0.085	7.07*	
peou4	0.894	0.025	35.81*	0.219	0.021	10.3*	0.800	0.045	17.97*	
peou5	0.919	0.017	54.86*	0.236	0.020	11.65*	0.845	0.031	27.57*	
peou6	0.920	0.017	55.43*	0.257	0.022	11.5*	0.846	0.030	27.98*	
peou7	0.837	0.034	24.54*	0.212	0.015	14.56*	0.700	0.056	12.46*	

CR\* = significant at .05 level

## Apendiks B

Instrumen Penelitian

- 1. Perceived Easy to Use
  - a. Mudah dan fleksibel
  - b. Cepat memahami
  - c. Mudah menggunakan
  - d. Jelas dan mengerti
  - e. Secara keseluruhan mudah digunakan
- 2. Perceived Usefulness
  - a. Bisa berhubungan dengan konsumen
  - b. Mengetahui informasi seputar konsumen
  - c. Mengetahui keinginan konsumen

- 3. Sikap (*Attitude*)
  - a. Bijak
  - b. Positif
  - c. Bermanfaat
  - d. Baik
- 4. Perceived Behavioral Control
  - a. Mampu melakukan
  - b. Bila yakin maka bisa melakukan
- 5. *Intention* (Niat)
  - a. Akan menggunakan kembali
  - b. Menggunakan kembali untuk transaksi penjualan
  - c. Tertarik kembali
  - d. Menggunakan kembali karena ide yang bagus
  - e. Didukung oleh staf/karyawan.

## Apendiks C

		О	utput Uji Val	iditas					
Factor									
	1	2	3	4	5	6			
peou3	.630								
peou4	.863								
peou5	.874								
peou6	.912								
peou7	.735								
pu5					.760				
pu6					.705				
a1		.770							
a2		.885							
a3		.832							
a4		.899							
pbc6						.441			
pbc7						.767			
itu1			.796						
itu2			.780						
itu3			.696						
itu4			.739						
itu5			.639						
sni3				.764					
sni2				.448					
sni4				.903					

Output Uji Validitas						
	Factor					
	1	2	3	4	5	6
peou3	.630					
peou4	.863					
peou5	.874					
peou6	.912					
peou7	.735					
pu5					.760	
pu6					.705	
a1		.770				
a2		.885				
a3		.832				
a4		.899				
pbc6						.441
pbc7						.767
itu1			.796			
itu2			.780			
itu3			.696			
itu4			.739			
itu5			.639			
sni3				.764		
sni2				.448		
sni4				.903		

Peou:perceived easy of use;pu:perceived usefulness; a:attitude (sikap);pbc:perceived behavioral control;itu:intention to use (niat);sni:subjective norm

Sumber: Data primer diolah, 2014

# Apendiks D

# Output Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Perceived easy to use	0,920
Perceived usefulness	0,780
Attitude (sikap)	0,926
Subjective norms	0,720
Perceived behavioral control	0,652
Intention to use (niat)	0,895

Sumber: Data primer diolah, 2014

# PENGARUH KUALITAS FUNGSIONAL, KUALITAS TEKNIK DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH SAKIT

#### Rachmad Hidayat

hidayat.utm@gmail.com Universitas Trunojoyo Madura

#### **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of functional quality, technical quality and company image to the patient's satisfaction. Measuring the quality of services in this study conducted by assessing the customers' perception of service quality as suggested Grönroos. Functional quality measure aspects of service delivery process while the technical quality measure results of the services provided by the service providers. Functional quality and technical quality have an influence in the formation of customers' perception of the image of the hospital. The unit of analysis in this study is the patient or the patient's family Hospital. The sample in this study using a proportional stratified random sampling method sampling. Sampling from a random member of the population and stratified proportionally, this is done if the population is heterogeneous. Questionnaires were collected processed using Structural Equation Modeling (SEM). This study showed a positive and significant impact of the variable functional quality, technical quality and image of patient satisfaction. Positive and significant impact of the variable functional quality and technical quality of the image while the variable effect of functional quality and technical quality of patient satisfaction is a direct effectand indirect effect through a image variable.

Keywords: functional quality, technical quality, image and satisfaction

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas fungsional, kualitas teknik dan citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan. Pengukuran kualitas jasa pada penelitian ini dilakukan dengan menilai persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa seperti yang disarankan Gronroos. Kualitas fungsional mengukur aspek-aspek proses penyampaian jasa sedangkan kualitas teknis mengukur hasil dari jasa yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas fungsional dan kualitas teknis memiliki pengaruh dalam pembentukan persepsi pelanggan terhadap citra rumah sakit. Unit analisis pada penelitian ini adalah pelanggan atau keluarga pelanggan Rumah Sakit. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode proportional stratifield random sampling yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata secara proporsional, hal ini dilakukan jika populasinya heterogen. Kuisioner yang terkumpul diolah menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM). Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas teknis dan citra terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas fungsional dan kualitas teknis terhadap citra sedangkan pengaruh variabel kualitas fungsional dan kualitas teknis terhadap kepuasan pelanggan adalah pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung melalui variabel citra.

Kata kunci: kualitas fungsional, kualitas teknik, citra dan kepuasan

#### **PENDAHULUAN**

Rumah sakit merupakan salah satu institusi pelayanan kesehatan yang tidak hanya berfungsi untuk mengatasi masalah kesehatan yang dialami oleh pasien, tetapi pelayanan yang diberikan mencakup dari

aspek promotif, preventif, kuratis serta rehabilitatif. Hal tersebut telah dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2009 Tentang Rumah Sakit. Rumah sakit sebagai salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yang memiliki

peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan. Pelayanan yang diharapkan adalah pelayanan yang berkualitas, sehingga mampu mengurangi angka kesakitan dan kematian serta menciptakan masyarakat sehat sejahtera. Kualitas pelayanan yang baik dari sebuah rumah sakit tercermin pada kepuasan pelanggan sehingga ada keinginan untuk menggunakan pelayanan sejenis diwaktu yang lain. (Baharuddin, 2004). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, yang berarti bahwa kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa dalam hal ini rumah sakit, tetapi berdasarkan pada persepsi pelanggan atau pelanggan. Kualitas pelayanan kesehatan suatu rumah sakit dapat tercermin dari persepsi pelanggan atas pelayanan kesehatan yang diterima dan persepsi tersebut akan berlanjut pada proses terbentuknya citra bagi rumah sakit. (Tjiptono, 2005)

Pelayanan kesehatan yang berkualitas tampak dari pengelolaan sarana pelayanan kesehatan yang profesional dan dikelola oleh lembaga yang memiliki kredibilitas. Pengelolaan lembaga pelayanan kesehatan yang baik, tidak hanya mengedepankan business oriented namun juga memperhatikan aspek sosial dengan memperhatikan corporate social responsibility. Rumah sakit harus selalu berkomitmen tinggi memajukan dan mengembangkan sumber daya rumah sakit, seperti kualitas sumber daya manusia (SDM) pemberi pelayanan, sarana dan prasarana dengan teknologi yang baik untuk bisa memberikan pelayanan yang bermutu kepada masyarakat.

Mutu pelayanan publik saat ini masih banyak kendala dan hambatan terutama dalam hal kualitas pelayanan. Masyarakat semakin pintar dan menuntut terciptanya tata kelola manajemen penyelenggara jasa kesehatan yang baik yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip transparansi, partisipasi, efisiensi, akuntabilitas, serta menghargai martabat masyarakat sebagai konsumen baik dari aspek pelayanan maupun kompetensi sebuah penyelenggara jasa kesehatan. Rumah sakit sebagai fasilitas pelayanan kesehatan bagi orang sakit atau sebagai tempat menyediakan dan memberikan pelayanan kesehatan yang meliputi berbagai masalah kesehatan. Rumah sakit juga merupakan salah satu institusi penyelenggara jasa kesehatan yang kompleks, padat pakar dan padat modal. Kompleksitas ini muncul karena pelayanan rumah sakit menyangkut berbagai fungsi pelayanan, pendidikan dan penelitian, serta mencakup berbagai jenis tingkatan disiplin keahlian.

Pelayanan terhadap rumah sakit di pengaruhi oleh tiga faktor yakni pasien, rumah sakit, dan lingkungan. Sosio demografi dan sosio psikologis pasien mempengaruhi pelayanan terhadap rumah sakit. Penggunaan pelayanan kesehatan pada umumnya pada anak-anak dan orang tua karena pada usia anak dan orang tua rentan terserang penyakit. Pendidikan yang lebih tinggi akan mempunyai informasi tentang kesehatan yang lebih banyak dibandingkan dengan pendidikan rendah, sehingga sadar akan arti mempertahankan kesehatan akan dirinya. Pendidikan yang tinggi juga memungkinkan kesempatan atau akses yang lebih besar untuk memperoleh pekerjaan dengan pendapatan yang lebih tinggi orang tua yang berpendidikan dan berpenghasilan tinggi cenderung lebih sering akan menggunakan pelayanan kesehatan. Sedangkan sosio psikologis pasien seperti persepsi sehat sakit, harapan dan persepsi terhadap pelayanan rumah sakit mempengaruhi kebutuhan individu untuk memanfaatkan tempat pelayanan kesehatan secara langsung. Pengetahuan seseorang terhadap sebuah pelayanan kesehatan juga dapat meningkatkan kunjungan pasien di tempat tersebut karena tempat tersebut dapat dijadikan tempat rujukan jika mereka sakit (Notoatmojo, 2005).

Ketersedian SDM rumah sakit merupakan faktor yang mempengaruhi pelayanan. Sumber daya manusia yang cukup baik ditinjau dari segi kualitas maupun jumlah akan sangat berpengaruh terhadap

pelayanan kesehatan. Sikap dan respon petugas kesehatan terhadap pelanggan juga tidak dapat dipandang sebelah mata dalam pemanfaat pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan dapat dipengaruhi ketanggapan petugas terhadap pelayanan yang diberikannya kepada masyarakat. Pelanggan tidak akan menggunakan kembali institusi pelayanan kesehatan atau pindah ke rumah sakit lain disebabkan karena perilaku staf atau personil yang tidak menyenangkan, misalnya pelayanan terlambat atau perilaku yang tidak manusiawi. Fasilitas rumah sakit tergantung dari jenis dan tingkat atau kelas rumah sakit. Rumah sakit dengan fasilitas terbatas dan kemampuan pelayanan yang terbatas pula hanya mampu merawat penderita dengan penyakit ringan, apabila ada pelanggan dengan penyakit lebih berat akan merujuk ke rumah sakit lain yang lebih baik. Fasilitas umum seperti ruang tunggu, toilet dan lapangan parkir juga mempengaruhi kepuasan pelanggan (Wijono, 2008).

Model kualitas layanan yang populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model servqual (service quality). Amponsah and Ulrich (2009) meneliti hubungan penyedia layanan kesehatan dan kepuasan pelanggan penyedia layanan kesehatan. Pelanggan rumah sakit swasta dan pemerintah cenderung sangat puas dengan pelayanan kesehatan. Pelanggan rumah sakit swasta sekitar 12 persen lebih mungkin puas dibandingkan pelanggan rumah sakit pemerintah. Zaim et. al., (2010) menyatakan kepuasan pelanggan rumah sakit (tangibility, kehandalan, kesopanan dan empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ranajit and Anirban (2011) meyatakan kepuasan pasien dan kualitas pelayanan dipertimbangkan bersama-sama untuk stabilitas organisasi rumah sakit. Ilioudi et. al., (2013) menggunakan metode Survei online untuk mengetahui kepuasan pelanggan rumah sakit. Kepuasan pasien terkait dengan sejauh mana kebutuhan perawatan kesehatan umum dan kebutuhan kondisi spesifik terpenuhi. Pasien puas

dengan pelayanan kesehatan terutama pada layanan klinis, layanan obat-abatan, peran aktif perawat, profesionalime layanan kesehatan. Amponsah and Ulrich (2009); Zaim et. al., (2010); Ranajit and Anirban (2011); Ilioudi et. al., (2013) menggunakan model Servqual yang populer untuk mengukur kualitas layanan. Meskipun banyak keterbatasan pendekatan SERVQUAL, instrumen ini diterapkan untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pasien Rumah Sakit. Para peneliti telah menyarankan model yang berbeda dan metode untuk mengukur kepuasan pasien mengingat kualitas pelayanan sebagai salah satu pendahulunya.

Pengukuran kualitas layanan rumah sakit pada penelitian ini berangkat dari pendekatan model Gronroos. Model Gronroos digunakan karena memiliki model kualitas jasa yang lebih lengkap dibandingkan model Servqual. Model memaparkan tiga dimensi utama atau faktor yang dipergunakan konsumen dalam menilai kualitas yaitu outcome related (technical quality), process related (functional quality) dan imaged related dimensions. Ketiga dimensi ini kemudian dijabarkan yaitu (1) Professionalism and skills merupakan outcome related, dimana pelanggan menganggap bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional dan sumber daya fisiknya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional. (2) Attitudes dan Behaviour merupakan process related, dimana pelanggan menganggap merasa bahwa karyawan dalam memberikan pelayanan selalu memperhatikan mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah pelanggan secara spontan dan dengan senang hati. (3) Accessibility and Flexibility merupakan process related. Pelanggan merasa penyedia jasa, lokasi, jam kerja karyawan dan sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengaksesnya dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan. (4)

Reliability and Truthworthness merupakan process related. Pelanggan meyakini bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa, karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji-janjinya dan bertindak demi kepentingan pelanggan. (5) Service and Recovery merupakan process related. Pelanggan meyakini bahwa apabila ada kesalahan atau bila terjadi sesuatu yang tidak diharapkan, penyedia jasa akan segera dan secara aktif mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan menemukan solusi yang tepat. (6) Servicescape merupakan process related. Pelanggan bahwa kondisi fisik dan aspek lingkungan service encounter lainnya mendukung pengalaman positif atas proses jasa. (7) Reputation and Credibility merupakan imaged related. Pelanggan meyakini bahwa bisnis penyedia jasa dapat dipercaya. (Gronroos, 2007)

Peran citra sangat mempengaruhi keberhasilan kegiatan suatu lembaga seperti rumah sakit. Menurut Zeithaml et. al., (2009), citra rumah sakit yang baik merupakan aset bagi kebanyakan rumah sakit, karena citra dapat berdampak kepada persepsi atas kualitas, nilai dan kepuasan. Menurut Ryu et al., (2008) citra adalah seperangkat kepercayaan, daya ingat dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek sangat ditentukan oleh citra objek tersebut. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran dan pengertian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat, dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap rumah sakit sebagai sebuah badan usaha ataupun terhadap personilnya (dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik). Terciptanya suatu citra rumah sakit yang baik di mata khalayak atau publiknya akan banyak menguntungkan. Kualitas fungsional mengukur penyampaian jasa aspek-aspek proses sedangkan kualitas teknis mengukur hasil (outcome) dari jasa yang diberikan oleh penyedia jasa (provider).

Studi ini diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif tentang kualitas fungsional dan kualitas teknis memiliki pengaruh dalam pembentukan persepsi pelanggan terhadap citra rumah sakit. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas fungsional, kualitas teknik dan citra rumah sakit terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit Pemerintah di Madura. Sepanjang pengetahuan peneliti, studi teori pemasaran jasa dan studi empirik, studi dalam topik yang sama belum pernah dilakukan. Secara teoritis terdapat justifikasi empirik bahwa diduga terdapat hubungan yang kuat dan kausal antara kualitas fungsional dan kualitas teknik terhadap dan citra rumah sakit. Justifikasi lain yang bisa ditarik adalah adanya hubungan antara kualitas fungsional dan kualitas teknik terhadap kepuasan pelanggan Rumah Sakit baik secara langsung maupun diantarai oleh citra rumah sakit. Disamping itu teori-teori pemasaran jasa memberi dukungan atas justifikasi yang telah dikemukakan. Oleh karena itu pengujian teori ini pada situasi empirik patutlah didukung.

#### **TINIAUAN TEORETIS**

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna. Beberapa definisi yang berbeda tentang kualitas dari berbagai literatur yang banyak dikutip dan diadaptasi. Definisi kualitas menurut beberapa pakar. Lymperopoulos et al., (2006), "Quality is the degree of excellence or superiority of an organization goods and services." Kualitas merupakan tingkat keunggulan dari suatu barang dan jasa suatu organisasi harus dapat menjadi pembeda dengan keunggulan yang ditawarkan oleh barang dan jasa organisasi lainnya. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Akhtar (2011) mendefinisikan kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang

memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit. Arries (2008) mendefinisikan kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Berdasarkan beberapa definisi di atas, maka kualitas merupakan nilai kasesuaian atau lebih dari barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

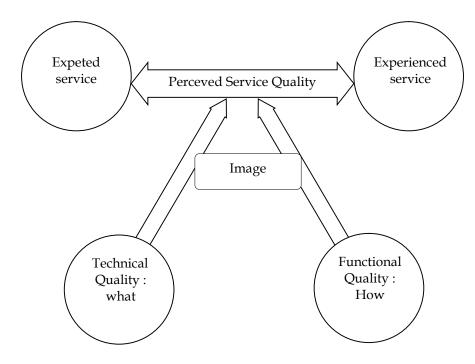
Konsep dasar kualitas dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari keinginan ataupun harapan dari pelanggan (konsumen). Definisi kualitas layanan (jasa) berpusat pada upaya pemenuhan kebutuh an dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian kualitas atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa menurut Boshoff (2004) yaitu expected service dan perceived service. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (Perceved Service) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas jasa ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Chi and Qu, (2008) meyatakan baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Menurut Pasuraman, et al., (2005) menyebutkan bahwa ada 10 dimensi yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan yaitu: (1) Tampilan elemen fisik (Tangible). Dimensi ini mencakup tersedianya fasilitas fisik, peralatan, sumber daya manusia, materi-materi untuk komunikasi yang merupakan buktinya

(Tangible) pelayanan. (2) Keandalan (Reliability). Dimensi ini mencakup keandalan dalam menepati janji yang telah diberikan, kinerja yang akurat dan konsisten. (3) Responsivitas (Responsiveness). Dimensi ini mencakup kesiapan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat. (4) Komunikasi (Communication). Dimensi ini mencakup penyampaian informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/layanan yang ditawarkan, biaya jasa, trade-off antara jasa dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul. (5) Kredibilitas (Credibility). Dimensi ini mencakup dapat dipercayanya pemberi pelayanan, keyakinan akan pelayanan yang diberikan dan jaminan atas pelayanan yang telah diberikan. (6) Ke amanan (Security). Dimensi ini mencakup bebas dari resiko, rasa takut dan keraguraguan atas pelayanan yang telah diberikan. (7) Kompetensi (Competence). Dimensi ini mencakup dimilikinya kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan pelayanan. (8) Sopan santun (Courtesy). Dimensi ini mencakup keramahan karyawan, kesopanan, hormat, tenggang rasa dan kedekatan dengan pelanggannya. (9) Pemahaman pada pelanggan (Understanding the customer). Dimensi ini mencakup usaha untuk mengenali dan mengerti akan kebutuhan pelanggan. (10) Akses. Dimensi ini mencakup kemudahan akan mendapatkan pelayanan yang baik dalam mencapai lokasi, komunikasi dengan petugas maupun kemudahan dalam penyelesaian masalah yang ada hubungannya dengan pelayanan.

perkembangan Dalam selanjutnya Ravichandran et al, (2010) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima dimensi pokok, kelima dimensi tersebut adalah: (1) Tangibles (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. (2) Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan. (3) Responsiveness (daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. (4) Assurance (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun

keraguraguan. (5) *Empaty*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. (6) Pada hakikatnya pengukuran kualitas suatu jasa hampir sama dengan pengukuran kepuasan pelanggan yaitu ditentukan oleh variabel harapan dan kinerja yang dirasa-kan (perceived performance).



Gambar 1 Model Kualitas *Gronroos* 

**Sumber**: *Gronroos* (2007: 117)

Menurut Gronroos, kualitas jasa merupakan hasil dari proses evaluasi konsumen yang membandingkan persepsinya terhadap service delivery dan output yang dihasilkan dengan apa yang mereka harapkan. (Rahman et al., 2012). Model Gronroos memiliki kualitas jasa yang lebih lengkap dibandingkan model Servqual yang dikemukakan Parasuraman. Gronroos menggunakan dimensi kualitas fungsional (process related) dan kualitas teknis (outcome related) serta citra dalam melakukan pengukuran kualitas jasa. Model Servqual hanya menjelaskan dimensi kualitas fungsi-

onal saja. Model kualitas jasa yang dikembangkan oleh Gronroos dapat dilihat pada Gambar 1., adapun penjelasan komponen kualitas adalah: (1) Kualitas teknis (outcome related) merupakan keluaran dari interaksi konsumen dan penyedia jasa yaitu apa yang diterima atau dirasakan pelanggan setelah proses interaksi antara penjual dan pembeli berakhir. Kualitas teknik merupakan hasil akhir dari proses pelayanan jasa. Apa (What) yang dirasakan pelanggan setelah proses interaksi berakhir merupakan hal yang sangat diperhatikan pelanggan ketika melakukan penilaian atau evaluasi terhadap kualitas pelayanan seperti waktu tunggu dan waktu pelayanan. (2) Kualitas fungsional (process related) adalah bagaimana proses pelayanan disajikan termasuk interaksi antara penjual dan pembeli. Kualitas fungsional selalu dinilai pelanggan secara objektif. (3) Citra perusahaan. (Gronroos, 2007)

Luo and Homburg, (2007) menyatakan citra perusahaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dalam pikiran publik atau masyarakat terhadap suatu perusahaan. Faullant et al., (2008) mendefinisikan citra sebagai representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial, konsumen yang kecewa. Termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor. Apabila citra perusahaan baik dimata konsumen, maka kesalahan-kesalahan kecil mengenai proses maupun output yang dilakukan perusahaan akan dimaafkan oleh pelanggan (Dimitriades, 2006; Santos, 2003). Apabila kesalahankesalahan tersebut, sering terjadi, maka citra perusahaan akan menurun. Apabila citra perusahaan sudah buruk maka permasalahan kualitas biasanya dianggap lebih buruk daripada kondisi sebenarnya.

Ada beberapa pengertian mengenai kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh beberapa pakar, diantaranya Chi and Qu, (2008) menandakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibanding dengan harapannya, sedangkan Olorunniwo et al., (2006) mengartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Berdasarkan definisi pakar di atas, maka kepuasan pelanggan merupakan nilai timbal balik yang sesuai dirasakan seseorang berdasarkan aktivitas purna beli produk dan jasa. Nilai timbal balik berupa perbandingan atas harapan yang diinginkan sebelum penggunaan produk dan jasa dan

setelahnya, nilai yang didapatkan apakah sama atau lebih dari yang diharapkan.

Spreng et al., (2009) menyatakan bahwa perasaan puas timbul ketika pelanggan membandingkan persepsi mereka mengenai performance produk atau jasa dengan harapan mereka. Hidayat (2009) menyatakan puas atau tidak puasnya seorang pelanggan ditentukan oleh kesesuaian harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan pada kinerja aktual layanan tersebut. Pelanggan akan puas jika perusahaan mampu memberikan layanan sesuai harapannya. Pelanggan akan membentuk harapannya dari kinerja seharusnya dari suatu layanan. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual layanan. Jika kinerja aktual lebih besar atau sama dengan harapan maka kepuasan akan terjadi. Gandhi and Kang (2010) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan pengalaman konsumsi. Tjiptono (2007) menyatakan kepuasan pelanggan adalah hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara reward dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.

Menurut teori equity, seseorang akan puas bila hasil (outcome) yang diperoleh dibandingkan dengan input yang digunakan dirasakan fair atau adil. Kepuasan terjadi apabila pelanggan merasa bahwa rasio hasil terhadap input-nya proporsional terhadap rasio yang sama apabila dipandang orang lain. Sedangkan teori attribution menyatakan bahwa ada tiga dimensi yang menentukan keberhasilan dan kegagalan outcome sehingga dapat ditentukan apakah suatu pembelian memuaskan atau tidak memuaskan. Ketiga dimensi tersebut yaitu: (1) stabilitas atau variabilitas yaitu apakah faktor penyebabnya sementara atau permanen; (2) locus of causality yaitu apakah penyebabnya berhubungan dengan konsumen atau dengan pemasar; (3) controllability yaitu apakah penyebab tersebut berada dalam kendali ataukah dihambat oleh faktor luar yang tidak dapat dipengaruhi. Pendapat pelanggan berkenaan dengan apa yang diterimanya disebut sebagai nilai kualitas yang diharapkan. Para pelanggan akan dipuaskan, jika kualitas aktual yang mereka terima Iebih baik dan pada yang mereka harapkan. Suatu kesalahan yang umum dilakukan didalam pengukuran kualitas adalah dengan mengasumsikan bahwa kualitas aktual sama dengan kualitas yang diharapkan.

Kualitas harapan adalah apa yang diharapkan oleh para pelanggan didalam penggunaan suatu barang atau jasa. Promosi, periklanan dan kabar dari mulut ke mulut mempunyai pengaruh yang besar terhadap kualitas harapan ini. Jika harapan yang dibuat terlalu rendah, pelanggan akan pergi kemanapun, kemudian memilih jenis produk yang bagaimanapun, dan produk tersebut akan memenuhi atau bahkan melampaui harapannya. Namun jika ekspektasi (harapan) pelanggan tersebut terlalu tinggi, pelanggan tersebut tidak akan dapat dipuaskan walau bagaimanapun tingginya aktual yang ditawarkan. Tujuan akhir dan kepuasan pelanggan adalah membentuk persepsi dan harapan pelanggan terhadap produk yang dipasarkan sehingga pelanggan merasa puas dan menjadi pelanggan fanatik terhadap produk perbankan yang dihasilkan. Namun perlu diketahui juga bahwa harapan pelanggan terbentuk karena dipengaruhi juga oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji informasi pemasar dan saingannya.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan pelanggan terbentuk setelah terjadinya persepsi terhadap nilai penawaran atau dengan kata lain tingkat kepuasan pelanggan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan terjadi jika penilaian dan produk perbankan yang digunakan

minimal sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan terjadi jika hasil penilaian tersebut tidak memenuhi atau berada dibawah harapan pelanggan. Sementara itu dalam pengukuran terhadap kepuasan pelanggan, Fornell (2004) menggunakan 3 item dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu: (1) overall satisfaction (kepuasan pelanggan secara menyeluruh) adalah hasil evaluasi dan pengalaman konsumsi sekarang yang berasal dan kebiasaan, kendala dan standarisasi pelayanan; (2) confirmation of expectation (konfirmasi harapan) adalah tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan; dan (3) comparison of ideal (perbandingan dengan kondisi ideal) adalah kinerja produk dibandingkan dengan kondisi ideal menurut persepsi pelanggan.

Mengetahui tingkat kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan untuk menjawab voice of customer (suara konsumen), sehingga didapatkan kemampuan untuk menjawab keinginan konsumen tersebut (Aiello e.t al., (2003). Adapun metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Yamit (2005), antara lain: (1) Sistem Pengaduan. Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan, dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. (2) Survey Pelanggan atau Konsumen. Survey pelanggan atau konsumen merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung. (3) Panel Pelanggan atau Konsumen. Permengundang pelanggan usahaan konsumen yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain.

## **Hipotesis Penelitian**

Menurut Azwar (2007), hipotesis penelitian adalah keterangan sementara dari

hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau kita pelajari. Berdasarkan model dasar penelitian dalam Gambar 2. terdapat beberapa hipotesis yang dapat dirumuskan untuk menguji model antara lain:

H<sub>1</sub> : Kualitas fungsional mempengaruhi kepuasan pelanggan

H<sub>2</sub> : Kualitas teknis mempengaruhi kepuasan pelanggan

H<sub>3</sub> : Citra rumah sakit mempengaruhi kepuasan pelanggan

H<sub>4</sub> : Kualitas fungsional mempengaruhi citra rumah sakit

H<sub>5</sub>: Kualitas teknis mempengaruhi citra rumah sakit

H<sub>6</sub>: Kualitas fungsional mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui citra rumah sakit H<sub>7</sub>: Kualitas teknis mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui citra rumah sakit

Pembentukan model penelitian terdiri dari beberapa tahap dimulai dari identifikasi dimensi kualitas jasa, identifikasi variabel kepuasan pelanggan, pembentukan model dasar penelitian dan operasionalisasi variabel penelitian. Pengukuran kualitas jasa pada penelitian ini dilakukan dengan menilai persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa seperti yang disarankan Gronroos. Dimensi-dimensi kualitas jasa pada penelitian ini menggunakan dimensi kualitas jasa Gronroos yang terbagi menjadi 3 dimensi, yaitu: (1) Kualitas fungsional. (2) Kualitas teknis. (3) Citra. Dimensi kualitas teknis dan kualitas fungsional akan membentuk citra perusahaan Gronroos (2007).Definisi dimensi kualitas jasa penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Definisi Dimensi Kualitas Jasa

Proses penyajian layanan jasa atau proses transfer kualitas teknis/ hasil akhir jasa dari penyedia jasa	
kepada pelanggan. Hasil <i>(output)</i> yang dirasakan pelanggan setelah proses interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan telah	Gronroos (2007)
berakhir.	
] ] j	kualitas teknis/ hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan. Hasil (output) yang dirasakan pelanggan setelah proses interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan telah

Definisi aspek kualitas Gronroos memilki cakupan yang luas sehingga diperlukan beberapa sub variabel untuk menjelaskan konstruk dimensi kualitas fungsional, kualitas teknis dan citra. Berdasarkan literatur review, item variabel penelitian terlihat banyak kesamaan definisi pada masing-masing dimensi kualitas jasa yang akan dijadikan sumber acuan penelitian ini. Dimensi kualitas fungsional pada penelitian ini di definisikan dengan sub variabel yaitu: Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness (RATER) seperti yang di

gunakan pada penelitian Rahmulyono (2008) yang mendasarkan penelitiannya pada hasil penelitian Zeithaml et. al., (2009). Penelitian ini juga mengacu pada hasil penelitian Kang dan James (2004) yang menjadikan variabel RATER sebagai sub variabel dimensi kualitas fungsional. Dimensi kualitas teknis pada penelitian ini didefinisikan sebagai Profesionalism seperti yang digunakan pada penelitian Puspita (2009). Adapun definisi dari masing-masing variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

		,		
Variabel	Sub Variabel	Definisi	Referensi	
	Reliability	Kemampuan dalam memberikan pelayan- an dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.		
Kualitas Fungsional	Assurance	Mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keraguraguan.		
	Tangible	meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.	Zeithaml <i>et. al.,</i> (2009)	
	Emphaty	Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuh- an pelanggan.		
	Responsiveness	Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.		
Kualitas Teknis	Profesionalism	Tanggapan pelanggan bahwa penyedia jaaa pelayanan menjamin dan mengatasi masalah yang diatasinya dengan terampil dan profesional	Puspita, I (2009)	
Citra	Citra	Citra rumah sakit dimata pelanggan Gronroos (200		

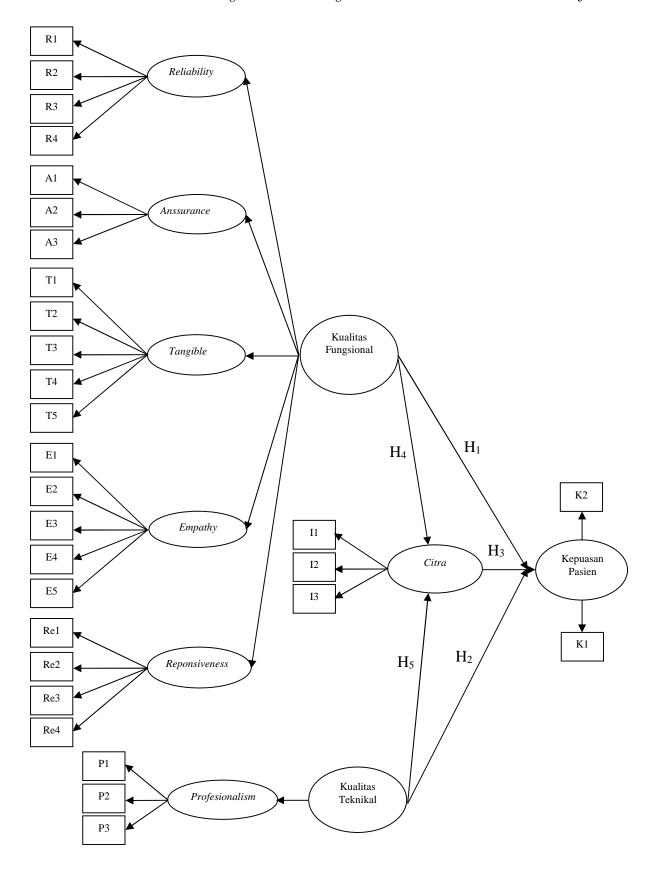
Tabel 2 Definisi dimensi kualitas jasa

Dalam penelitian ini, kepuasan diukur melalui metode directly reported satisfaction yaitu pengukuran dengan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Pada penelitian ini kepuasan pelanggan rumah sakit adalah evaluasi pelanggan secara keseluruhan dengan membandingkan kinerja aktual dengan harapan nya menurut Kotler (2003). Tjiptono (2005) menyatakan kepuasan pelanggan pengaruhi oleh kualitas jasa. Penelitian Rahmulyono (2008), menyimpulkan kualitas rumah sakit memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian tersebut diperoleh model hubungan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Hubungan antara kualitas jasa rumah sakit dan kepuasan pelanggan Sumber: Rahmulyono. (2008)

Gronroos membagi komponen kualitas manjadi dua yaitu kualitas fungsional (process related) dan kualitas teknis (outcome related) yang akan membentuk citra rumah sakit. Model kualitas jasa Gronroos memiliki kualitas jasa yang lebih lengkap dibandingkan model Servqual yang dikemukakan Parasuraman, et al., (2005). Model Gronroos menggunakan dimensi kualitas fungsional (process related) dan kualitas teknis (outcome related) serta citra



Gambar 3 Model pengukuran

dalam melakukan pengukuran kualitas jasa, sedangkan model Servqual hanya menjelaskan dimensi kualitas fungsional saja. Penelitian ini menguji kualitas jasa Gronroos pada layanan rumah sakit yang dihubungkan dengan kepuasa pelanggan rumah sakit.

Hasil penelitian diharapkan bahwa kualitas fungsional, kualitas teknis dan citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Model penelitian dibentuk berdasarkan penelitian yang menyimpulkan kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas fungsional, kualitas teknis dan citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Pada model penelitian ini dimensi kualitas fungsional definisikan dengan sub variabel yaitu: Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness (RATER), sedangkan dimensi kualitas teknis didefinisikan dengan sub variabel sebagai Profesionalism. Model penelitian yang disusun berdasar hipotesis yang telah diuraikan dapat dilihat pada Gambar 3.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dimulai dengan melakukan survey dan observasi lapangan yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada, terutama tentang obyek yang akan dijadikan fokus penelitian. Pengukuran kualitas jasa pada penelitian ini dilakukan dengan menilai persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa seperti yang disarankan Gronroos. Dimensi-dimensi kualitas jasa pada penelitian ini menggunakan dimensi kualitas jasa Gronroos yang di terbagi menjadi 3 dimensi, yaitu kualitas fungsi onal, kualitas teknis dan citra. Responden yang dipilih dalam penyebaran kuisioner penelitian ini adalah keluarga pelanggan yang mengetahui proses pelayanan rumah sakit. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa responden mengerti dengan baik pertanyaan-pertanyaan kuisioner dan dapat memberikan jawaban yang baik dan benar sesuai dengan persepsi

kualitas yang dirasakan. Pertanyaan dalam kuisioner penelitian berupa pertanyaan positif, ini dilakukan berdasarkan penelitian Sugiono (2010) yang menyatakan bahwa item pertanyaan negatif akan menimbulkan kebinggungan dan perasaan frustasi dari sebagian responden. Skala yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan adalah skala likert dari 1 sampai 5 (sangat setuju, setuju, tidak ada pendapat, tidak setuju, sangat tidak setuju). Penggunaan 5 poin skala Likert ini dapat menurunkan tingkat tekanan yang dialami responden saat mengisi kuesioner serta dapat meningkatkan tingkat respon (Masyhuri dan Zainudin, 2009). Kuisioner yang terkumpul diolah menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM).

Pada penelitian ini menggunakan indikator penelitian (variabel teramati) sejumlah n = 29. Wijanto (2008) menyarankan bahwa paling rendah rasio 5 responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal ketika sebuah variabel laten mempunyai beberapa indikator (variabel teramati). Mengacu pada Wijanto (2008: 46), maka jumlah data yang harus diambil pada penelitian ini adalah 5 kali indikator (variabel teramati) yakni 29 X 5 = 145 data. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Metode proportional stratifield random sampling yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata secara proporsional, hal ini dilakukan jika populasinya heterogen (tidak sejenis). Tiap sub populasi ini secara acak diambil anggota sampelnya (Umar, 2004: 84). Sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan wilayah rumah sakit (Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep). Dengan jumlah data yang diambil sebanyak 145 data yang tersebar sesuai dengan wilayah penelitian, maka jumlah sampel untuk masing-masing wilayah diambil berdasarkan rumus perhitungan:

$$n_i = \left[\frac{N_i}{N} \times 100\%\right] n$$

## Keterangan:

 $n_i$ : Jumlah sampel pada setiap wilayah  $N_i$ : Jumlah populasi pada setiap wilayah

N : Total populasin : Total sampel

Dari rumus perhitungan diperoleh proporsi jumlah sampel secara lengkap dapat dilihat dalam Tabel 3.

Tabel 3
Proporsi Jumlah Sampel
(pelanggan rawat inap)

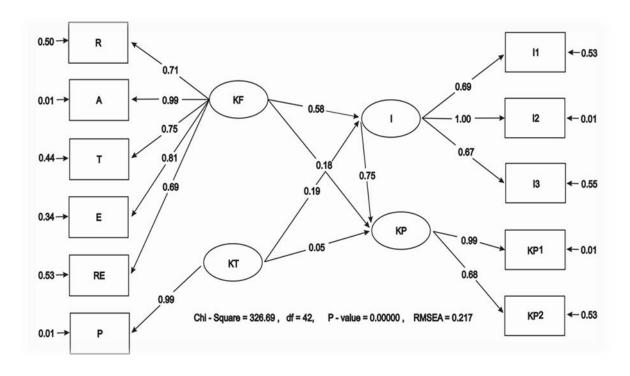
No.	Wilayah	Populasi rata-rata pelanggan (00)	Proporsi sampel
1.	Bangkalan	53	33
2.	Sampang	68	43
3.	Pamekasan	75	47
4.	Sumenep	36	23
	Total	232	145

Sumber: Data Diolah.

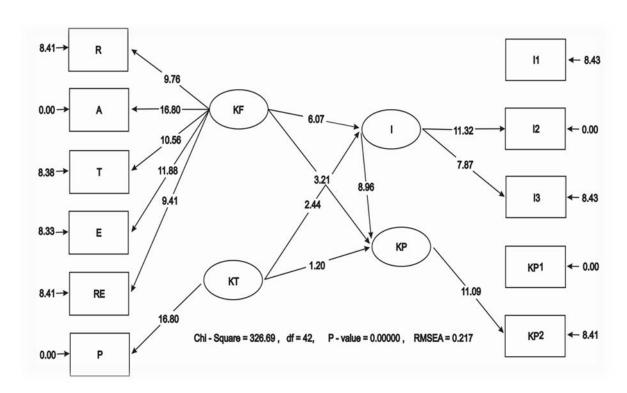
#### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data model struktural menunjukan path diagram antara variabel laten eksogen ke variabel laten endogen yang terdiri dari *T-Value* (nilai yang digunakan untuk uji signifikan konstruk), standardized solution (nilai parameter yang digunakan untuk menentukan arah dan besar pengaruh) dan persamaan model matematik pada model struktural. Gambar 4 adalah *Path Diagram* model struktural kepuasan pelanggan.

Hasil analisis terhadap ukuran GOF Kualitas Fungsional dapat dirangkum pada Tabel 4. Diketahui bahwa terdapat 9 ukuran GOF yang menunjukkan kecocokan yang kurang baik, sedangkan 6 ukuran GOF yang menunjukkan kecocokan baik, maka dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan model adalah kurang baik. Untuk itu perlu dilakukan respesifikasi model untuk meningkatkan kecocokan antara model data.



Gambar 4
Path diagram Estimasi Parameter Model Struktural



Gambar 5 Path diagram Pengujian T-test Model Struktural

Tabel 4 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model

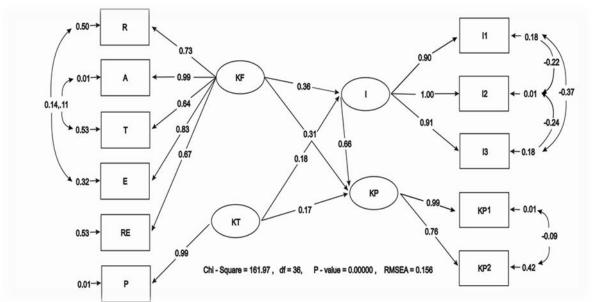
Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
Chi-Square P	Nilai P>0,05	Chi-Square= 487,02 (P = 0,0)	Kurang baik
-	•	• ,	0
NCP Interval	Nilai yang kecil Interval Sempit	284,69 (230,86 ; 345,99)	Kurang baik
RMSEA P (close	$RMSAE \le 0.08 P \ge 0.5$	0,22 0,00	Kurang baik
fit)			
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat	M*=2,60 S*=0,92 I*=18,73	Good fit
	dengan ECVI Saturated		
AIC	Nilai yang kecil dan dekat	M*=374,69 S*=132,00	Good fit
	dengan AIC Saturated	I*=2697,58	
CAIC	Nilai yang kecil dan dekat	M*=470,13 S*=394,69	Good fit
	dengan CAIC Saturated	I*=2741,33	
NFI	NFI ≥ 0,90	0,82	Marginal fit
NNFI	NNFI ≥ 0,90	0,72	Kurang baik
CFI	CFI ≥ 0,90	0,80	Marginal fit
IFI	IFI ≥ 0,90	0,80	Marginal fit
RFI	RFI ≥ 0,90	0.76	Kurang baik
CN	CN ≥ 200	20.58	Kurang baik
RMR	Standardized RMR≤0,05	0.12	Kurang baik
GFI	GFI ≥ 0,90	O,71	Kurang baik
AGFI	AGFI ≥ 0,90	0,45	Kurang baik

\*M : Model; \*S : Saturated; I : Independence

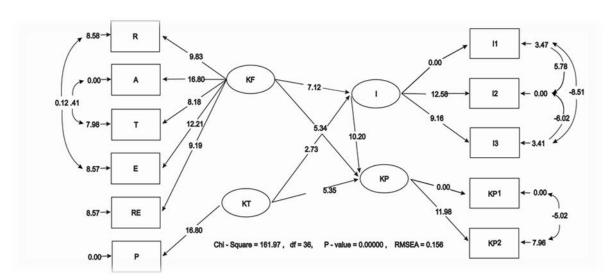
#### Respesifikasi Model Struktural

Respesifikasi model untuk memperbaiki kecocokan model terhadap data. Memanfaatkan informasi pada modification indices diperoleh informasi untuk penambahan lintasan (path) diantara variabel laten dengan variabel teramati dan penambahan error covariance yang secara default menyatakan semua kesalahan di asumsikan tidak berkorelasi. Informasi untuk penambahan lintasan (path) diantara

variabel laten dengan variabel teramati tidak digunakan karena akan merubah hipotesis penelitian, sedang error covariance tidak semua digunakan hanya koverasi diantara 2 kesalahan yang menurunkan Chi-square terbesar dan model pengukuran dari variabel laten yang sama yang akan digunakan. Adapun CFA hasil Respesifikasi model struktural dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Path diagram Estimasi Parameter Respesifikasi Model Struktural



Gambar 7 Path diagram Pengujian T-test Respesifikasi Model Struktural

Analisis kecocokan Respesifikasi model struktural atau *overall model fit* ini ditunjukkan untuk mengevaluasi derajat kecocokan atau *Goodness of fit* (GOF) antara data dengan model. Hasil analisis terhadap ukuran GOF Respesifikasi model struktural dapat dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model Respesifikasi Model Struktural

Ukuran GOF	Target Tingkat Kecocokan	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
Chi-	Nilai P>0,05	Chi-Square= 222,68 (P = 0,0)	Kurang baik
Square P		7 ( 3,3)	9 4 4
NCP	Nilai yang kecil Interval	125,97 (90,21; 169,28)	Kurang baik
Interval	Sempit		_
RMSEA P	RMSAE $\leq 0.08 \text{ P} \geq 0.5$	0,16 0,00	Kurang baik
(close fit)			
ECVI	Nilai yang kecil dan dekat	M*=1,54 S*=0,92 I*=18,73	Good fit
	dengan ECVI Saturated		
AIC	Nilai yang kecil dan dekat	M*=221,97 S*=132,00	Good fit
	dengan AIC Saturated	I*=2697,58	
CAIC	Nilai yang kecil dan dekat	M*=341,27 S*=394,69	Good fit
	dengan CAIC Saturated	I*=2741,33	
NFI	NFI ≥ 0,90	0,92	Good fit
NNFI	NNFI ≥ 0,90	0,89	Marginal fit
CFI	CFI≥0,90	0,93	Good fit
IFI	IFI ≥ 0,90	0,93	Good fit
RFI	RFI ≥ 0,90	0.87	Marginal fit
CN	CN ≥ 200	38.91	Kurang baik
RMR	Standardized RMR ≤ 0,05	0.096	Kurang baik
GFI	GFI ≥ 0,90	O,83	Marginal fit
AGFI	AGFI≥ 0,90	0,69	Kurang baik

<sup>\*</sup>M : Model; \*S : Saturated; I : Independence

Tabel 6 Hubungan Kausal Model Struktural

	Nilai-			
Path	t	Koefisien	$\mathbb{R}^2$	Simpulan
KF → KP	5,34	0,21	0,61	Berpengaruh positif dan signifikan
$KT \rightarrow KP$	5,35	0,17		Berpengaruh positif dan signifikan
I → KP	10,20	0,66	-	Berpengaruh positif dan signifikan
$KF \rightarrow I$	7,12	0,56	0,46	Berpengaruh positif dan signifikan
KT → I	2,73	0,18		Berpengaruh positif dan signifikan

Terdapat 6 ukuran GOF yang menunjukan kecocokan yang kurang baik, sedangkan 9 ukuran GOF yang menunjukkan kecocokan baik, maka dapat disimpulkan bahwa kecocokan keseluruhan

model ada- lah baik. Dari Tabel 6. diketahui bahwa semua parameter menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dalam menunjukkan pengaruh antar varibel laten eksogen terhadap varibel laten endogen.

### **Analisis Uji Hipotesis**

Selanjutnya analisis dalam model struktural adalah untuk mengestimasi parameter dari pengaruh antar variabel, yang sekaligus juga akan membuktikan hipotesis penelitian. Hasil analisis Hipotesis penelitian adalah: (1) Hubungan variabel Kualitas Fungsional (KF) dengan Kepuasan Pelanggan (KP) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, ini menunjukkan uji hipotesis adalah Terima H1 (Kualitas fungsional mempengaruhi kepuasan pelanggan). (2) Hubungan variabel Kualitas Teknis (KT) dengan Kepuasan Pelanggan (KP) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, ini menunjukkan Terima H<sub>2</sub> (Kualitas teknis mempengaruhi kepuasan pelanggan). (3) Hubungan variabel citra (I) dengan Kepuasan Pelanggan (KP) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, ini menunjukkan uji hipotesis adalah Terima H3 (Citra rumah sakit mempengaruhi kepuasan pelanggan). (4) Hubungan variabel Kualitas Fungsional (KF) dengan variabel citra (I) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, ini menunjukkan uji hipotesis adalah Terima H<sub>4</sub> (Kualitas fungsional mempengaruhi citra rumah sakit). (5) Hubungan variabel Kualitas Teknis (KT) dengan varibel citra (I) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, ini menunjukkan uji hipotesis adalah Terima H<sub>5</sub>: Kualitas teknis mempengaruhi citra rumah sakit

Dalam mengevaluasi model Gronroos (2007), perlu membandingkan path yang menuju ke Kepuasan Pelanggan untuk memahami peran citra dalam persepsi kualitas jasa. Jika besar dari koefisien lintasan antara citra dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dibandingkan dengan koefisien lintasan langsung antara Kualitas Fungsional dan Kualitas Teknis terhadap Kepuasan Pelanggan, maka hasil ini akan mendukung peran citra sebagai faktor mediasi. Ini menunjukkan bahwa: (1) Besar dari koefisien lintasan antara citra dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dibandingkan dengan koefisien lintasan langsung antara Kualitas Fungsional terhadap Kepuasan Pelanggan ini menunjukkan uji hipotesis adalah Terima H<sub>6</sub>: Kualitas fungsional mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui citra rumah sakit. (2) Besar dari koefisien lintasan antara citra dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dibandingkan dengan koefisien lintasan langsung antara Kualitas Teknis terhadap Kepuasan Pelanggan ini menunjukkan uji hipotesis adalah Terima H<sub>7</sub>: Kualitas Teknis mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui citra rumah sakit.

# Pengaruh Kualitas Fungsional Terhadap Kepuasan Pelanggan

Rumah sakit sebagai penyedia layanan kesehatan yang memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan derajat kesehatan. Kualitas pelayanan yang baik tercermn pada kualitas teknis dari aparat atau SDM rumah sakit baik itu dokter, perawat ataupun SDM penunjang lainnya. (Baharuddin, 2004). Gronroos menggunakan dimensi kualitas fungsional dan kualitas teknis serta citra dalam melakukan pengukuran kualitas jasa, sedangkan model Servqual hanya menjelaskan dimensi kualitas fungsional saja. Hasil penelitian ini menguji kualitas jasa Gronroos yang di integrasikan dengan Bauran Pemasaran. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas fungsional, kualitas teknis dan citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Rahmulyono (2008) yang menyimpulkan kualitas fungsional memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tjiptono (2005) menyatakan kepuasan pelanggan di pengaruhi oleh kualitas jasa.

Kualitas fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas fungsional yang diberikan oleh Rumah Sakit maka pelanggan semakin merasa puas terhadap layanan rumah sakit tersebut. Selanjutnya, hubungan kausalitas antara variabel kualitas fungsional dengan indikator tangibles, reliability, empathy, responseveness dan assurance mempunyai

pengaruh positif dan signifikan dengan variabel kepuasan pelanggan dengan indikator overall satisfaction dan comparison of ideal. Atau dengan kata lain jika tangibles, reliability, empathy, responsiveness assurance semakin baik maka overall satisfaction, dan comparison of ideal juga akan semakin baik. Hubungan kualitas fungsional dan kepuasan pelanggan tidak lepas dari pembicaraan kreativitas fungsional rumah sakit. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara pada kepuasan pelanggan Rumah Sakit harus mampu mengidentifikasi siapa pelanggannya sehingga mampu memahami secara keseluruhan pelanggan puas dengan pelayanan rumah sakit dan seluruh pelayanan rumah sakit sudah ideal. Hal ini penting karena kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap layanan perbankan yang dirasakan pelanggan.

Berdasarkan analisis karakteristik pelanggan Rumah Sakit maka dapat dijelaskan bahwa sebagian besar pelanggan Rumah Sakit didominasi wanita, dengan usia pelanggan 30-40 tahun dan status perkawinan menikah. Pendidikan pelanggan sebagian besar adalah universitas dengan status pekerjaan adalah wiraswasta, rata-rata penghasilan Rp.1.000.000 s/d Rp. 5.0000.000 per bulan. Jika melihat karakteristik pelanggan maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan Rumah Sakit adalah pelanggan dengan latar belakang mampu, tahu dan bisa membandingkan kualitas fungsional yang baik dan yang mampu menilai dan merasakan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan memberikan penilaian yang baik terhadap proses layanan yang diberikan oleh rumah sakit. Hal ini dibuktikan dengan tingginya apresiasi atau penilaian pelanggan untuk masing-masing indikator kualitas fungsional. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebenarnya Rumah Sakit telah mampu memberikan kualitas fungsional yang baik. Kualitas fungsional yang baik tersebut berpengaruh terhadap persepsi dan

harapan pelanggan Rumah Sakit sehingga pelanggan cenderung memberikan penilaian yang baik terhadap indikator-indikator kepuasan pelanggan. Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai yang diberikan pelanggan untuk variabel kepuasan pelanggan. Sebenarnya pelanggan Rumah Sakit sudah merasa terpuaskan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Rumah Sakit.

Hasil studi ini juga membuktikan bahwa kajian teoritis dan studi empirik yang menyatakan dan membuktikan adanya hubungan kausalitas yang positif dan signifikan antara kualitas fungsional dan kepuasan pelanggan juga dapat digunakan untuk studi dibidang kesehatan di Indonesia khususnya pada Rumah Sakit. Hasil studi ini mendukung dan memperkuat hasil studi yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Gandhi and Kang (2010), Mileide et al., (2013), Cronin dan Taylor (2009), Jyotsna (2012), Rahim et. al., (2010), Fornell (2004), Li and Suomi (2009), Bei and Chian (2006). Gandhi and Kang (2010) memandang kualitas fungsional sebagai tingkat kepuasan yang ditimbulkan karena adanya suatu transaksi khusus antara rumah sakit dan pelanggan yang merupakan kondisi psikologis yang dihasilkan ketika faktor emosi mendorong harapan dan menyesuaikan dengan pengalaman mengkonsumsi pada waktu terdahulu. Hal ini berarti ada perbedaan apabila kualitas fungsional dipandang sebagai suatu sikap, sebab antara kepuasan dengan sikap adalah hal yang berbeda. Sikap pelanggan bersifat relatif terhadap layanan rumah sakit, sedangkan kepuasan merupakan reaksi emosional terhadap pengalaman mengkonsumsi sebelumnya. Sejalan dengan perbedaan tersebut maka kualitas fungsional juga dapat dibedakan dengan tingkat kepuasan sebab persepsi tentang kualitas layanan merupakan suatu hasil pertimbangan menyeluruh atau sikap dalam menanggapi keunggulan suatu pelayanan, sementara tingkat kepuasan berkaitan hañya pada suatu transaksi secara khusus dalam periode yang relatif singkat.

Mileide et al., (2013) menyatakan bahwa kualitas fungsional merupakan penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan sedangkan kepuasan pelanggan adalah respon dari penilaian tersebut. Cronin dan Taylor (2009) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan membantu pelanggan dalam memperbaiki atau merevisi persepsi terhadap kualitas fungsional. Kualitas fungsional merupakan bentuk sikap penilaian pelanggan secara menyeluruh dan jangka panjang. Tujuan yang ingin dicapai adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (kepuasan pelanggan). Tujuan ini mengarah kepada pencapaian ideal expectation di mana layanan yang diberikan oleh rumah sakit adalah tingkat kinerja optimum atau yang terbaik seperti yang diharapkan pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas fungsional berdasarkan pengalaman yang dialaminya selama berinteraksi dengan pihak rumah sakit. Pengalaman positif akan memperkuat persepsi pelanggan tentang kualitas fungsional yang pada akhirnya berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Demikian sebaliknya pengalaman negatif menyebabkan pelanggan berperilaku tidak menyenangkan atau tidak puas dengan layanan yang diberikan. Hal ini didukung oleh Zeithaml et. al., (2010) menyatakan kepuasan lebih ekslusif yang dipengaruhi oleh kualitas fungsional.

Fornell (2004) mengemukakan bahwa kualitas fungsional adalah hasil evaluasi dan pengalaman konsumsi saat sekarang dan diharapkan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Jyotsna (2012) menyatakan bahwa kualitas fungsional memiliki hubungan positif dengan intensi perilaku menyenangkan dan hubungan negatif dengan perilaku tidak menyenangkan. Kualitas fungsional merupakan sikap yang ditentukan dari persepsi pelanggan terhadap kualitas fungsi-

onal. Terdapat hubungan kausalitas antara kualitas fungsional dengan kepuasan pelanggan. Kualitas fungsional dikatakan baik apabila dapat memenuhi atau dapat melampaui harapan pelanggan. Jika rumah sakit melakukan proses layanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka rumah sakit tidak memberikan kualitas layanan yang baik. Hal ini akan berakibat adanya ketidakpuasan pelanggan. Jika rumah sakit memberikan kualitas layanan yang sesuai harapan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan dicapai. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas fungsional. Bei and Chian (2006); Li and Suomi (2009) menyatakan bahwa kualitas fungsional mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dimensi kualitas fungsional.

# Pengaruh Kualitas Teknis Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas teknis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas teknis yang diberikan oleh Rumah Sakit maka pelanggan akan merasa puas terhadap layanan rumah sakit. Selanjutnya, hubungan kausalitas antara variabel kualitas teknis dengan indikator profesionalism mempunyai pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan pelanggan dengan rumah sakit. Hasil penelitian ini Gronroos menggunakan dimensi kualitas fungsional (process related) dan kualitas teknis (outcome related) serta citra dalam melakukan pengukuran kualitas jasa. Kualitas jasa Gronroos yang di integrasikan dengan Bauran Pemasaran. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas fungsional, kualitas teknis dan citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Aspek kualitas Gronroos memilki cakupan yang luas sehingga di perlukan beberapa sub variabel untuk menjelaskan konstruk dimensi kualitas fungsional, kualitas teknis dan citra. Berdasarkan literatur review, item variabel penelitian terlihat banyak kesamaan definisi pada masing-masing dimensi kualitas jasa

yang akan dijadikan sumber acuan penelitian ini. Aspek kualitas teknis lebih mengarah kepada sikap profesionalisme para penyedia layanan rumah sakit. Aspek ini berupa tanggapan pelanggan bahwa penyedia jaaa pelayanan menjamin dan mengatasi masalah yang diatasinya dengan terampil dan profesional

Keterampilan dan keahlian perawat dalam menangani penyakit yang diderita pelanggan dan Profesionalisme petugas mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan variabel kepuasan pelanggan dengan indikator overall satisfaction dan comparison of ideal. Atau dengan kata lain jika profesionalism SDM rumah sakit semakin baik maka overall satisfaction, dan comparison of ideal juga akan semakin baik. Hubungan kualitas teknis dan kepuasan pelanggan tidak lepas dari pembicaraan kreativitas dan kemampuan teknis SDM rumah sakit baik it dokter, perawat dan tenaga teknis lainnya. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara pada kepuasan pelanggan Rumah Sakit harus mampu mengidentifikasi siapa pelanggannya sehingga mampu memahami secara keseluruhan pelanggan puas dengan pelayanan rumah sakit dan seluruh pelayanan rumah sakit sudah ideal. Hal ini penting karena kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan pelanggan harapan terhadap layanan perbankan yang dirasakan pelanggan.

Berdasarkan analisis karakteristik pelanggan Rumah Sakit maka dapat dijelaskan bahwa pelanggan Rumah Sakit adalah pelanggan dengan latar belakang mampu, tahu dan bisa membandingkan kualitas teknis yang baik dan yang mampu menilai dan merasakan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan memberikan penilaian yang baik terhadap proses layanan yang diberikan oleh rumah sakit. Hal ini dibuktikan dengan tingginya apresiasi atau penilaian pelanggan untuk masing-masing indikator kualitas fungsional. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebenarnya Rumah

Sakit telah mampu memberikan kualitas fungsional yang baik. Kualitas teknis yang baik tersebut berpengaruh terhadap persepsi dan harapan pelanggan Rumah Sakit sehingga pelanggan cenderung memberikan penilaian yang baik terhadap indikatorindikator kepuasan pelanggan. Hal ini bisa dibuktikan dengan nilai yang diberikan pelanggan untuk variabel kepuasan pelanggan. Sebenarnya pelanggan Rumah Sakit sudah merasa terpuaskan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Rumah Sakit.

Hasil studi ini juga membuktikan bahwa kajian teoritis dan studi empirik yang menyatakan dan membuktikan adanya hubungan kausalitas yang positif dan signifikan antara kualitas teknis dan kepuasan pelanggan juga dapat digunakan untuk studi dibidang kesehatan di Indonesia khususnya pada Rumah Sakit. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Wijono (2008) yang menyatakan ketersedian SDM rumah sakit merupakan faktor yang mempengaruhi pelayanan. Sumber daya manusia yang cukup baik ditinjau dari segi kualitas maupun jumlah akan sangat berpengaruh terhadap pelayanan kesehatan. Sikap dan respon petugas kesehatan terhadap pelanggan juga tidak dapat dipandang sebelah mata dalam pemanfaat pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan dapat dipengaruhi ketanggapan petugas terhadap pelayanan yang diberikannya kepada masyarakat. Pelanggan tidak akan menggunakan kembali institusi pelayanan kesehatan atau pindah ke rumah sakit lain disebabkan karena perilaku staf atau personil yang tidak menyenangkan, misalnya pelayanan terlambat atau perilaku yang tidak manusiawi.

# Pengaruh Citra Terhadap Kepuasan Pelanggan

Citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin baik citra Rumah Sakit di mata pelanggan berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan rumah sakit. Selanjutnya, hubungan kausalitas antara variabel citra mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan variabel pelanggan rumah sakit. Rumah sakit sebagai institusi yang memberikan pelayanan jasa harus memperhatikan kualitas pelayanan pada semua sistem yang terait. Tenaga medis, paramedis dan non medis akan mampu bekerja dengan baik melayani pelanggan, jika didukung dengan fasilitas gedung, peralatan diagnotik, fasilitas penunjang medis yang memadai dan suasana kerja yang nyaman. Selain itu yang sangat penting harus diperhatikan adalah sikap dan penampilan petugas rumah sakit. Petugas rumah sakit di dalam memberikan pelayanan kesehatan harus dapat meyakinkan, dapat megerti kebutuhan dan memberikan kenyamanan pada pelanggan, ramah, tanggap, cepat serta mempunyai kemampuan dalam melayani pelanggan. Citra terhadap rumah sakit mempunyai beberapa makna, ada yang dinilai baik, biasa saja dan ada pula yang dinilai kurang baik bahkan tidak baik. Hal tersebut merupakan hasil dari usaha rumah sakit didalam memberikan pelayanan yang mampu memuaskan pelanggannya. Citra yang positif bisa me rupakan suatu kekuatan bagi pihak rumah sakit dalam kegiatan pemasarannya. Dimana, pelanggan atau konsumen yang telah mempunyai penilaian positif akan cenderung merasa terpuaskan dengan layanan rumah sakit (Fajarwati, 2007).

## Pengaruh Kualitas fungsional Terhadap Citra Rumah Sakit

Kualitas fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas fungsional yang dipersepsikan oleh pelanggan Rumah Sakit berpengaruh kepada citra rumah sakit akan semakin baik di mata pelanggan. Selanjutnya, hubungan kausalitas antara variabel kualitas fungsional mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan variabel citra rumah sakit. Citra rumah sakit bisa dijadikan suatu

faktor untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan rumah sakit. Interaksi yang terjadi antara lain pelanggan dengan petugas serta fasilitas yang tersedia dan juga kondisi lingkungan rumah sakit secara umum terbukti berpengaruh terhadap citra rumah sakit. Kesan dan pengalaman yang dirasakan pelanggan baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain selama menjalani proses pelayanan kesehatan akan mempengaruhi perepsi pelanggan. Baik tidaknya citra rumah sakit tergantung dari usaha rumah sakit dalam memberikan pelayanan yang berkualitas pada pelanggan. Apabila pelayanan yng diterma sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsika baik oleh pelanggan. Taget yang diharapkan adalah setiap pelanggan yang telah memanfaatkan pelayanan rumah sakit akan terpuaskan dan percaya terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian Lestari (2004) yang menyatakan bahwa pelayanan kesehatan merupakan tolak ukur kualitas rumah sakit. Bila suatu rumah sakit telah memberikan pelayanan kesehatan dengan baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya, ini berarti rumah sakit tersebut telah memiliki kualitas yang baik, yang pada akhirnya akan tercipta citra rumah sakit yang positif dimata masyarakat.

Citra tidak dapat dibentuk atau dicetak seperti membuat barang dipabrik, akan tetapi citra tersebut adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra tersebut akan terbentuk dari bagai mana rumah sakit melaksanakan kegiatan operasionalnya, yang mempunyai landasan utama pada segi kualitas fungsionalnya. Citra suatu rumah sakit merupakan wujud nyata dari persepsi pelanggan sebagai hasil dari transaksi antara penyedia dan pengguna jasa serta bagaimana pelanggan memperoleh jasa tersebut. Dan pengalaman dalam menggunakan jasa tersebut merupakan sebuah fungsi dari dua dimensi kualitas yang telah dibagi oleh Gronroos

menjadi dua dimensi yaitu technical quality (kualitas teknis) dan functional quality (kualitas fungsional). (Puspita, 2009).

# Pengaruh Kualitas teknis Terhadap Citra rumah sakit

Kualitas teknis berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra rumah sakit. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas teknis yang dipersepsikan oleh pelanggan Rumah Sakit maka citra rumah sakit akan semakin baik di mata pelanggan. Selanjutnya, hubungan kausalitas antara variabel kualitas teknis dengan indikator profesionalism mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan variabel citra rumah sakit. Profesionalism dalam pelayanan kesehatan berkaitan dengan pengetahuan, keahlian teknis dan pengalaman dalam memberikan pelayanan kesehaatan. Setiap profesi menuntut adanya profesionalitas dalam bidangnya masing-masing. Profesionalitas tersebut dapat berupa keahlian, keterampilan dan pengalaman di bidangnya. Seseorang dikatakan profesional jika mengerti, memahami dan mejalankan tugasnya sesuai dengan bidang dan keterampilannya. (Hume, and Mort (2008). Pelayanan di rumah sakit sangat dipengaruhi oleh para profesional yang ada didalamnya. Rumah sakit harus memiliki sumber daya manusia yang profesional baik tenaga medis maupun non medis dalam memberikan pelyanan kesehatan yang berkualitas kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Gronroos (2007) yang menyatakan profesionalism merupakan salah satu kriteria penilaian kualitas jasa yang berpengaruh terhadap citra, dimana pelanggan menganggap bahwa pengetahuan dan keterampilan pada karyawan pada suatu penyedia jasa sangat dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara profesional. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Pohan (2003) yang menyatakan, profesionalism harus memenuhi kompetensi teknik yang menyangkut ke-

terampilan, kemampuan dan kinerja pemberi pelayanan kesehatan. Penyimpangan kecil dalam standar pelayanan kesehatan dapat menurunkan kualitas pelayanan kesehatan dan membahayakan jiwa pelanggan yang pada akhirnya berakibat pada menurunnya citra rumah sakit dimata masyarakat. Hasil penelitin ini sesuai dengan pendapat Azwar (2003) yang menyatakan, tinggi rendahnya kualitas teknis sangat dipengaruhi oleh sumber daya rumah sakit, termasuk tenaga kesehatan. Peran keterampilan tenaga kesehatan sangat penting karena jika petugas kesehatan terampil dalam melakukan pekerjaan dan tugasnya, maka akan berdampak terhadap citra rumah sakit.

# Pengaruh Kualitas fungsional Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Citra Rumah Sakit

Rumah sakit yang mampu memberikan kualitas fungsional rumah sakit secara otomatis akan mampu memberikan kesan impresi, perasaan/konsesi yang ada pada publik terhadap rumah sakit. Citra rumah sakit akan terbentuk yang merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata khalayak publiknya yang berdasarkan pengetanggapan serta pengalamantahuan, pengalaman yang telah diterimanya. Citra timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan pemahaman yang berasal dari informasi yang tidak lengkap juga akan menghasilkan citra yang tidak sempurna. Citra yang sempurna menyebabkan pelanggan atau konsumen mempunyai penilaian positif akan cenderung merasa terpuaskan dengan layanan rumah sakit (Kotler, 2003). Kualitas fungsional kesehatan suatu rumah sakit dapat tercermin dari persepsi pelanggan rumah sakit atas pelayanan kesehatan yang diterima dan persepsi tersebut akan berlanjut pada proses terbentuknya image bagi rumah sakit dan diakhiri dengan kepuasan pelanggan rumah sakit. (Munfagiroh, 2007).

Pelanggan yang sudah merasakan kualitas fungsional mempunyai persepsi dan kesan yang diperoleh sesuai pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang sesuatu. Jika persepsi dan kesan yang didapatkan adalah positif maka pelanggan akan mempunyai keyakinan yang positif terhadap kualitas fungsional rumah sakit. Citra terbentuk dari kesan dan keyakinan yang positif terhadap kualitas fungsional rumah sakit. Citra dibentuk berdasarkan impresi, berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu untuk mengambil keputusan. Citra positif menyebabkan pelanggan melakukan pengulangan terhadap layanan yang sudah didapatnya. Kepuasan terbentuk akibat adanya pengulangan terhadap layanan rumah sakit. Pelanggan yang tidak puas akan cendrung mempunyai citra negatif terhadap rumah sakit terhadap kualitas layanan yang didapatnya. (Buchari, 2003)

# Pengaruh Kualitas teknis Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Citra Rumah Sakit

Kualitas teknis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan melalui citra rumah sakit. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas teknis yang diberikan oleh Rumah Sakit maka pelanggan semakin merasa puas terhadap layanan rumah sakit tersebut. Selanjutnya, hubungan kausalitas antara variabel kualitas Teknis dengan indikator profesionalism yang meliputi pengalaman dan keahlian dokter dalam menangani penyakit yang diderita pelanggan. Apabila kualitas fungsional yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas fungsional kesehatan tersebut akan dipersepsikan baik oleh pelanggan tersebut. Citra yang baik, akan didapatkan oleh suatu rumah sakit, jika rumah sakit tersebut mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan maupun keluarga pelanggan. Dengan citra yang baik atau yang positif yang dibentuk oleh suatu rumah sakit dimata pelanggan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas dengan kualitas fungsional yang diberikan rumah sakit. (Rahman, et al., 2012).

Wijono (2008) mengatakan bahwa faktor kompetensi teknis yang terkait dengan keterampilan, kemampuan, dari pemberi atau petugas jasa pelayanan merupakan faktor yang turut menentukan mutu ataupun kualitas dari pelayanan kesehatan tersebut. Dimana dengan mutu ataupun kualitas teknis yang baik akan bisa menimbulkan kesan yang baik pula dihati pelanggan yang pada akhirnya menyebabkan kepuasan pelangga rumah sakit. tenaga medis, paramedis dan non medis akan mampu bekerja dengan baik melayani pelanggan, jika didukung dengan fasilitas gedung, peralatan diagnotik, fasilitas penunjang medis yang memadai dan suasana kerja yang nyaman. Selain itu yang sangat penting harus diperhatikan adalah sikap dan penampilan petugas rumah sakit. Petugas rumas sakit di dalam memberikan pelayanan kesehatan harus dapat meyakinkan, dapat megerti kebutuhan dan memberikan keyamanan pada pelanggan, ramah, tanggap, cepat serta mempunyai kemampuan dalam melayani pelanggan. Citra terhadap rumah sakit mempunyai beberapa makna, ada yang dinilai baik, biasa saja dan ada pula yang dinilai kurang baik bahkan tidak baik. Hal tersebut merupakan hasil dari usaha rumah sakit didalam memberikan pelayanan yang mampu memuaskan pelanggannya.

#### **SIMPULAN**

Pengaruh kualitas fungsional, kulitas teknis dan citra terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dan signifikan. Pengaruh kualitas fungsional dan kualitas teknis terhadap citra adalah positif dan signifikan. Pengaruh (effect) kualitas fungsional dan kualitas teknis terhadap kepuasan pelanggan adalah pengaruh langsung (direct effect) dan pengaruh tidak langsung (indirect effects) melalui variabel citra. Hasil penelitian ini mendukung model kualitas jasa Gronroos. Hal ini karena besar koefisien

lintasan (path) antara citra dengan Kepuasan Pelanggan lebih besar dibandingkan dengan koefisien lintasan (path) kualitas fungsional dan kualitas teknis terhadap kepuasan pelanggan, maka hasil ini akan mendukung peran citra sebagai faktor mediasi (mediating factor), sesuai dengan model kualitas jasa Gronroos. Dalam mengevaluasi model Gronroos, perlu membandingkan path yang menuju ke Kepuasan Pelanggan untuk memahami peran citra dalam persepsi kualitas jasa. Jika besar dari koefisien lintasan (path) antara citra dan Kepuasan Pelanggan lebih besar dibandingkan dengan koefisien lintasan (path) langsung antara Kualitas Fungsional dan Kualitas Teknis terhadap Kepuasan Pelanggan, maka hasil ini akan mendukung peran citra sebagai faktor mediasi (mediating factor).

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aiello, A., Garman, A., and Morris, B. S. 2003. Patient satisfaction with nursing care: A multilevel analysis. *Journal of Quality Management in Health Care* 12(3): 187-191.
- Akhtar, J. 2011. Determinants of Service Quality and Their Relationship with Behavioural Outcomes: Empirical Study of the Private Commercial Banks in Bangladesh. *International Journal of Business and Management* 6(11).
- Amponsah, Edward Nketiah and Ulrich Hiemenz. 2009. Determinants of Consumer Satisfaction of Health Care in Ghana: Does Choice of Health Care Provider Matter. Global *Journal of Health Science* 1(2): 50-61.
- Arries, E. J., and Newman, O. 2008. Outpatients' Experiences of Quality-Service Delivery at a Teaching Hospital in Gauteng. *Health SA Gesondheid* 13(1): 40-54.
- Azwar, 2003. Program Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan, IDI, Jakarta.
- Azwar, S. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Jogjakarta.

- Baharuddin, K, Djati, S. 2004. Kualitas Layanan dan Loyalitas Pasien (Studi pada Rumah Sakit Umum Swasta di Kota Singaraja-Bali). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 13(1): 32-39.
- Bei, Lien-T. and Chiao, Yu-Ching. 2006. The Determinant of Customer Loylity: An Analysis of Intangibile factors in Three service industries. *International Journal of Commerce of Management* 16(3): 162-177.
- Boshoff, C., and Gray, B. 2004. The relationships between service quality, customer satisfaction and buying intentions in the private hospital industry. *South African Journal of Business Management* 35(4): 27-37.
- Buchari, Alma. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Chi, C. G.-Q., and Qu, H. 2008. Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management* 29: 624-636.
- Cronin, J. Joseph Jr., Julie Baker, Brian L. Bourdeau, E. Deanne Brocato, and Clay M. Voorhees. 2009. It Depends: The Influence of Moderating Variables on the Effects of Waiting Time in Services. The *Journal of Service Research* 12(2): 138–150.
- Dimitriades, Z. S. 2006. Customer satisfaction, loyalty and commitment in service organizations–Some evidence from Greece. *Management Research News* 29(12): 782-800.
- Fajarwati (2007). Analisis Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Mutu pelayanan Dokter Terhadap Loyalitas pasien Di Poliklinik Umum Instalasi Rawat Jalan Rumah sakit Panti Wilasa Citarum Semarang. *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Faullant, R., Matzler, K., and Füller, J. 2008. The impact of satisfaction and image on loyalty: the case of Alpine ski resorts. *Managing Service Quality*, 18(2), 163-178.

- Fornell, C. 2004 *Predictive Capabilities*, www.theacsi.org (accessed October 13).
- Gandhi, Shelly and Kang, Lakhwinder Singh. 2010. Customer Satisfaction, Its Antecedents and Linkage Between Employee Satisfaction and Customer Satisfaction: A Study. Asian *Journal of Business and Management Sciences* 1(1): 129-137.
- Gronroos, C. N. 2007 Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition, John Wiley and Sons, Ltd, Chichester.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 11(1): 59-
- Hume, M. and Mort, G. S. 2008. Satisfaction in performing arts: the role of value. *European Journal of Marketing* 42(3/4): 311-326.
- Ilioudi, Stamatia, Athina Lazakidou and Maria Tsironi, 2013. Importance of Patient Satisfaction Measurement and Electronic Surveys: Methodology and Potential Benefits. *International Journal of Health Research and Innovation* 1(1): 67-87.
- Jyotsna Hirmukhe. 2012. Measuring Internal Customers' Perception on Service Quality Using SERVQUAL in Administrative Services. International *Journal of Scientific and Research Publications* 2(3): 1-6.
- Kang, G. D. and James, J. 2004. Service Quality Dimension an Examination of Gronroos's Service Quality Model. *Managing Service Quality* 14(4): 266-277.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. Eleeventh Edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Lestari, T. R. P. 2004. Pemasaran Pelayanan Kesehatan di rumah Sakit sebagai Upaya Menciptakan Image Positif di Masyarakat. *Jurnal Manajemen Administrasi Rumah Sakit Indonesia*. Universitas Indonesia. Jakarta.

- Li H. and Suomi R. 2009. A Proposed Scale for Measuring E-service Quality *International Journal of u-and e-Service, Science and Technology* 2(1): 2-9.
- Luo, X., and Homburg, C. 2007. Neglected Outcomes of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing* 71(2): 133-149.
- Lymperopoulos, C., Chaniotakis, I, E., & Soureli, M. 2006. The importance of service quality in bank selection for mortgage loans, *Managing Service Quality* 16(4): 365-379.
- Masyhuri dan Zainudin. 2009. Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikasi. PT Refika Aditama Bandung.
- Mileide Morais Pena, Edenise Maria Santos da Silva, Daisy Maria Rizatto Tronchin, Marta Maria Melleiro. 2013. The use of the quality model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in health services. *Rev Esc Enferm USP* 47(5): 1227-32.
- Munfaqiroh, S. 2007. Atribut Serqual Untuk Menilai Kualitas pelayanan, Pengaruhnya terhadap Image (Studi Pada pengguna jasa Rumah Sakit Bersalin Sudiarjo). *Jurnal Arthavidya* 8(1):1-15.
- Notoatmojo, S. 2005. *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K., and Udo, G. J. 2006. Service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in the service factory. *Journal of Services Marketing* 20(1): 59-72.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Malhotra, A. 2005. E-S-QUAL: A multiple item scale for electronic service quality. *Journal of Service Research* 7(3): 213-233.
- Puspita. 2009. Hubungan persepsi pasien tentang kualitas pelayanan dengan Citra RSUD Kabupaten Aceh Tamian. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara.
- Pohan, I. 2003. *Jaminan Mutu layanan Kesehatan*. EGC. Jakarta.
- Ryu, K., Han, H. and Kim, T-H. 2008. The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioural intentions, International.

- Journal of Hospitality Management 27: 459-469.
- Rahim Mosahab, Osman Mahamad and T. Ramayah. 2010. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *International Business Research* 3(4): 72-80.
- Rahman, Muhammad Sabbir, Abdul Highe Khan and Md. Mahmudul Haque. 2012. A Conceptual Study on the Relationship between Service Quality towards Customer Satisfaction: Servqual and Gronroos's Service Quality Model Perspective. Asian Social Science 8(13): Published by Canadian Center of Science and Education.
- Rahmulyono, Anjar. 2008. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan tehadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok I di Sleman. *Tesis*. Universitas Islam Indonesia.
- Ranajit Chakraborty and Anirban Majumdar. 2011. Measuring Consumer Satisfaction In Helath Care Sector: The Applicability of Servqual. *Journal of Arts, Science and Commerce* 11(4): 149-160.
- Ravichandran, K., B. Tamil Mani, S. Arun Kumar and S. Prabhakaran. 2010. Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Application of Servqual Model. International *Journal of Business and Management* 5(4): 117-124.
- Santos, J. 2003. E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233-246.
- Spreng, Richard A., Linda Shi and Thomas Page. 2009. Service Quality and Satisfaction in Business-to-Business Services. *Journal of Business and Industrial Marketing* 24(8): 537-548.
- Sugiono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta, Badung.

- Tjiptono, F. 2005. Analisis Kesenjangan Dimensi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Persepsi Manajemen Dan Persepsi Pasien Pada Unit Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Daerah Dokter Abdul Azis Singkawang Kalimantan Barat. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 5(1): 78-100.
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing
- Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Cetakan 3. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Wijanto, S. 2008. Struktural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8. Yogyakarta: Graha
- Wijono, D. 2008. Manajemen Mutu Rumah Sakit dan Kepuasan Pasien, Prinsip dan Praktek. CV. Duta Prima Airlangga. Surabaya.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi. 1, Cetakan. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.
- Zaim, H., Nizamettin Bayyurt and Selim Zaim. 2010. Service Quality And Determinants Of Customer Satisfaction In Hospitals: Turkish Experience. International Business and Economics Research Journal 9(5): 51-58.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. O., and Gremler, D. E. 2009. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. Mcgraw-Hill/Irwin, New York.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2010. Services Marketing Strategy. John Wiley & Sons Ltd.