

JURNAL EKONOMI & BISNIS

Volume 15, Nomor 1, Juni 2016

- | | | |
|---|---|-------|
| • Analisa Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug | <i>Fatmah
Mulia Nasution
Ucy Prima Naslin</i> | 1-12 |
| • Analisis Perputaran Komponen Modal Kerja Terhadap Likuiditas | <i>Roy Budiharjo</i> | 13-26 |
| • Pola Kemitraan dalam mengembangkan Industri Pariwisata | <i>Iwan Sugiwa</i> | 27-34 |
| • Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah Terhadap Return On Asset | <i>Aris Yoga
Abdillah
Bambang W.</i> | 35-42 |
| • Permodelan Olimpiade Akuntansi Nasional di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta | <i>Rodiana L.
Cathryna R.B.S
Rahmanita V.</i> | 43-49 |
| • Tingkat Leverage dan Stock Return pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia | <i>Trioksa Siahaan</i> | 50-57 |
| • Perbandingan Analisis Likuiditas Dalam Upaya Penyehatan Perusahaan (Studi Kasus pada PT. XYZ) | <i>Hasanudin</i> | 58-64 |

ISSN 1412 - 2774
eISSN 2407 - 9081

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
VOLUME 15 NOMOR 1 JUNI 2016

Jurnal **Ekonomi & Bisnis** diterbitkan oleh Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jakarta, yang mempublikasikan hasil penelitian dan artikel ilmiah di *Bidang Ekonomi & Bisnis*
Jurnal **Ekonomi & Bisnis** terbit pertama kali pada maret 2002, selanjutnya mulai tahun 2009 terbit secara berkala setiap bulan Juni dan Desember

Pengarah : Direktur Politeknik Negeri Jakarta

Penanggung Jawab : Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jakarta

Ketua Dewan Editor : Ridwan Zulpi Agha, S.E., M.Ak.

Editor Ahli : Dr. Sylvia Rozza, S.E, M.M .
Tetty Rimenda, S.E., M.Si.
Dra. Iis Mariam, M.Si.

Mira Bestari : Dr. Mansur Affi (Fakultas Ekonomi Universitas Mataram)
Ir. I Made Suarta, S.E., M.Kom. (Politeknik Negeri Bali)
Dr. Ir. Bambang Winarto, MMBAT (Universitas Maranata)
Dr. Nicky Lucfiarman (Universitas Andalas Padang)

Pelaksana Tata Usaha : Bayu Pratama Putra, Sugiyanto

Dewan Editor menerima artikel ilmiah dan hasil penelitian yang relevan dengan bidang Ekonomi dan Bisnis. Artikel dikirim ke:

Ketua Dewan Editor Jurnal **Ekonomi & Bisnis**
Sekretariat Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M)
Politeknik Negeri Jakarta
Gedung Direktorat Lt.2, Politeknik Negeri Jakarta
Telp. (021) 7270036 ext. 236
Kampus Baru Universitas Indonesia
Depok 16425
Atau ke
Website: Jurnal.PNJ.ac.id
e-mail: jurnalekbis.p3m@gmail.com

PENGANTAR EDITOR

Pengaman yang budiman,

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat-Nya Jurnal Ekonomi dan Bisnis dapat mengunjungungi pembaca kembali

Edisi Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 15, Nomor 1, Juni 2016 ini, berisikan delapan Jurnal artikel yang berasal dari penelitian di lingkungan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dan dari beberapa penelitian di luar kampus Politeknik Negeri Jakarta

Pada edisi kali ini, terdapat pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah, Analisa perputaran modal kerja terhadap likuiditas perusahaan, Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah Terhadap Return On Asset, Tingkat leverage dan stock return pada perusahaan manufaktur pada perusahaan manufaktur di Indonesia, serta Perbandingan Analisis Likuiditas Dalam Upaya Penyehatan Perusahaan

Demikian semoga pembaca dapat menikmati artike-artikel pada teritan kali ini.

Ketua Dewan Editor

DAFTAR ISI

• Pengantar Editor	ii
• Daftar Isi	iii
• Analisa Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Cilebud	1-12
• Analisis Perputaran Komponen Modal Kerja Terhadap Likuiditas	13-26
• Pola Kemitraan dalam mengembangkan Industri Pariwisata	27-34
• Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah Terhadap Return On Asset	35-42
• Permodelan Olimpiade Akuntansi Nasional di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta	43-49
• Tingkat Leverage dan Stock Return pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia	50-57
• Perbandingan Analisis Likuiditas Dalam Upaya Penyehatan Perusahaan (Studi Kasus pada PT. XYZ)	58-64

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUDHARABAH DI BNI SYARIAH KCP CILEDUG

Fatmah¹⁾, Mulia Nasution dan Ucy Prima Naslin²⁾

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta Kampus Baru UI Depok 16425

Email: ¹fatma.pnj@gmail.com, ²ucy_prima93@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug baik secara simultan maupun parsial. Faktor-faktor yang diteliti meliputi reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah KCP Ciledug yang berjumlah 50 orang. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Semua variabel bebas reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) mampu mempengaruhi variabel terikat loyalitas nasabah secara signifikan. Hanya variabel komitmen dan kepercayaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Keadilan Bagi Hasil, Lokasi Strategis, Komitmen Dan Kepercayaan, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Industri perbankan merupakan salah satu motor penggerak perekonomian suatu negara termasuk Indonesia. Perkembangan perbankan syariah yang dimulai dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992 dengan dasar Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan PP No 72 Tahun 1992 terus berkembang baik hingga saat ini. Terjadinya perubahan Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan menjadi Undang-Undang No 10 tahun 1998 mendorong berkembangnya sistem perbankan syariah di Indonesia karena bank umum konvensional dapat melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah melalui pembukaan Unit Usaha Syariah (UUS).

Bank konvensional mendorong berkembangnya sistem perbankan syariah di Indonesia, sehingga persaingan yang terjadi dalam bidang industri perbankan di Indonesia saat ini berbasis semakin ketat. Dimana terlihat

perkembangan jumlah bank syariah terus meningkat secara pesat seperti Bank Muamalat, Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, BNI Syariah dan bank-bank syariah lainnya yang terus bermunculan (Fitri, 2013).

Perkembangan perbankan syariah yang sangat pesat, memunculkan peningkatan persaingan antar perbankan syariah itu sendiri maupun dengan perbankan konvensional. Bagi umat islam yang konsisten tidak bersentuhan dengan riba, Perbankan syariah dianggap mampu menggantikan peran dari bank konvensional. Dari penelitian yang dilakukan oleh Maisaroh (2011), dalam konteks pengembangan usaha kecil, bank syariah ternyata sangat berperan dalam mengembangkan dan mengoptimalkan kemampuan usaha kecil melalui mekanisme

Bank syariah juga tidak kalah bila dibandingkan dengan bank konvensional. Pada beberapa rasio keuangan seperti rasio ROE, rasio NIM dan rasio CAR ternyata menunjukkan bank syariah lebih unggul dibandingkan bank konvensional (Amrizal, 2013). Hanya saja fenomena positif tersebut tidak sepenuhnya dapat mempertahankan tingkat loyalitas nasabah. Berdasarkan Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) Tahun 2010 – Tahun 2014 terlihat perubahan yang cukup signifikan dari posisi beberapa bank syariah nasional di Indonesia dalam hal tingkat loyalitas dari nasabahnya.

Tabel 1. Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2010-2014
Sharia Bank (Saving Account)

NAMA BANK	2014	2013	2012	2011	2010
BSM	1	2	2	1	2
BMI	2	1	1	2	1
Bank International Indonesia	3	6	9	10	10
BCA Syariah	4	4	4		
Bank CIMB Niaga	5	5	3	9	4
BRI Syariah	6	3	6	5	9
BNI Syariah	7	7	10	4	3
Permata Bank Syariah	8	12	7		
BTN Syariah	9	11	11	7	8
Danamon Syariah	10	8	12	8	6

Sumber: MarkPlus, diolah kembali oleh Biro Riset Infobank (birl)

Dari data di atas terlihat BNI Syariah yang pada tahun 2010 sempat menduduki posisi nomor 3 dalam hal loyalitas nasabah, ternyata terus mengalami penurunan yang cukup signifikan terutama pada tahun 2012 yang hanya menduduki

posisi ke 10. Walaupun pada tahun 2013 dan tahun 2014 terdapat sedikit perubahan yaitu ke posisi ke 7, tetap saja masih jauh dibandingkan bank syariah pesaingnya. Loyalitas nasabah terhadap suatu bank merupakan hal yang sangat penting. Berdasarkan penelitian oleh Sunarto (2006) ternyata reputasi merek, kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan sangat berperan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut penelitian Susalit (2006) diperoleh kesimpulan bahwa untuk menghindari perpindahan merek, maka perusahaan harus melakukan bentuk inovasi yang bernilai bagi pelanggan, sehingga pelanggan berkurang untuk pindah ke merek yang lain. Penelitian Maria Ulfa (2012) mengatakan bahwa faktor yang membentuk loyalitas konsumen antara lain pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan lokasi yang strategis. Penelitian pada Bank Jateng oleh Ken Hermanto (2006) mendapatkan hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah, serta hubungan positif antara komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Pada penelitian oleh Adi (2009) diperoleh bahwa kualitas pelayanan, penanganan keluhan dan pengembangan citra perusahaan berdampak secara positif terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

Penelitian lainnya mengenai loyalitas dilakukan oleh Tavip (2012) yang menyimpulkan bahwa keadilan dalam bagi hasil ternyata tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, meskipun nilai bagi hasil tersebut sudah sangat transparan dan adil. Nasabah tetap saja berpindah ke bank konvensional karena pengaruh tingkat bunga. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Intan (2014) menyatakan bahwa keadilan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Serupa seperti penelitian terdahulu, Azizah (2012) mengenai loyalitas menyatakan

bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun dalam penelitian Arzena (2013) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, nilai yang tidak signifikan ini menunjukkan bahwa semakin baiknya kualitas layanan yang diberikan belum tentu bisa membuat nasabah menjadi loyal kepada Bank tersebut.

Penurunan indeks loyalitas nasabah yang dialami oleh BNI Syariah perlu perhatian yang serius. Loyalitas dalam jangka panjang dapat membentuk suatu jalinan yang kuat antara nasabah dengan pihak bank. Menurut penelitian Ulfariyah (2012) ikatan jangka panjang yang kuat, memungkinkan pihak bank dapat memahami apa yang menjadi harapan nasabah serta apa yang menjadi kebutuhan mereka. Bank yang mampu memenuhi harapan nasabah akan dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah dan hal ini berarti pihak bank dapat mengaplikasikan perintah Allah dalam surat Ali Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِظَ الْقَلْبُ لَأَنَّفُتُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَعَفُفْ عَنْهُمْ وَأَسْتَعْفِفْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ .

Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (Qur’an terjemah surat Ali Imran).

Kunci utama untuk mempertahankan nasabah adalah dengan terbentuknya

loyalitas nasabah (*customer loyalty*), yang merupakan kunci untuk mempertahankan hidup sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu diukur dan diidentifikasi pengaruh dari reputasi merek, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan. Keenam variabel ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada perusahaan.

Loyalitas nasabah sangat penting bagi bank. Hal ini dikarenakan loyalitas akan: a) mengurangi biaya promosi karena nasabah yang loyal akan mempromosikan jasa yang digunakan kepada orang lain, 2) dapat mengurangi biaya *turn over* nasabah, karena pergantian nasabah menjadi lebih kecil, 3) dapat meningkatkan penjualan silang, karena nasabah yang loyal cenderung menambah penggunaan jenis jasa yang lain, 4) mendorong *word of mouth* yang lebih positif, karena nasabah yang loyal akan selalu menceritakan hal-hal positif atas jasa yang digunakan (Griffin, 2003). Menurut pendapat dari Ridho (2013) seorang nasabah yang loyal akan bersikap positif seperti akan: a) mempromosikan jasa tabungan dari bank yang bersangkutan, b) menambah penggunaan jenis tabungan lainnya yang ada di bank tersebut, c) menceritakan hal-hal positif tentang bank yang bersangkutan sehingga jumlah nasabah akan bertambah.

Mengacu kepada uraian dan fenomena menyangkut loyalitas nasabah pada bank BNI Syariah, maka sudah seharusnya Bank BNI Syariah KCP Ciledug melakukan penilaian loyalitas nasabahnya dalam bentuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah seperti: reputasi merek, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan. Salah satu produk unggulan dari bank ini adalah Tabungan mudharabah. Tabungan yang berdasarkan pada syariat islam ini, sangat

mengedepankan rasa keadilan dan transparansi dalam melakukan transaksinya seperti dalam pengambilan keuntungan atau marginnya. Sedangkan dari segi benefitnya, diharapkan akan lebih memberikan barokah atau ketentraman bathin bagi nasabah yang menggunakan. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug”**.

Permasalahan

Seperti yang telah tertera pada latar belakang di atas terdapat permasalahan yang berkaitan dengan loyalitas nasabah. Dapat dilihat dari hasil survey Indonesia Bank Loyalty Index (IBLI) yang dilakukan oleh Biro Riset Infobank, dimana BNI Syariah yang pada tahun 2010 sempat menduduki posisi nomor 3 dalam hal loyalitas nasabah, ternyata terus mengalami penurunan yang cukup signifikan terutama pada tahun 2012 yang hanya menduduki posisi ke 10. Walaupun pada tahun 2013 dan tahun 2014 terdapat sedikit perubahan yaitu ke posisi ke 7, tetap saja masih jauh dibandingkan bank syariah pesaingnya, ini artinya BNI Syariah kurang memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas kepada para nasabahnya, sehingga tidak terciptanya loyalitas nasabah. Permasalahan lain dalam penelitian ini berasal dari gap penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Tavip Junaedi (2012) yang menyimpulkan bahwa keadilan dalam bagi hasil ternyata tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, meskipun nilai bagi hasil tersebut sudah sangat transparan dan adil. Nasabah tetap saja berpindah ke bank konvensional karena pengaruh tingkat bunga. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Intan (2014) menyatakan bahwa keadilan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Gap

lain dari penelitian terdahulu, yang menyatakan banyak pihak setuju bahwa loyalitas nasabah ditentukan oleh keberhasilan bank tersebut dalam hal kualitas pelayanan, namun ada penelitian lain yang berkata sebaliknya. Serupa seperti penelitian terdahulu, Azizah (2012) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun dalam penelitian Arzena (2013) kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Maka, dalam hal ini penulis ingin meneliti kembali mengenai faktor-faktor seperti reputasi merek, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan yang mempengaruhi loyalitas nasabah Tabungan Mudharabah pada BNI Syariah KCP Ciledug. Alasan penulis ingin meneliti hal tersebut karena ingin melihat seberapa besar pengaruh antara reputasi merek, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug.

Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan pengaruh secara parsial (individu) diantara faktor-faktor seperti reputasi merek, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug.
2. Menjelaskan pengaruh secara simultan (bersama) diantara faktor-faktor seperti reputasi merek, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug.

3. Menjelaskan variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug.

Kajian Pustaka

Loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank (Griffin, 2007; dan Kotler, 2009). Menurut Swastha (2009: 75), definisi loyalitas nasabah adalah kesetiaan nasabah untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. loyalitas nasabah akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga nasabah enggan untuk beralih ke merek lain. Sedangkan Menurut Sheth dan Mittal (dalam Harniza, 2011), loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Reputasi Merek atau Citra

Reputasi merek (*Brand Reputation*) berkenaan dengan opini dari orang lain bahwa merek itu baik dan diandalkan (*reliable*). Reputasi merek dapat dikembangkan bukan saja melalui *advertising* dan *public relation*, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas dan kinerja produk. Pelanggan akan mempersepsikan bahwa sebuah merek memiliki reputasi baik, jika sebuah merek dapat memenuhi harapan mereka, maka reputasi merek yang baik tersebut akan memperkuat kepercayaan pelanggan (Lau dan Lee dalam Langgeng Yuswo, 2010).

Menurut Buchari Alma (2005) mengatakan citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan

pengalaman seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan menurut kotler dan fox (dalam sandhya, 2015), mendefinisikan citra adalah “sejumlah gambaran-gambaran, kesan-kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2005: 177), “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Sedangkan Tse dan Wilton dalam Lupiyoadi (2004: 349) kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Kualitas Pelayanan

Supranto (2006: 226) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2007) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah/konsumen. Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Umar, 2003 : 8-9), untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

- 1) *Tangible*
- 2) *Reliability*
- 3) *Responsiveness*
- 4) *Assurance*
- 5) *Emphaty*

Keadilan Bagi Hasil

Keadilan (*fairness*) Menurut fuady dalam Wahananto (2010) menyatakan bahwa unsur kewajaran (*fairness*) dalam suatu *corporate governance* menitik beratkan pada perlakuan yang sama kepada semua nasabah. Sedangkan menurut Marniati (2010) keadilan adalah adanya perlakuan yang setara terhadap nasabah sesuai dengan kriteria serta proposisi yang seharusnya. Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha (Muchtasib, 2009). Didalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (An-Tarodhin) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Kharisma, 2014).

Lokasi Strategis

Lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Dengan mudahnya seorang konsumen dalam menjangkau akses menuju lokasi yang diinginkan akan mempengaruhi juga daya belinya yang kemudian akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Nurhanifah, 2014). Hal-hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah sebagai berikut (Kasmir, 2008: 148):

1. Dekat dengan kawasan Industri
2. Dekat dengan perkantoran
3. Dekat dengan pasar

4. Dekat dengan perumahan atau masyarakat
5. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi

Komitmen dan Kepercayaan

Gunlach mengungkapkan bahwa komitmen adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterbukaan jangka panjang. Hal ini juga terlihat dalam penelitian Pritchard yang mengungkapkan bahwa konsekuensi dari adanya komitmen adalah loyalitas. Demikian pula hasil penelitian Moorman yang memperlihatkan bahwa perilaku penggunaan jasa informasi hasil penelitian dipengaruhi secara langsung oleh komitmen pengguna (*user*) untuk tetap melakukan suatu keterhubungan, sehingga komitmen akan mempunyai konsekuensi terhadap loyalitas (Itasari, 2013). Menurut Barnes dalam khotimah (2013) menyatakan "kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di BNI Syariah KCP Ciledug yaitu nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah. Sampel dan populasi penelitian ini sebagian dan keseluruhan dari nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah KCP Ciledug.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Uraian	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin:		
a. Laki-laki	14	28%
b. Perempuan	35	72%
Usia:		
a. 18 - 24 Tahun	30	60%
b. 25 - 31 Tahun	6	12%
c. 32 - 38 Tahun	8	16%
d. Diatas 38 Tahun	6	12%
Pendidikan:		
a. SMA	31	62%
b. Diploma	8	16%
c. S1/S2/S3	11	22%
Pekerjaan:		
a. Mahasiswa	24	48%
b. Pegawai Swasta	14	28%
c.		
Wiraswasta/Pengusah		
a	5	10%
Lainnya	7	14%
Pendapatan Per Bulan:		
a. Kurang dari Rp. 1000.000	12	24%
b. Rp. 1000.000 - Rp. 5000.000	31	62%
c. Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	6	12%
d. Lebih dari Rp. 10.000.000	1	2%
Lamanya Jadi Nasabah:		
< 3 bulan	12	24%
3 s/d 6 bulan	4	8%
6 s/d 12 bulan	7	14%
1 s/d 2 tahun	14	28%
> 2 tahun lebih	13	25%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Data diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada setiap nasabah tabungan mudharabah BNI Syariah KCP Ciledug. Data yang nantinya diolah adalah jawaban responden terhadap kuesioner yang telah diberikan. Data kemudian dianalisis secara deskriptif dan inferensial. Untuk mengukur

variabel dependen dan variabel independen dengan menggunakan skala *likert*, yaitu 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 menunjukkan tidak setuju, 3 menunjukkan cukup setuju, 4 menunjukkan setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju. Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta komitmen dan kepercayaan. Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

Yang pertama dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan analisis deskriptif. Analisis ini meliputi analisis karakteristik responden yang memberikan gambaran mengenai demografi responden penelitian (jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan per bulan, lamanya jadi nasabah) dan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian (variabel independen dan variabel dependen). Analisis ini untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari variabel-variabel penelitian. Setelah tahap ini selanjutnya dilakukan analisis inferensial untuk membuktikan hubungan antara variabel penelitian dan menarik kesimpulan mengenai jawaban responden yang diselidiki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Uji t dan Uji F

Variabel	T	Sig t	Al-pha	simpulan
Reputasi Merek (X1)	- 0,7 72	0,4 44	0,05	Ha ditolak
Kepuasan Nasabah (X2)	1,2 8	0,2 07	0,05	Ha ditolak
Kualitas Pelayanan (X3)	0,1 78	0,8 6	0,05	Ha ditolak

Keadilan Bagi Hasil (X4)	1,3 79	0,1 75	0,05	Ha ditolak
Lokasi Strategis (X5)	1,5 19	0,1 36	0,05	Ha ditolak
Komitmen dan Kepercayaan (Y)	2,0 97	0,0 42	0,05	Ha diterima

- a. Uji parsial untuk variabel Reputasi Merek (X₁)
Dari hasil perhitungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai variabel Reputasi Merek (X₁) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dimana nilai sig t sebesar 0,444 > 0,05 sehingga hipotesis **Ha ditolak**.
- b. Uji parsial untuk variabel Kepuasan Nasabah (X₂)
Dari hasil perhitungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Kepuasan Nasabah (X₂) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dimana nilai sig t sebesar 0,207 > 0,05 sehingga hipotesis **Ha ditolak**.
- c. Uji parsial untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₃)
Dari hasil perhitungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₃) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dimana nilai sig t sebesar 0,86 > 0,05 sehingga hipotesis **Ha ditolak**.
- d. Uji parsial untuk variabel Keadilan Bagi Hasil (X₄)
Dari hasil perhitungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Keadilan Bagi Hasil (X₄) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dimana nilai sig t sebesar 0,175 > 0,05 sehingga hipotesis **Ha ditolak**.

- e. Uji parsial untuk variabel Lokasi Strategis (X₅)
Dari hasil perhitungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai untuk variabel Lokasi Strategis (X₅) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dimana nilai sig t sebesar 0,136 > 0,05 sehingga hipotesis **Ha ditolak**.
- f. Uji parsial untuk variabel Komitmen dan Kepercayaan (X₆)
Dari hasil perhitungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai variabel Komitmen dan Kepercayaan (X₆) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dimana nilai sig t sebesar 0,042 < 0,05 sehingga hipotesis **Ha diterima**. Hal ini sesuai dengan indikator yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian di BNI Syariah KCP Ciledug, yaitu fleksibel dalam memberikan pelayanan, menawarkan pelayanan pribadi, konsisten dalam menyediakan layanan dan menunjukkan rasa hormat kepada nasabah. Karena jika semua indikator tersebut baik maka akan meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syariah KCP Ciledug.

Dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel komitmen dan kepercayaan yang sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Karena komitmen akan membuat nasabah menjaga hubungan baik yang terjalin dengan penyedia jasa dan kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa akan meningkatkan pula kemungkinan konsumen untuk melakukan konsumsi ulang. Sehingga variabel ini sangat kuat pengaruhnya dibanding variabel lainnya. Sedangkan variabel reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil dan lokasi strategis yang tidak berpengaruh signifikan dengan variabel loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa BNI Syariah KCP

Ciledug belum mampu memberikan reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil dan lokasi strategis yang baik, sehingga responden memberikan persepsi kurang terhadap alat ukur yang ditetapkan peneliti.

Tabel 4. Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4,797	6	0,799	6,537	0,000 ^b
Residual	5,259	43	0,122		
Total	10,056	49			

1. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
2. Predictors: (Constant), Komitmen dan Kepercayaan, Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, Lokasi Strategis, Keadilan Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer, diolah 2015

Dari tabel 4. diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,537 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{hitung} (6,537) > F_{tabel} (2,32) dan nilai sig t sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti secara bersama–sama (simultan) variabel Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Keadilan Bagi Hasil, Lokasi Strategis, Komitmen dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Pada hasil penelitian sebelumnya Sunarto (2006), Maria Ulfa (2012), Ken Hermanto (2006), Adi (2009) dan Intan (2014) juga menunjukkan bahwa faktor-faktor loyalitas seperti reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Menurut Wiliam W. Zikmund (2003) aspek yang mempengaruhi loyalitas nasabah salah satunya kepuasan dan kepercayaan, dimana dengan mempertahankan nasabah maka perusahaan harus memberikan kepuasan dan kepercayaan. Adanya kepuasan dan

kepercayaan tidak berdiri sendiri tetapi dengan melalui faktor lain seperti reputasi merek, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil dan lokasi strategis. Sehingga dapat dikatakan faktor-faktor tersebut yang kuat untuk membentuk nasabah menjadi loyal.

Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,691 ^a	0,477	0,404	0,350

- a. Predictors: (Constant), Komitmen dan Kepercayaan, Reputasi Merek, Kepuasan Nasabah, Lokasi Strategis, Keadilan Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan

- b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Tabel 5 di atas menerangkan besarnya korelasi (R) dan koefisien determinasi (R^2). Koefisien korelasinya sebesar 0,691 dan koefisien determinasinya sebesar 0,477. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan mempunyai pengaruh sebesar 47,7% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan makna bahwa masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah BNI Syariah KCP Ciledug seperti kualitas produk, promosi, profesionalisme nasabah, hubungan interaktif, nilai pelanggan, kedekatan emosional yang baik dan lain sebagainya. Tapi pada hasil penelitian ini faktor yang paling kuat dominannya yang berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah adalah faktor lain yang mencapai 52,3%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada Uji t tidak semua variabel mempengaruhi loyalitas nasabah.

Hanya pada variabel komitmen dan kepercayaan yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pada Uji F dapat diketahui bahwa variabel reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan yang diberikan BNI Syariah KCP Ciledug secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
3. Korelasi (R) dan koefisien determinasi (R^2). Koefisien korelasinya sebesar 0,691 dan koefisien determinasinya sebesar 0,477. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan mempunyai pengaruh sebesar 47,7% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya sebesar 0,523 atau 52,3% ($1 - 0,477$ atau $100\% - 47,7\%$) dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang ada. Tetapi nilai variabel lain ini besar yaitu 52,3%. Jadi berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan makna bahwa masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah BNI Syariah KCP Ciledug seperti kualitas produk, promosi, profesionalisme nasabah, hubungan interaktif, nilai pelanggan, kedekatan emosional yang baik dan lain sebagainya.

Saran

1. BNI Syariah KCP Ciledug lebih meningkatkan reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis, komitmen dan kepercayaan kepada setiap nasabah agar nasabah tersebut tetap loyal pada BNI Syariah KCP Ciledug dan nasabah tidak beralih pada bank-bank lain.

2. Bagi penelitian berikutnya, bahwa hasil uji R^2 menunjukkan masih ada variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Oleh karena itu hendaknya peneliti-peneliti lebih lanjut menambah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agung, Ken Hermanto. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan Simpeda Bank Jateng)*. Masters Thesis, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- [2] Amrizal, 2013, Kinerja Rasio Keuangan Perbankan Islam Dan Konvensional: Studi Komparatif, *Jurnal Liquidity Vol 2, No 1, Januari – Juni 2013 Hal 13-20*.
- [3] Arzena, Deby Meigy. 2013. Pengaruh kepuasan atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Muaro Padang. (Online).Vol 2, No. 02. (<http://ejournal.unp.ac.id>, diakses 2013).
- [4] Azizah, Hilyatul. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah. (Online).Vol 1, No. 2. (<http://journal.unnes.ac.id>, diakses November 2012).
- [5] Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- [6] Harun, Harniza. 2011. Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah. (Online).Vol 3, No 1.

- (<http://online-journal.unja.ac.id>, diakses Januari-Juni 2011).
- [7] Junaedi, Achmad Tavip. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Provinsi Riau. (Online).Vol 10, No. 1.(<http://www.jurnaljam.ub.ac.id>, diakses Maret 2012).
- [8] Itasari, Dwi. 2013. Pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah USM*. Vol 2 No 2.h 33-48.
- [9] Kharisma, Perdana Mahkota. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Victoria Syariah di Brebes*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (Online) (<http://download.portalgaruda.org>)
- [10] Khotimah, Khusnul. 2013. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Menabung pada KCU PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura.
- [11] Krismanto, Adi. 2009. *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*. Thesis Program Pasca Sarjana UNDIP.
- [12] Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- [13] Maisya, Fitri. 2013. Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat Terhadap Keputusan Menabung di PT. Bank Negara Indonesia, Tbk. Cabang Bukittinggi. *Jurnal Manajemen*. (Online).Vol 2, No. 01. (<http://ejournal.unp.ac.id>, diakses Maret 2013).
- [14] Maria, Ulfa. 2012. Pengaruh Kualitas Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Penginapan Mega Syariah Semarang.Thesis IAIN Wali Songo Semarang.
- [15] Nurhanifah, Anik. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- [16] Purnamasari, Intan. 2014. *Pengaruh Implementasi Syariah Governance terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- [17] Sandhya, Rezki Tri. 2015. *Hubungan Brand Image Research dengan Loyalitas Konsumen*. Prosiding Penelitian SPeSIA. Fakultas Ilmu Komunikasi: Universitas Islam Bandung.
- [18] Saputra, Ridho Surya. 2013. Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Tbungan pada Bank BNI Syariah Cabang Jl. Gajah Mada di Kota Padang. (Online).Vol 2, No. 2. (<http://ejurnal.bunghatta.ac.id>, diakses 2013).
- [19] Sunarto.2006. *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dan dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing*.Master thesis, Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.

- [20] Swastha, Basu. 2009. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- [21] Ulfariyah.2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Jatibarang Indramayu*.Skripsi. Cirebon: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

ANALISIS PERPUTARAN KOMPONEN MODAL KERJA TERHADAP LIKUIDITAS

(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014)

Roy Budiraharjo
Universitas Mercu Buana

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan : 1) Untuk menganalisis pengaruh perputaran persediaan terhadap likuiditas pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI); 2) Untuk menganalisis pengaruh perputaran kas terhadap likuiditas pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI); 3) Untuk menganalisis pengaruh perputaran piutang terhadap likuiditas pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Untuk mengukur likuiditas perusahaan, peneliti menggunakan rasio lancar, rasio cepat dan rasio kas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perputaran persediaan, perputaran kas dan perputaran piutang sebagai variabel independen dan likuiditas sebagai variabel dependen.

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang manufaktur industri barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, periode 2010-2014. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 15 perusahaan, metode penarikan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling (judgement sampling). Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda.

Uji statistik dilakukan dengan uji t dan analisis regresi linear berganda, sebelum uji ini dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa : 1) Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran persediaan/inventory turnover mempunyai pengaruh terhadap likuiditas yang diukur dengan curenratio dan quick ratio. Sedangkan likuiditas yang diukur dengan cash ratio dalam penelitian ini tidak dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan/inventory turnover; 2) Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran kas mempunyai pengaruh negatif terhadap likuiditas yang diukur dengan curenratio, quick ratio dan cash ratio; 3) Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran piutang mempunyai pengaruh positif terhadap likuiditas yang diukur dengan curenratio, quick ratio dan cash ratio.

Kata kunci: *Perputaran Persediaan, Rasio Lancar, Rasio Cepat, Rasio Kas, Likuiditas*

PENDAHULUAN

Laba sebagai Laba sebagai tujuan utama dari perusahaan merupakan indikator bagi perusahaan apakah dapat bertahan dan berkelangsungan hidup (going concern). Salah satu faktor yang dapat menjadi indikator dalam menilai kelangsungan hidup berdasarkan kinerja suatu perusahaan adalah tingkat likuiditas

dari perusahaan itu sendiri. Likuiditas menjadi acuan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Sugiono, 2009:68). Suatu kewajiban diklasifikasikan ke dalam kewajiban jangka pendek jika diperkirakan akan diselesaikan dalam jangka waktu siklus normal perusahaan, atau paling lama satu tahun (Arifin, 2009:170).

Dampak yang terlihat bagi perusahaan jika menggunakan ukuran likuiditas adalah ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi jangka pendeknya. Hal ini akan berpengaruh bagi perusahaan dalam memperoleh keuntungan perusahaan.

Unsur aktiva lancar yang paling besar jumlahnya adalah persediaan. Persediaan merupakan unsur yang aktif dalam operasi perusahaan yang secara terus-menerus diperoleh, diubah, dan kemudian dijual kepada konsumen. Dengan adanya pengelolaan persediaan yang baik, maka perusahaan dapat segera mengubah persediaan yang tersimpan menjadi laba melalui penjualan yang kemudian bertransformasi menjadi kas atau piutang. Semakin tingginya tingkat perputaran persediaan menyebabkan perusahaan semakin cepat dalam melakukan penjualan barang dagang sehingga semakin cepat pula bagi perusahaan dalam memperoleh dana baik dalam bentuk uang tunai (kas) ataupun piutang. Besar kecilnya aktiva lancar tersebut nantinya akan turut mempengaruhi rasio lancarnya.

Ada tiga komponen modal kerja yaitu kas, piutang, dan persediaan. Ketiga komponen modal kerja tersebut dapat dikelola dengan cara yang berbeda untuk memaksimalkan profitabilitas atau untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan (Lazaridis dan Tryfonidis, 2006). Husnan dan Pudjiastuti (2004) menyatakan kas merupakan bentuk aktiva yang paling likuid, yang bisa dipergunakan segera untuk memenuhi kewajiban financial perusahaan. Selain kas, komponen lainnya adalah piutang, yang timbul karena adanya penjualan kredit, semakin besar penjualan kredit maka semakin besar pula investasi dalam piutang dan akibatnya risiko atau biaya yang akan dikeluarkan akan semakin besar pula (Santoso dan Nur, 2008). Komponen modal kerja yang lain dalam penelitian ini adalah persediaan, juga merupakan elemen utama dari modal kerja, karena jumlahnya cukup

besar dalam suatu perusahaan, jenis persediaan yang ada dalam perusahaan akan tergantung dari jenis perusahaan (Wiagustini, 2010:148). Untuk mengetahui tingkat efektivitas dari sebuah perusahaan, dapat diukur dari tingkat perputarannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini variabel perputaran kas, perputaran piutang, dan perputaran persediaan akan dipergunakan sebagai variabel-variabel bebas yang berpengaruh terhadap likuiditas dengan menjadikan perusahaan barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI sebagai objek penelitian, karena perusahaan barang konsumsi makanan dan minuman perusahaan yang memproduksi barang yang setiap hari dipakai oleh masyarakat maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Perputaran Komponen Modal Kerja Terhadap Likuiditas Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI".

TINJAUAN PUSTAKA

Modal Kerja

Modal kerja sangat dibutuhkan dalam menjalankan kegiatan suatu perusahaan, dan modal kerja sangat penting dalam menunjang kelancaran kegiatan operasi perusahaan, sehingga perusahaan dapat berjalan dengan baik secara berkesinambungan (Lukman dan Dira, 2009). Modal kerja (working capital) adalah investasi perusahaan di dalam aktiva jangka pendek seperti kas, sekuritas (surat-surat berharga), piutang dagang dan persediaan. Modal kerja bersih (net working capital) adalah aktiva lancar dikurangi hutang lancar, misalnya hutang bank, kertas-kertas berharga (promes), hutang dagang, hutang upah dan pajak.

Perputaran Kas

Menuh (2008) menyatakan bahwa perputaran kas merupakan periode berputarnya kas yang dimulai pada saat kas diinvestasikan dalam komponen modal kerja sampai saat kembali menjadi kas-kas

sebagai unsur modal kerja yang paling tinggi likuiditasnya. Menurut Riyanto (2001) semakin tinggi perputaran kas akan semakin baik, karena ini berarti semakin tinggi efisiensi penggunaan kasnya dan keuntungan yang diperoleh akan semakin besar.

$$\text{Cash Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Kas rata - rata}}$$

Perputaran Piutang

Sartono (2010:119) menyatakan bahwa semakin cepat periode berputarnya piutang menunjukkan semakin cepat penjualan kredit dapat kembali menjadi kas. Riyanto (2001) menyatakan bahwa perputaran piutang adalah rasio yang memperlihatkan lamanya waktu untuk mengubah piutang menjadi kas. Sedangkan Bramasto (2008) menyatakan bahwa perputaran piutang berasal dari lamanya piutang diubah menjadi kas, piutang timbul karena adanya transaksi penjualan barang atau jasa secara kredit.

Perputaran Piutang

$$= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang rata - rata}}$$

Perputaran Persediaan

Menurut James C. Van Horne (2005:250) "Perputaran Persediaan adalah rasio antara harga pokok penjualan terhadap persediaan rata-rata menunjukkan seberapa cepat persediaan tersebut dapat dijual". Rasio ini dihitung sebagai berikut :

$$IT = \frac{\text{harga pokok barang dijual}}{\text{Persediaan rata - rata}}$$

Persediaan rata-rata dapat dihitung dengan menggunakan angka-angka mingguan, bulanan, atau tahunan. Untuk menyederhanakannya kita menentukan persediaan rata-rata dengan membagi jumlah persediaan pada akhir dan awal tahun dengan 2. Selama jumlah persediaan yang dimiliki sepanjang tahun stabil, rata-rata ini akan cukup akurat bagi analisis kita. Besarnya hasil perhitungan persediaan menunjukkan tingkat kecepatan persediaan menjadi kas atau piutang dagang.

Likuiditas

Likuiditas mengacu pada ketersediaan sumber daya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan kas jangka pendek (Wild et al, 2005:185). Menurut Kashmir (2011:221), rasio yang biasa digunakan untuk mengukur likuiditas, yaitu *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Cash Ratio*, dan *Net Working Capital*. Salah satu Rasio likuiditas adalah :

a. Rasio Lancar (*current ratio*)

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

b. *Quick Ratio*

$$\text{Quick} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$$

c. *Cash Ratio*

$$\text{Cash Lancar} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Utang Lancar}}$$

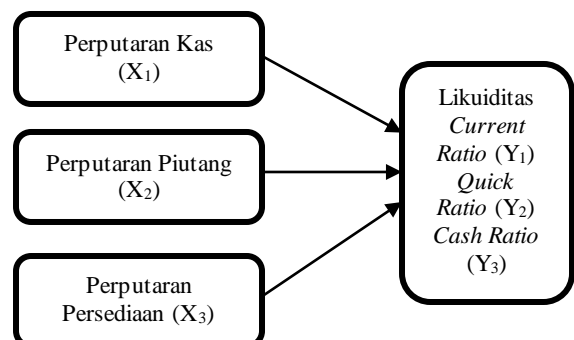
d. Modal Kerja Bersih (*net working capital*)

$$\text{Modal Kerja Bersih} = \text{Aktiva Lancar} - \text{Kewajiban Lancar}$$

Rerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, berikut disajikan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar berikut:

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

- Ha₁ = Perputaran Kas berpengaruh positif terhadap Likuiditas.
 Ha₂ = Perputaran Piutang berpengaruh positif terhadap Likuiditas.
 Ha₃ = Perputaran Persediaan berpengaruh positif terhadap Likuiditas.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kasual (*causal assosiative research*). Menurut Sanusi (2011), asosiatif-kausal adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

Operasional variabel penelitian tentang Analisis Perputaran Komponen Modal Terhadap Likuiditas dapat diringkas dalam tabel 3.1.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan di dalam melakukan penelitian ini adalah data sekunder, yakni data yang diperoleh melalui perantara dari pihak kedua maupun media tertentu yang mendukung penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan selama periode 2010-2014 yang didapat dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan barang

konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, yaitu berjumlah 34 perusahaan

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan yang didasarkan pada pertimbangan (*judgement*) tertentu tertentu (Erlina, 2004:79).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan terdaftar di BEI pada tahun 2010-2014
2. Menerbitkan laporan keuangan yang diaudit periode tahun 2010-2014
3. Data yang dimiliki perusahaan lengkap dan sesuai dengan variabel yang diteliti.

Berdasarkan kriteria tersebut maka sampel yang digunakan berjumlah 15 perusahaan, penelitian berlangsung selama 5 tahun sehingga jumlah observasi/amatan adalah 75 buah.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data runtut waktu atau data *time series*. Menurut Kuncoro (2009) data runtut waktu adalah data yang disusun secara kronologis disusun menurut waktu pada suatu variabel tertentu. Penelitian ini menggunakan data runtut waktu secara tahunan dari tahun 2010 hingga tahun 2014. Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai literatur yang sesuai dengan tema penelitian dan juga data dari laporan keuangan yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2012-2014.

Metode Analisis

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi

mengenai variabel-variabel penelitian seperti: *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Cash Ratio*, Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan. Sedangkan untuk memberikan deskripsi tentang karakter variabel penelitian digunakan tabel distribusi frekuensi yang menunjukkan angka modus, kisaran skor dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi sederhana. Penggunaan analisis regresi sederhana harus bebas dari pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi

Tabel 2.2 Variabel penelitian

Jenis Variabel	Defenisi Operasional	Pengukuran	Skala
Dependent			
Likuiditas <i>Current Ratio</i> (Y ₁)	Diukur dari prosentase asset lancar dibagi Utang lancar	$\frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$	Rasio
Likuiditas <i>Quick Ratio</i> (Y ₂)	Diukur dari prosentase asset lancar dikurang persediaan dan dibagi Utang lancar	$\frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Utang Lancar}}$	Rasio
Likuiditas <i>Cash Ratio</i> (Y ₃)	Diukur dari prosentase total kas dibagi Utang lancar	$\frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Utang Lancar}}$	Rasio
Independent			
Perputaran Kas	Diukur dari prosentase Penjualan dibagi kas rata-rata	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Kas rata} - \text{rata}}$	Rasio
Perputaran Piutang	Diukur dari prosentase Penjualan dibagi piutang rata-rata	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang rata} - \text{rata}}$	Rasio
Perputaran Persediaan	Diukur dari prosentase HPP dibagi persediaan rata-rata	$\frac{\text{harga pokok barang dijual}}{\text{Persediaan rata} - \text{rata}}$	Rasio

Uji Hipotesis

Pada penelitian ini penulis menggunakan tiga variabel independen dan tiga variabel dependen. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah metode regresi berganda, yaitu regresi yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan analisis regresi linier sederhana yang bertujuan untuk memenuhi ekspektasi peneliti mengenai Analisis Perputaran Komponen Modal Terhadap Likuiditas. Analisis regresi dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_1$$

.....
..... (1)

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_2$$

.....
..... (2)

$$Y_3 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon_3$$

.....
..... (3)

Dimana :

Y_1 = variabel dependen (Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Curent Ratio*)

Y_2 = variabel dependen (Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Quick Ratio*)

Y_3 = variabel dependen (Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Cash Ratio*)

α = konstanta atau harga Y bila X = 0

β = angka atau arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen

X_1 = Perputaran Persediaan

X_2 = Perputaran Kas

X_3 = Perputaran Piutang

ϵ = tingkat kesalahan pengganggu/*error*

Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi (α) 0,05 atau 5%. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak, maka dilakukan pengujian terhadap variabel-variabel penelitian dengan cara menguji secara simultan melalui uji signifikansi simultan (uji statistik F), yang bermaksud untuk dapat menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan untuk menguji masing-masing variabel secara parsial, dilakukan dengan uji signifikansi parameter individual (uji t statistik) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen, serta variabel mana yang dominan mempengaruhi variabel dependen.

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya tidak disebut tidak signifikan bila nilai uji statistik berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

a. Koefisien Determinasi.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependend. Nilai koefisien determasi adalah antara non dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, sedang nilai yang mendekati satu berarti nilai variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F).

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Hipotesis nol

(H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau : $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$

Artinya apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau :

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$

Artinya semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Quick look : bila nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%, dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel independen.
- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitungan besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

c. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t).

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau :

$H_0 : b_i = 0$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$H_a : b_i \neq 0$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Quick look : bila jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih,

dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $b_i = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

- 2) Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Berikut disajikan hasil statistik deskriptif tentang variabel-variabel penelitian sebagai berikut:

1. Perputaran Persediaan

Variabel perputaran persediaan mempunyai nilai rata-rata 7,70. Nilai minimumnya adalah 1 dan nilai maksimumnya adalah 35. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 7,370. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel perputaran persediaan terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel perputaran persediaan lebih kecil dari nilai rata-rata variabel perputaran persediaan.

2. Perputaran Kas

Variabel perputaran kas mempunyai nilai rata-rata 6,10. Nilai minimumnya adalah 1 dan nilai maksimumnya adalah 20. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 4,770. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel perputaran persediaan terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel perputaran kas lebih kecil dari nilai rata-rata variabel perputaran kas.

3. Perputaran Piutang

Variabel perputaran piutang mempunyai nilai rata-rata 3,08. Nilai minimumnya adalah 0 dan nilai maksimumnya adalah 12. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 2,292. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel perputaran piutang terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel perputaran piutang lebih kecil dari nilai rata-rata variabel perputaran piutang.

4. Current Ratio

Variabel *Current Ratio* mempunyai nilai rata-rata 2,21. Nilai minimumnya adalah 1 dan nilai maksimumnya adalah 11. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 1,485. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel *Current Ratio* terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel *Current Ratio* lebih kecil dari nilai rata-rata variabel *Current Ratio*.

5. Quick Ratio

Variabel *Quick Ratio* mempunyai nilai rata-rata 1,59. Nilai minimumnya adalah 0 dan nilai maksimumnya adalah 10. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 1,442. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel *Quick Ratio* terdistribusi

normal, karena nilai standar deviasi variabel *Quick Ratio* lebih kecil dari nilai rata-rata variabel *Quick Ratio*.

6. Cash Ratio

Variabel *Cash Ratio* mempunyai nilai rata-rata 1,14. Nilai minimumnya adalah 0 dan nilai maksimumnya adalah 6. Sedangkan nilai standar deviasinya adalah 1,123. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel *Cash Ratio* terdistribusi normal, karena nilai standar deviasi variabel *Cash Ratio* lebih kecil dari nilai rata-rata variabel *Cash Ratio*.

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji *Lilliefors*. Ketentuan dalam uji galat adalah bila statistik $L_{hitung} < L_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka data galat berdistribusi normal. Tetapi apabila $L_{hitung} > L_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka data tidak berdistribusi normal.

Dengan demikian secara keseluruhan hasil perhitungan uji normalitas dengan menggunakan uji *Lilliefors* dapat dilihat pada rangkuman di tabel 4.2

Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X ₁	68	1	35	7,70	7,370
X ₂	68	1	20	6,10	4,770
X ₃	68	0	12	3,08	2,292
Y ₁	68	1	11	2,21	1,485
Y ₂	68	0	10	1,59	1,442
Y ₃	68	0	6	1,14	1,123

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.2 Rangkuman Uji Normalitas

No	Galat Taksiran	n	L Hitung	L Tabel		Keputusan
				$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.01$	
1	Y ₁ atas X ₁	68	0,0188	0,1074	0,1250	Normal
2	Y ₂ atas X ₁	68	0,0101	0,1074	0,1250	Normal
3	Y ₃ atas X ₁	68	-0,0120	0,1074	0,1250	Normal
4	Y ₁ atas X ₂	68	0,0302	0,1074	0,1250	Normal
5	Y ₂ atas X ₂	68	0,0122	0,1074	0,1250	Normal
6	Y ₃ atas X ₂	68	0,0302	0,1074	0,1250	Normal
7	Y ₁ atas X ₃	68	-0,0570	0,1074	0,1250	Normal
8	Y ₂ atas X ₃	68	-0,0619	0,1074	0,1250	Normal
9	Y ₃ atas X ₃	68	-0,0360	0,1074	0,1250	Normal

Sumber: Data primer yang diolah

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2010). Deteksi terhadap ada tidaknya multikolonieritas dalam penelitian ini dengan (1) menganalisis matrik korelasi antar variabel bebas, jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas, (2) Melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor*, suatu model regresi yang bebas dari

masalah multikolonieritas apabila mempunyai nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau 10% dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Hasil perhitungan *tolerance* sesuai Tabel 4.3. menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 10%; semua nilai *tolerance*nya lebih dari 10%; yang berarti tidak ada korelasi antar variabel. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10; nilai *variance inflation factor* (VIF) semuanya kurang dari 10. Kesimpulannya adalah tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi berdasarkan uji nilai *tolerance*

Tabel 4.3 Rangkuman Uji Multikolonieritas

Model	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	0,892	1,121
	X2	0,844	1,185
	X3	0,936	1,068
2	X1	0,892	1,121
	X2	0,844	1,185
	X3	0,936	1,068
3	X1	0,892	1,121
	X2	0,844	1,185
	X3	0,936	1,068

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.4 Hasil uji autokorelasi

Model	n	k	dl	du	Durbin Watson	4-du	4-dl
1	68	3	1,516	1,700	2,157	2,300	2,484
2	68	3	1,516	1,700	2,110	2,300	2,484
3	68	3	1,516	1,700	1,772	2,300	2,484

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

			X1	X2	X3
Spearman's rho	Abres_1	Correlation Coefficient	0,226	-0,021	0,218
		Sig. (2-tailed)	0,063	0,867	0,075
		N	68	68	68
	Abres_2	Correlation Coefficient	0,024	-0,100	0,075
		Sig. (2-tailed)	0,843	0,418	0,546
		N	68	68	68
	Abres_3	Correlation Coefficient	0,176	0,146	0,174
		Sig. (2-tailed)	0,150	0,235	0,155
		N	68	68	68

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi

Model		B	T _{hitung}	Sig	T _{tabel}	adj R ²	F _{hitung}	Sig
1	(Constant)	1,635			1,668	0,532	26,389	0,000
	X1	0,061	3,400	0,001				
	X2	-0,188	-6,631	0,000				
	X3	0,408	7,294	0,000				
2	(Constant)	1,014			1,668	0,493	22,692	0,000
	X1	0,079	4,359	0,000				
	X2	-0,182	-6,347	0,000				
	X3	0,349	6,177	0,000				
3	(Constant)	0,851			1,668	0,104	3,579	0,019
	X1	0,036	1,932	0,058				
	X2	-0,070	-2,372	0,021				
	X3	0,144	2,460	0,017				

Sumber : Data primer yang diolah

Analisis regresi berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Dengan menggunakan metode regresi linier berganda didapatkan hasil seperti tabel 4.6

Berdasarkan hasil pengujian regresi di atas dapat dibentuk sebuah persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = 1,635 + 0,061X_1 - 0,188X_2 + 0,408X_3 + \epsilon_1$$

..... (1)

$$Y_2 = 1,014 + 0,079X_1 - 0,182X_2 + 0,349X_3 + \epsilon_2$$

..... (2)

$$Y_3 = 0,851 + 0,036X_1 - 0,070X_2 + 0,144X_3 + \epsilon_3$$

..... (3)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square*. Nilai *adjusted R-Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independent) dalam menerangkan variabel terikat (dependent). Dari tabel 4.6 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* pada persamaan (1) sebesar 0,532. Hal ini berarti bahwa 53,2% Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Curent Ratio* (Y₁) dapat

dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu perputaran persediaan (X₁), perputaran kas (X₂) dan perputaran piutang (X₃), sisanya sebesar 46,8% (100% - 53,2%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Selanjutnya dari tabel 4.6 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* pada persamaan (2) sebesar 0,493. Hal ini berarti bahwa 49,3% Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Quick Ratio* (Y₂) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu perputaran persediaan (X₁),

perputaran kas (X₂) dan perputaran piutang (X₃), sisanya sebesar 50,7% (100% - 49,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Sedangkan pada persamaan (3) dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* pada sebesar 0,104. Hal ini berarti bahwa 10,4% Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Cash Ratio* (Y₃) dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu perputaran persediaan (X₁), perputaran kas (X₂) dan perputaran piutang (X₃), sisanya sebesar 89,6% (100% - 10,4%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. (Ghozali, 2009). Apabila analisis menggunakan uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikansi terhadap variabel dependen.

Dari uji Anova atau Uji F pada tabel 4.6 di atas, nilai F_{hitung} untuk model 1 sebesar 26,389 dengan probabilitas signifikansi yang menunjukkan 0,000. Nilai probabilitas pengujian yang jauh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Curent Ratio* (Y_1) dapat dipengaruhi oleh **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam model regresi berpengaruh secara individu terhadap variabel terikat. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan nilai signifikansinya dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dalam hal ini, nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,668.

Hasil uji parsial (uji t) dalam tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa variabel perputaran persediaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Curent Ratio* (Y_1) dan *Quick Ratio* (Y_2), yang dapat dilihat dari perbandingan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , yakni $t_{tabel} < t_{hitung}$, dengan nilai t_{tabel} 1,668 dan t_{hitung} 3,400 dan 4,359 serta tingkat signifikansi yang berada di bawah 0,05. Sedangkan variabel perputaran persediaan (X_1) tidak berpengaruh terhadap Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Cash Ratio*

perputaran persediaan (X_1), perputaran kas (X_2) dan perputaran piutang (X_3). Nilai F_{hitung} untuk model 2 sebesar 22,692 dengan probabilitas signifikansi yang menunjukkan 0,000. Nilai probabilitas pengujian yang jauh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Quick Ratio* (Y_2) dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan (X_1), perputaran kas (X_2) dan perputaran piutang (X_3). Sedangkan nilai F_{hitung} untuk model 3 sebesar 3,579 dengan probabilitas signifikansi yang menunjukkan 0,019. Nilai probabilitas pengujian yang jauh lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Cash Ratio* (Y_3) dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan (X_1), perputaran kas (X_2) dan perputaran piutang (X_3).

(Y_3), yang dapat dilihat dari perbandingan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , yakni $t_{tabel} < t_{hitung}$, dengan nilai t_{tabel} 1,668 dan t_{hitung} 1,932 serta tingkat signifikansi yang berada di atas 0,05.

Variabel perputaran kas (X_2) berpengaruh negatif terhadap Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Curent Ratio* (Y_1), *Quick Ratio* (Y_2) dan *Cash Ratio* (Y_3), yang dapat dilihat dari perbandingan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , yakni $t_{tabel} < t_{hitung}$, dengan nilai t_{tabel} 1,668 dan t_{hitung} -6,631, -6,347 dan -2,372 serta tingkat signifikansi yang berada di bawah 0,05.

Variabel perputaran piutang (X_3) berpengaruh positif terhadap Likuiditas Perusahaan yang diukur dengan *Curent Ratio* (Y_1), *Quick Ratio* (Y_2) dan *Cash Ratio* (Y_3), yang dapat dilihat dari perbandingan antara t_{tabel} dan t_{hitung} , yakni $t_{tabel} < t_{hitung}$, dengan nilai t_{tabel} 1,668 dan t_{hitung} 7,294, 6,177 dan 2,460 serta tingkat signifikansi yang berada di bawah 0,05

PEMBAHASAN

1. Perputaran persediaan berpengaruh terhadap likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio*

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran persediaan/*inventory turnover* mempunyai pengaruh terhadap likuiditas yang diukur dengan *curent ratio* dan *quick ratio*. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan perputaran persediaan dapat meningkatkan likuiditas perusahaan yang diukur dengan *curent ratio* dan *quick ratio* sehingga dapat disimpulkan bahwa perputaran persediaan perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi rasio lancar (*current ratio*) dan rasio cepat (*quick ratio*) yang merupakan salah satu ukuran untuk melihat suatu likuiditas perusahaan.

Sedangkan likuiditas yang diukur dengan *cash ratio* dalam penelitian ini tidak dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan/*inventory turnover*. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan perputaran persediaan tidak dapat meningkatkan likuiditas perusahaan yang diukur dengan *cash ratio* sehingga dapat disimpulkan bahwa perputaran persediaan perusahaan bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi rasio kas (*cash ratio*) yang merupakan salah satu ukuran untuk melihat suatu likuiditas perusahaan.

2. Perputaran kas berpengaruh terhadap likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio*

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran kas mempunyai pengaruh negatif terhadap likuiditas yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan perputaran kas tidak dapat

meningkatkan likuiditas perusahaan yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio* sehingga dapat disimpulkan bahwa perputaran kas perusahaan bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi likuiditas perusahaan baik yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*.

3. Perputaran piutang berpengaruh terhadap likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio*, *Quick Ratio*, dan *Cash Ratio*

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran piutang mempunyai pengaruh positif terhadap likuiditas yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*. Hasil ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan perputaran kas dapat meningkatkan likuiditas perusahaan yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio* sehingga dapat disimpulkan bahwa perputaran kas perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi likuiditas perusahaan baik yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran persediaan/*inventory turnover* mempunyai pengaruh terhadap likuiditas yang diukur dengan *curent ratio* dan *quick ratio*. Sedangkan likuiditas yang diukur dengan *cash ratio* dalam penelitian ini tidak dapat dipengaruhi oleh perputaran persediaan/*inventory turnover*
2. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran kas mempunyai pengaruh negatif terhadap likuiditas yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*.
3. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, dapat dilihat bahwa perputaran

piutang mempunyai pengaruh positif terhadap likuiditas yang diukur dengan *curent ratio*, *quick ratio* dan *cash ratio*.

SARAN

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa penelitian ini mengandung keterbatasan-keterbatasan. Namun hasil penelitian ini setidaknya dapat memotivasi dilakukannya penelitian berikutnya. Dengan mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan yang ada, diharapkan penelitian yang akan datang memperbaiki faktor-faktor berikut ini:

1. Bagi perusahaan, untuk meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap perusahaan, maka perusahaan harus mampu menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan menyampaikan informasi kepada investor mengenai perkembangan perusahaan. Pengumuman mengenai keadaan likuiditas perusahaan merupakan informasi penting yang harus disampaikan oleh perusahaan pada pemegang saham.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] *Perbelanjaan Perusahaan*. BPFE : Yogyakarta
- [2] Benny Alexandri dan Linna Ismawati, 2005. *Manajemen Keuangan Teori dan Praktikum*. Universitas Komputer Indonesia : Bandung.
- [3] Erlina dan Sri Mulyani, 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, USU Press, Medan.
- [4] Ikatan Akuntan Indonesia, 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta
- [5] Indrajit, Richardus E dan Richardus Djokopranoto, 2003. *Manajemen Persediaan*, Edisi Pertama, Grasindo, Jakarta
- [6] James C. Van Horne, 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, Edisi kesebelas, Penerbit Salemba Empat
- [7] Jogiyanto, 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi Pertama,

2. Bagi investor, untuk mengetahui bagaimana kinerja perusahaan sebelum melakukan investasi, sebaiknya para investor maupun calon investor mencari tahu mengenai bagaimana profil suatu perusahaan. Profil perusahaan dapat diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia sehingga kualitas laporan keuangan perusahaan lebih akurat dan relevan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel lain yang lebih banyak dengan karakteristik yang lebih beragam dari berbagai sektor industri dan memperpanjang periode penelitian. Penelitian yang lain juga sebaiknya menambah variabel independen yang turut mempengaruhi likuiditas perusahaan. Hal ini karena likuiditas perusahaan tidak hanya ditentukan oleh pengaruh perputaran persediaan saja akan tetapi juga dipengaruhi oleh perputaran piutang, aktiva lancar, kewajiban lancar serta modal kerja.

BPFE, Yogyakarta.

- [8] Kashmir, 2011. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Pertama, Rajagrafindo Persada, Jakarta .
- [9] Umar, Husein, 2003. *Metode Riset Akuntansi Terapan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [10] Warren, Carl S., James M. Reeve, dan Philip E. Fees, 2005. *Pengantar Akuntansi*, Edisi Kedua Puluh Satu, Alih Bahasa oleh Aria Farahmita, Amanugrahani dan Taufik Hendrawan, Salemba Empat, Jakarta.
- [11] Wild, John J., K.R. Subramanyan, dan Robert E. Haley, 2005. *Financial Statement Analysis (Analisis Laporan Keuangan)*, Edisi Kedelapan, Buku Kedua, Alih Bahasa oleh Yanivi S. Bachtiar dan S. Nurwahyu Harahap, Salemba Empat, Jakarta.
- [12] Wild, John, dan Subramanyam K. R. 2010. *Analisis Laporan keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- [13] www.idx.co.id

POLA KEMITRAAN DALAM MENGEMBANGKAN INDUSTRI PARIWISATA

Iwan Sugiwa

Staf Pengajar Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

Abstract

Development of the tourism sector is an integral part of national development, since this sector is able to absorb considerable manpower. Economically, tourism provides additional income for the state and communities around the tourist sites. Development of the tourism sector is done by using the concept of community-based tourism. One of the concepts of community-based tourism is by way of a partnership. Partnership can be done by way of providing capital, management and marketing assistance. One of the many large companies are run by a partnership with the CSR system.

Development of partnership in the tourism industry can increase the amount of income communities around the tourist sites, as well as promote the tourist sites. Partnership that executed the tourism sector can ensure the survival of small and medium businesses who open businesses in the tourist sites

Kata Kunci: *Profesional, Akuntan Pendidik, Dosen, Kualitas, Pembelajaran*

PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi (PT) sebagai lembaga Sejalan dengan semangat Otonomi Daerah dan Peraturan Pemerintah RI No. 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom, didalamnya terdapat kewenangan daerah otonom dalam bidang budaya dan pariwisata. Pasaltersebut menentukan bahwa daerah otonom dapat melakukan promosi dalam rangka meningkatkan jumlah arus kunjungan wisatawan ke daerahnya masing-masing. Pengembangan sektor pariwisata telah terbukti mampu memberi dampak positif terhadap kehidupan masyarakat di sekitar lokasi usaha. Secara ekonomi pariwisata memberikan perluasan lapangan usaha dan lapangan kerja, dan memberikan tambahan devisa bagi negara.

Pembangunan sektor pariwisata merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang pelaksanaannya melibatkan tiga stake holder kunci yakni pemerintah, swasta dan masyarakat. Pengembangan sektor

ini dilaksanakan secara lintas sektoral yang melibatkan banyak institusi baik

tingkat lokal, regional, nasional bahkan internasional.

Berdasarkan data dari World Trade Organization (WTO, 2004), kedatangan turis lokal dan mancanegara memberi sumbangan pada GDP lebih dari 15% dan angka ini lebih besar lagi pada negara-negara yang mencanangkan kunjungan wisata seperti negara Malaysia dengan slogan "Malaysia Truly of Asia". Indonesia sendiri pernah mencanangkan program "Visit Indonesia Year" yang menjadikan pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian negara. Program tersebut memberikan sumbangan sebesar 19.84% terhadap GDP negara pada tahun 2001 (BPS, 2002).

Sejak tahun 2002 jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mengalami peningkatan, meski sempat terjadi penurunan pada tahun 2005 dan 2006 akan tetapi pada tahun 2007 kembali meningkat mencapai angka di atas 5 juta wisatawan per tahun. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa secara rata-rata lebih dari 300.000 wisatawan mancanegara datang ke Indonesia.

Sektor pariwisata juga membuka lapangan kerja karena lebih dari 100 juta orang per tahun melakukan perjalanan baik untuk bisnis maupun wisata. Industri pariwisata juga memberikan pendapatan bagi pemerintah melalui pajak akomodasi dan rumah makan, pajak penjualan dan lainnya. Industri pariwisata juga mendorong investasi pada infrastruktur di daerah kunjungan wisata seperti penyempurnaan bandara, jalan, sistem drainase, pemeliharaan museum, kawasan wisata dan pusat-pusat perbelanjaan.

PEMBAHASAN

Pengelolaan Pariwisata

Agar dapat memelihara kelestarian lokasi-lokasi wisata yang ada Indonesia serta mempertahankan nilai social budaya yang ada di daerah tujuan wisata, perlu diterapkan prinsip-prinsip pengelolaan pariwisata. Adapun prinsip-prinsip pengelolaan pariwisata yang perlu diperhatikan adalah: (I Gde Pitana, I Ketut Surya Diarta, 2009, p. 81) :

Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan special local sense yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.

Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.

Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.

Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.

Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan/atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (carrying capacity) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

PENGEMBANGAN PARIWISATA

Sejak tahun 2000 telah tersusun kebijakan sektoral tentang kemitraan usaha pariwisata, serta pengembangan bursa kemitraan dalam berbagai jenis produk di bidang sub kontrak, waralaba dan keagenan. Pemerintah Indonesia menetapkan program pengembangan pariwisata sebagai agenda nasional dengan dimasukkannya program tersebut pada rencana pemabunan lima tahun (repeta). Program tersebut bertujuan untuk mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan daerah tujuan wisata (DTW) dan kualitas produk wisata nasional yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat, kesenian dan kebudayaan serta sumber daya alam (pesona alam) lokal dengan tetap memperhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat.

Adapun sasaran yang ingin dicapai dalam program pengembangan pariwisata adalah (Bapenas, 2006) :

1. Meningkatkan efektivitas kegiatan pariwisata sebagai wahana promosi seni budaya tradisional dan alam (pesona alam) secara global,
2. Terwujudnya kegiatan pariwisata yang mendukung pemahaman dan penghargaan masyarakat terhadap seni dan budaya masyarakat lain,
3. Terwujudnya kegiatan pariwisata sebagai wahana pendukung upaya berkreasi di bidang kesenian serta wahana yang mendukung pengembangan dan pengkayaan budaya baru sesuai tantangan masa depan,
4. Meningkatnya sumbangan pariwisata dalam mendorong peningkatan devisa dan kesejahteraan masyarakat lokal,
5. Meningkatnya peran aktif masyarakat dan usaha kecil menengah (UKM) dalam pengembangan pariwisata,
6. Meningkatnya kualitas manajerial pengembangan produk pariwisata dan keterpaduannya dengan upaya pemasaran pariwisata,

7. Meningkatnya nilai daya tarik produk/DTW,
8. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap upaya pelestarian lingkungan,
9. Meningkatnya jumlah dan jenis produk yang bersertifikasi lingkungan,
10. Meningkatnya arus dan penyebaran wisatawan nusantara, khususnya di luar Pulau Jawa dan Pulau Bali.

Hasil yang dicapai selama masa repeta 2000 – 2005 diantaranya adalah (Bapenas, 2006):

1. Menetapkan dan meluncurkan tema pariwisata “My Indonesia : Just a Smile a Way” dari tahun 2001-2003, yang kemudian diganti menjadi “Indonesia, Ultimate In Diversity” pada tahun 2004,
2. Telah tersusun kebijakan pengembangan kepariwisataan berbasis masyarakat, pedoman pengembangan pulau-pulau kecil yang berbasis lingkungan dan rencana strategic pengembangan kapal pesiar (cruise) Indonesia,
3. Telah tersusunnya cetak biru pemasaran pariwisata Indonesia sebagai arah kegiatan pemasaran pariwisata nasional untuk jangka waktu 2003-2008,
4. Indonesia telah melembagakan kerjasama di bidang budaya dengan 37 negara mitra sahabat, yaitu dalam bentuk persetujuan kebudayaan dan pengaturan program kerjasama kepariwisataan,
5. Terlaksananya pengembangan destinasi dan diversifikasi produk peningkatan daya saing produk pariwisata yang berkelanjutan dan,
6. Tercapainya pemantauan kebijakan dan perencanaan terutama dalam memfasilitasi pengembangan pariwisata.

Meski telah mengalami banyak pencapaian, akan tetapi pengembangan pariwisata di Indonesia masih mengalami beberapa kendala. Kendala yang dihadapi dalam pengembangan pariwisata di Indonesia diantaranya adalah (Bapenas, 2006):

1. Menurunnya citra pariwisata sebagai akibat dari gangguan keamanan dan

gangguan penyakit menular sehingga menimbulkan larangan berwisata (*travel warning*) dari pemerintahan Negara-negara wisatawan utama,

2. Stagnasi pengembangan produk wisata di berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia,
3. Adanya ketidakseimbangan pembangunan kepariwisataan antar daerah,
4. Menurunnya investasi di bidang pariwisata
5. Terbatasnya SDM professional bidang pariwisata,
6. Masih kecilnya peran serta masyarakat sebagai akibat pemahaman yang rendah terhadap dampak positif pengembangan pariwisata,
7. Keterbatasan kemampuan anggaran pemerintah untuk mendukung kegiatan promosi pariwisata
8. Adanya pergeseran peranan dan pelimpahan kewenangan dari pusat ke daerah serta adanya persaingan antar daerah.

The Pacific Asia Travel Association (PATA) meluncurkan konsep *Values Tourism* pada tahun 1995. Konsep *Values Tourism* harus mencakup dalam manajemen pariwisata, yaitu :

1. Memenuhi kebutuhan konsumen (wisatawan)
2. Meningkatkan kontribusi ekonomi nasional Negara bersangkutan
3. Meminimalisasi dampak pariwisata terhadap lingkungan
4. Mengalokomodasi kebutuhan dan keinginan Negara tuan rumah yang menjadi tujuan wisata,
5. Menyediakan pengembalian financial yang cukup bagi orang-orang yang berusaha di bidang pariwisata.

Sedangkan *values* atau nilai-nilai yang harus dipertimbangkan menyangkut konsumen, budaya dan warisan budaya, ekonomi, ekologi, financial, sumber daya manusia, peluang masa depan, politik, dan sosial. Tujuan dari pengelolaan atau

manajemen pariwisata adalah untuk menyeimbangkan pertumbuhan dan pendapatan ekonomi dengan pelayanan kepada wisatawan serta perlindungan terhadap lingkungan dan pelestarian keberagaman budaya. Oleh karena itu diperlukan keterlibatan semua pemangku kepentingan di bidang pariwisata untuk mengintegrasikan kerangka pengelolaan pariwisata.

Menurut UN-WTO, peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategi dan bertanggung jawab terhadap beberapa hal berikut:

1. Membangun kerangka (*framework*) operasional di mana sektor publik dan swasta terlibat dalam menggerakkan denyut pariwisata.
2. Menyediakan dan memfasilitasi kebutuhan legislasi, regulasi, dan kontrol yang diterapkan dalam pariwisata, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya serta wisan budaya.
3. Menyediakan dan membangun infrastruktur transportasi darat, laut dan udara dengan kelengkapan prasarana komunikasinya.
4. Membangun dan memfasilitasi peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan menjamin pendidikan dan pelatihan yang profesional untuk menyuplai kebutuhan tenaga kerja di sektor pariwisata.
5. Menerjemahkan kebijakan pariwisata yang disusun ke dalam rencana kongkret yang mungkin termasuk di dalamnya: (a) evaluasi kekayaan aset pariwisata, alam dan budaya serta mekanisme perlindungan dan pelestariannya; (b) identifikasi dan kategorisasi produk pariwisata yang mempunyai keunggulan kompetitif dan komparatif; (c) menentukan persyaratan dan ketentuan penyediaan infrastruktur dan

suprastruktur yang dibutuhkan yang akan berdampak pada keragaan (*performance*) pariwisata, dan; (d) mengelaborasi program untuk pembiayaan dan aktivitas pariwisata, baik untuk sketor publik maupun swasta.

Untuk mencapai kesuksesan dalam pembangunan pariwisata diperlukan pemahaman baik dari sisi pemerintah selaku *regulator* maupun dari sisi pengusaha selaku pelaku bisnis. Pemerintah tentu harus memperhatikan dan memastikan bahwa pembangunan pariwisata itu akan mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial ekonomi serta dampak lingkungan sekecil mungkin. Di sisi lain, pebisnis bisa seenaknya melakukan segala sesuatu demi mencapai keuntungan, tetapi harus menyesuaikan dengan kebijakan dan regulasi dari pemerintah. Misalnya melalui peraturan tata ruang, perijinan, lisensi, akreditasi, dan perundang-undangan.

Liu (1994: 18) membuat kerangka implementasi kebijakan pariwisata yang paling tidak menyentuh empat aspek, yaitu:

1. Pembangunan dan pengembangan infrastruktur;
2. Aktivitas pemasaran;
3. Peningkatan kualitas budaya dan lingkungan; serta
4. Pengembangan sumber daya manusia.

POLA PENGEMBANGAN KEMITRAAN PARIWISATA

Produktivitas UKM telah menunjukkan peningkatan, akan tetapi nilainya masih sangat kecil bila dibandingkan dengan produktivitas usaha besar. Produk yang dihasilkan oleh UKM kurang memiliki daya saing dan kualitas yang baik sehingga belum mampu memenuhi permintaan pasar domestik dan pasar internasional. Rendahnya produktivitas UKM disebabkan oleh rendahnya kualitas dan kompetensi

kewirausahaan sumber daya manusia, selain itu keterbatasan modal dan penguasaan teknologi pada sektor mikro dan kecil menyebabkan UKM sulit meningkatkan nilai tambah usahanya.

Untuk itu diperlukan suatu upaya untuk dapat mengembangkan usaha UKM. Dengan mencermati masalah yang dihadapi oleh UKM, maka perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut (Hafsah, 2004, pp. 43-44):

1. Penciptaan Iklim Usaha yang Kondusif

Pemerintah perlu mengupayakan terciptanya iklim yang kondusif antara lain dengan mengusahakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya

2. Bantuan Permodalan

Pembiayaan untuk usaha kecil dan menengah sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada maupun non bank. Lembaga Keuangan Mikro bank antara lain: BRI unit Desa dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

3. Perlindungan Usaha

Jenis-jenis usaha tertentu, terutama jenis usaha tradisional yang merupakan usaha golongan ekonomi lemah, harus mendapatkan perlindungan dari pemerintah, baik melalui undang-undang maupun peraturan pemerintah yang bermuara kepada saling menguntungkan (*win-win solution*)

4. Pengembangan Kemitraan

Perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UKM atau antara UKM dengan pengusaha besar di dalam negeri maupun di luar negeri, untuk menghindarkan terjadinya monopoli dalam usaha. Dengan demikian UKM akan mempunyai kekuatan dalam bersaing dengan pelaku bisnis lainnya, baik dari dalam maupun luar negeri.

5. Pelatihan

Pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya. Disamping itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekan teori melalui pengembangan kemitraan rintisan.

6. Membentuk Lembaga Khusus

Perlu dibangun suatu lembaga yang khusus bertanggung jawab dalam mengkoordinasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UKM dan juga berfungsi untuk mencari solusi dalam rangka mengatasi permasalahan baik internal maupun eksternal yang dihadapi oleh UKM

7. Memantapkan Asosiasi

Asosiasi yang telah ada perlu diperkuat untuk meningkatkan perannya antara lain dalam pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.

8. Mengembangkan Promosi

Guna lebih mempercepat proses kemitraan antara UKM dengan usaha besar diperlukan media khusus dalam upaya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Disamping itu perlu juga diadakan talkshow antara asosiasi dengan mitra usahanya.

9. Mengembangkan Kerjasama yang Setara

Perlu adanya kerjasama atau koordinasi yang serasi antara pemerintah dengan dua usaha (UKM) untuk menginventarisir berbagai isu-isu mutakhir yang terkait dengan perkembangan usaha.

Upaya-upaya tersebut diatas tidak dapat dilakukan sendiri oleh pemerintah, oleh sebab itu perlu adanya kerjasama dari

seluruh pihak seperti masyarakat UKM dan pengusaha besar. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dan pengusaha besar dalam meningkatkan produktivitas UKM adalah dengan melakukan kemitraan. Pola kemitraan ini pula yang diterapkan oleh industri pariwisata yang ada di Indonesia.

Terbatasnya anggaran pemerintah untuk mendukung kegiatan pariwisata di Indonesia membutuhkan kesadaran masyarakat dan pengusaha pariwisata. Pengusaha pariwisata dapat mengajak masyarakat di sekitar lokasi wisata untuk mengadakan kegiatan berbasis seni dan budaya lokal. Kegiatan tersebut dapat menjadi ajang promosi daerah wisata. Kemitraan antara pengusaha dan masyarakat sekitar juga perlu mendapat perhatian khusus dari pemda maupun pengelola daerah wisata. Dengan adanya kemitraan antara masyarakat dengan pengusaha wisata diharapkan dapat menciptakan sinergi positif guna mendukung pelaksanaan program wisata yang telah dicanangkan.

Kemitraan merupakan kesatuan hubungan antar pelaku pembangunan yang saling menghargai dalam mengembangkan potensi bersama agar dapat saling menguntungkan (*mutual benefits*) dalam rangka memperkuat kemandirian, bukan ketergantungan. Kemitraan dalam kaitannya dengan pengembangan kebudayaan dan pariwisata dapat diartikan sebagai upaya membangun kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi pariwisata yang ditandai dengan indikator-indikator peningkatan kunjungan wisatawan, belanja wisatawan, dan lama tinggal wisatawan. Kekuatan sosial dan pertumbuhan ekonomi tersebut dengan bertumpukan pada pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan antara lainnya rumah tangga miskin dan usaha kecil (UKM).

Dalam pola kemitraan tersebut di atas pada dasarnya perlu didasari oleh beberapa komitmen diantara pelaku kemitraan untuk menciptakan kerjasama dan saling mempercayai antara pelaku dan mengembangkan sikap tanggap dalam pengelolaan program pengembangan kebudayaan dan kepariwisataan, disamping itu dengan kemitraan perlu diciptakan sinergi melalui jaringan dan komunikasi informasi, pengetahuan dan pengalaman (Sastryuda, 2010, p. 14).

Dalam proses kemitraan pemberdayaan masyarakat terdapat berbagai komponen yang terlibat dan memegang peranan sebagai pelaku kemitraan pemberdayaan masyarakat, para pelaku tersebut diantaranya: pemerintah, pakar, dunia usaha, LSM, dan masyarakat. Dalam menjalin kemitraan diantara unsur-unsur tersebut membuat jaringan-jaringan kerja efektif dan efisien untuk tercapai keuntungan bersama melalui berbagai dimensi kegiatan antara lain kegiatan pengembangan usaha ekonomi rakyat, penguatan modal sosial masyarakat. Dalam jaringan kerja kemitraan tersebut pada dasarnya lebih menitikberatkan kepada bagaimana upaya yang dapat dilakukan oleh setiap komponen pemberdayaan masyarakat, agar masyarakat yang tidak mampu dan belum berdaya menjadi berdaya, oleh karena itu dalam fase kegiatan pengembangan usaha ekonomi rakyat. Tergambarkan tiga unsur penting adalah produksi rakyat, hasil yang dicapai rakyat dan dapat memberikan kehidupan. Pengelolaan pasca produksi mampu mengembangkan keuntungan melalui inovasi produksi dan pemasaran.

Kemitraan yang ideal dilandasi adanya keterkaitan usaha, melalui prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan atau lebih sering disebut dengan "*win-win solution*". Praktek ini telah banyak dikembangkan baik dalam pola sub-kontrak, waralaba, inti plasma dan pola-pola kemitraan lainnya. Pola kemitraan

yang terjadi akan menyebabkan adanya alih teknologi dan manajemen dari perusahaan. Pola kemitraan akan mendorong peningkatan daya saing pada usaha mikro, kecil dan menengah. Kemitraan akan memberikan kepastian pasokan produk, karena semuanya diatur dalam kesepakatan dalam bentuk kontrak.

Salah satu bentuk pola kemitraan yang sudah dijalankan di Indonesia adalah pola kemitraan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pola ini sudah banyak diterapkan oleh beberapa perusahaan besar seperti PT. Djarum, PT. Indofood dan beberapa perusahaan lainnya. Pola kemitraan ini terjadi karena adanya dorongan kepedulian perusahaan besar untuk membina perusahaan kecil, khususnya perusahaan mikro dan kecil.

Kemitraan kuat akan mendorong usaha mikro, kecil dan menengah kuat, dimana kepedulian perusahaan besar akan memberi manfaat kepada kedua belah pihak, khususnya dalam rangka pengurangan dampak gejolak sosial sebagai akibat adanya kecemburuan sosial si kaya semakin kaya dan si miskin semakin miskin. Pengembangan program kemitraan dengan pola CSR bisa diarahkan agar UMKM bisa dibantu dalam inovasi *packaging*, *inovasi branding*, inovasi produk serta penampilan produk (Dipta, 2008, p. 72).

Untuk mendorong iklim usaha yang lebih kondusif dan membangun kesadaran perusahaan besar melalui program CSR dalam penguatan UMKM, terdapat beberapa upaya yang perlu dilakukan (Dipta, 2008, p. 74) :

1. Pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk mendorong program CSR bagi pengembangan UMKM, bisa dalam bentuk undang-undang (UU), Peraturan Presiden atau Peraturan Menteri dan paling sedikit harus mengatur :
 - a. Tujuan dan sasaran CSR
 - b. Penetapan Besaran CSR

- c. Hak dan kewajiban Perusahaan Besar
 - d. Hak dan kewajiban UMKM
 - e. Penggunaan CSR
 - f. Peran Pemerintah Pusat dan Daerah
2. Setiap kebijakan yang dikeluarkan dikawal dan dilaksanakan dengan penuh komitmen dan konsisten mulai dari tingkat pusat sampai daerah;
 3. Bagi perusahaan besar yang memberikan kontribusi dan prestasi yang besar dan baik dalam penguatan UMKM seyogyanya diberikan penghargaan atau reward sehingga mampu menumbuhkan semangat dan gairah bagi perusahaan besar lainnya yang belum menunjukkan prestasi.

KESIMPULAN

Pembangunan sektor pariwisata merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, karena sektor ini mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Secara ekonomi pariwisata memberikan tambahan devisa bagi Negara dan masyarakat di sekitar lokasi wisata.

Pengembangan sektor pariwisata dilakukan dengan menggunakan konsep pariwisata berbasis masyarakat. Salah satu konsep pariwisata berbasis masyarakat adalah dengan cara pola kemitraan. Pola kemitraan dapat dilakukan dengan jalan memberikan bantuan modal, bantuan manajemen dan pemasaran. Salah satu yang banyak dijalankan oleh perusahaan besar adalah pola kemitraan dengan dengan system CSR.

Pengembangan pola kemitraan pada industri pariwisata dapat meningkatkan jumlah pendapatan masyarakat di sekitar lokasi wisata, serta mempromosikan lokasi wisata tersebut. Pola kemitraan yang dijalankan pada sektor pariwisata dapat menjamin kelangsungan hidup usaha kecil dan menengah yang membuka usaha di lokasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Brodjonegoro, S.S. 2002. *Perguruan Tinggi Sebagai Kekuatan Moral*. Disampaikan dalam Rapat Kerja Nasional Pimpinan Perguruan Tinggi Negeri Seluruh Indonesia, Yogyakarta.
- [2] Budimansyah, D. 2002. *Model Pembelajaran dan Penilaian Berbasis Portofolio*. Bandung: Genesindo.
- [3] Bapenas. (2006). www.bapenas.go.id. Retrieved Januari 11, 2012
- [4] BPS, B. P. (2002). *Indonesia dalam Angka*
- [5] Dipta, I. W. (2008). Strategi Penguatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Kerjasama Kemitraan Pola CSR. *INFOKOP Volume 16, September 2008*, 62-75
- [6] Hafsah, M. J. (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). *Infokop Nomor 25 Tahun XX*, 40-44
- [7] I Gde Pitana, I Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- [8] Sastrayuda, G. S. (2010). Retrieved Januari 11, 2012
- [9] Theobald, W. F. (2005). *The Meaning, Scope, and Measurement of Travel and Tourism*. Burlington, MA USA: Elsevier Inc

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah Terhadap Return On Asset

Aris Yoga Pratama, S.Tr

Program Studi Keuangan & Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Jakarta

Email : Arisyogapratama@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah Terhadap Return On Asset (ROA) Bank Syariah Mandiri periode 2001-2015. Data yang digunakan adalah data triwulan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia pada laporan publikasi periode triwulan 2 2001- triwulan 4 2015. Teknik yang digunakan adalah regresi berganda dengan persamaan uji asumsi klasik normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heterokedasitas untuk mendapatkan model estimasi linier yang tidak bias. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Dan Zakat Perbankan Syariah secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Sedangkan secara simultan, variabel Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah berpengaruh signifikan terhadap ROA sebesar 45.5%, sedangkan sisanya 54.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Kata Kunci: Bank Syariah Mandiri, Ukuran Perusahaan, Zakat Perbankan Syariah, *Return On Asset*

PENDAHULUAN

Perbankan yang mempunyai fungsi sebagai penghubung antara Spending Unit dan Defisit Unit menjadi salah satu solusi bagi masyarakat akan perkembangan ekonomi yang semakin modern seperti saat ini. Kebutuhan masyarakat akan pelayanan keuangan semakin baik dengan munculnya produk dan jasa layanan perbankan yang menjadi performance bank dalam menggambarkan institusi utama penyedia layanan keuangan. Hal tersebut menjadi peluang bank dalam meningkatkan pendapatan dari usaha tersebut dengan membuat dan menginovasi produk tersebut untuk mempermudah dan menjadi yang terbaik di tangan masyarakat.

Indonesia dengan masyarakat muslim terbanyak menjadi salah satu alasan akan kebutuhan terbentuknya Perbankan

yang berlandaskan prinsip islam yaitu dengan mempertimbangan kehalalan bertransaksi yang diridhai oleh Allah SWT. Berlakunya UU No.10 Tahun 1998 pasal 6 huruf m dan UU pembaharuan tentang perbankan syariah yaitu UU No. 21 Tahun 2008 (Bank Indonesia, 2008) menjadi tolak ukur perkembangan dan membuat pertumbuhan jumlah perbankan syariah semakin meningkat drastis dari tahun berdiri hingga sekarang. Berdasarkan sumber statistik perbankan syariah tahun 2014 Jumlah BUS 11, UUS 23 dan BPRS sebanyak 163. Hal tersebut menunjukkan bahwa total aset bank syariah berkembang sangat signifikan yang terjadi sejak berdirinya perbankan syariah tahun 1992 yaitu 1 BUS dan 9 BPRS. Salah satu yang lahir dan terus berkembang pasca krisis perekonomian adalah Bank Syariah Mandiri.

Latar Belakang

Perkembangan bank syariah tidak terlepas dari peningkatan aset yang ada dalam suatu bank tersebut, sehingga dapat terus mengembangkan bisnis ke depan dan lebih mandiri. Peningkatan aset perusahaan penting mengingat segala kegiatan perusahaan bersumber pada besarnya aset dan pengelolaan aset tersebut hingga dapat menghasilkan keuntungan. Menurut Rifai dan Arifati (2012) perusahaan dengan aset yang besar maka akan menggunakan sumber daya yang ada semaksimal mungkin untuk menghasilkan keuntungan usaha. Menurut Nugraheni dan Hapsoro (2007) jumlah aset sebuah perusahaan disebut dengan ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aset. Untuk menghindari selisih nilai yang ekstrim, ukuran perusahaan diukur menggunakan Logaritma Natural (Ln) Total Aset untuk menghindari adanya data yang tidak normal (Sartika, 2012).

Bank Indonesia (2008) Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pasal 4 ayat 2 dan 3 menjelaskan bahwa perbankan syariah juga mempunyai fungsi sosial. Pelaksanaan fungsi menurut Bank Indonesia (2008) UU No 21 Tahun 2008 salah satunya adalah zakat. Menurut Puspitasari (2014) Pengeluaran zakat yang merupakan kewajiban sosial entitas syariah akan meningkatkan citra perusahaan kepada masyarakat, sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan akan mempengaruhi tingkat profitabilitasnya. Pengeluaran zakat dilandaskan dalam surah At-Taubah: 103 yang berbunyi (Al hilali, 2012) :

“ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.

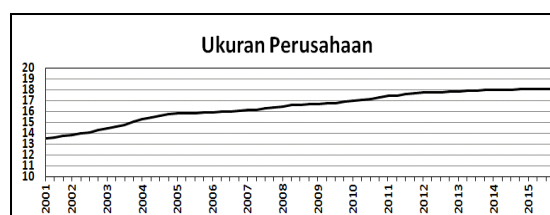
Keharusan dan keuntungan mengenai perlunya pengeluaran zakat dicantumkan dalam beberapa regulasi yang dikeluarkan

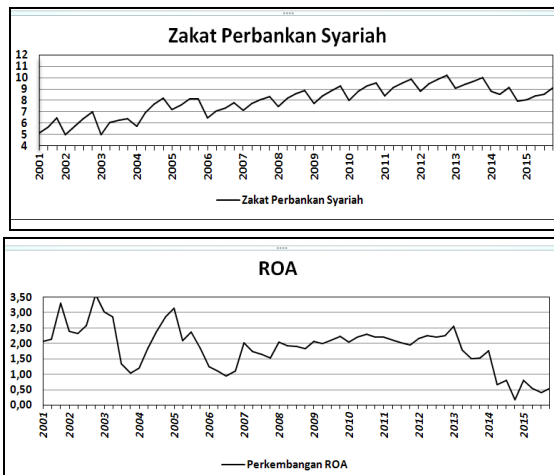
pemerintah diantaranya: Kementerian Agama (2011) UU No. 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Kementerian Keuangan (2000) UU No.36 Tahun 2000 Tentang Pajak Penghasilan, Kementerian Agama (2010) Peraturan Pemerintah (PP) No. 60 Tahun 2010 tentang zakat / sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib. Regulasi tersebut selain mengisyaratkan tentang keharusan, tetapi juga memberikan keuntungan bagi entitas syariah bahwa pengeluaran zakat. nilai zakat perusahaan adalah sama dengan nisab emas senilai 85gr emas, yaitu dengan kadar zakatnya sebesar 2,5% (Soemitra 2010). Lubis (2011) metode perhitungan zakat yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri adalah metode Syarikat Takaful Malaysia Sdn Berhad yang dihitung dari laba sebelum pajak x 2.5%.

Kaitannya dengan profit, hal tersebut sangat dianggap penting, karena dengan menilai kinerja manajemen tersebut bank syariah akan bisa mengevaluasi kinerja selama 1 periode yang ditentukan (Kasmir, 2010). Dan untuk mengukur manajemen dalam memperoleh laba menggunakan Return On Asset (Siama, 2005).

PERMASALAHAN

Dari pembahasan diatas terkait ukuran perusahaan, pengeluaran zakat dan rasio profitabilitas. Setelah melalui proses pengolahan data BSM tahun 2001-2015, terdapat fenomena yang berseberangan dengan teori yang dibahas sebelumnya. Yaitu peningkatan/penurunan ukuran perusahaan dan pengeluranan zakat yang tidak sejalan dengan peningkatan/penurunan *Return On Aset*. Fenomena tersebut dapat dilihat dalam gambar sebagai berikut:





Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya menunjukkan

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap *return on assets* di Bank Syariah Mandiri tahun 2001-2015.
2. Menganalisis pengaruh zakat perbankan syariah terhadap *return on*

TINJAUAN PUSTAKA

Ukuran Perusahaan

Menurut Rifai dan Arifati (2012) Ukuran perusahaan merupakan penetapan besar kecilnya suatu perusahaan dimana dilihat berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Artinya peningkatan / penurunan ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan melihat jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut yaitu dengan melihat tren perkembangannya. Total aset dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan (Sartika, 2012). Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data ukuran perusahaan perlu di Ln kan (Sartika, 2012:37). Variabel ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan (Size)} = \text{Ln Total}$$

perbedaan, menurut Prasanjana dan Ramantha (2013) mengungkapkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas, selain itu penelitian Fitri (2014) mengungkapkan bahwa Kinerja Zakat (ZR) berpengaruh negative terhadap ROA, artinya semakin besar ZR semakin kecil ROA. Berdasarkan fenomena dan *Research Gap* tersebut, membuat peneliti tertarik untuk mengkajinya dengan menuangkan dalam judul penelitian **”Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah Terhadap *Return On Aset*”**

assets di Bank Syariah Mandiri tahun 2001-2015.

3. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan dan zakat perbankan syariah terhadap *return on assets* di Bank Syariah Mandiri tahun 2001-2015

Zakat Perbankan Syariah

Zakat Perbankan Syariah adalah dana yang dikeluarkan bank syariah yang telah memenuhi *nisab* zakat yang bersumber dari hasil usaha. Salah satu metode lembaga keuangan syariah merumuskan standar zakat untuk institusi keuangan dengan menggunakan Metode Syarikat Takaful Malaysia (Rachmaniawati, 2012). Metode Syarikat Takaful Malaysia digunakan untuk menghitung besarnya kontribusi zakat yang dikeluarkan bank syariah apabila telah mencapai *nishab*. Zakat perbankan dilihat dari total laba sebelum pajak x 2.5%. Variabel ini dapat dinyatakan dengan rumus:

$$\text{Zakat Perbankan Syariah} = \text{Laba Sebelum Pajak} \times 2.5\%$$

Return On Asset (ROA)

Menurut Nurul (2010) ROA adalah rasio yang menunjukkan kemampuan bank menghasilkan laba dengan semua aset yang dimiliki oleh perusahaan. Artinya analisa dengan menggunakan ROA dipergunakan untuk menganalisa seberapa besar perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba melalui aset yang dimilikinya. Kriteria penilaian ROA menurut (Bank Indonesia, 2007) adalah Peringkat 1 = $ROA > 1,5\%$,

Peringkat 2 = $1,25\% < ROA < 1,5\%$,
 Peringkat 3 = $0,5\% < ROA < 1,25\%$,
 Peringkat 4 = $0\% < ROA < 0,5\%$, Peringkat
 5 = $ROA < 0\%$. Menurut Frianto (2012) ROA dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara laba sebelum pajak dan total aset, dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Metode Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, Zakat Perbankan Syariah terhadap *Return On Asset* Bank Syariah Mandiri sebagai variabel dependen. Data dalam penelitian ini akan diolah dengan *Statistical Package for the Sosial Science* versi 21 (SPSS 21). Populasi dalam penelitian ini adalah Bank Umum Syariah di Indonesia dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Syariah

Mandiri dengan laporan keuangan per triwulan periode Semester II Tahun 2001- Semester IV Tahun 2015. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini dengan menggunakan cara berikut yaitu : Dokumentasi, tinjauan referensi, dan observasi tidak langsung. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi liner berganda dengan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Autokorelasi, dan Uji Heterokedasita

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 9469 - 0.736\text{Ukuran Perusahaan} + 0.565\text{Zakat Perbankan Syariah}$$

Berdasarkan model persamaan regresi yang dihasilkan pada tabel di atas maka hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Persamaan regresi berganda diatas diketahui memiliki nilai konstanta (α) sebesar 9469; ini dapat diartikan bahwa apabila variabel-variabel independen (Ukuran Perusahaan & Zakat Perbankan Syariah) diasumsikan konstan, maka variabel dependen yaitu ROA nilainya sebesar 9469.
- Koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai sebesar - 0,736 dan bernilai negatif, ini dapat

diartikan bahwa setiap kenaikan Ukuran perusahaan sebesar 1 satuan, maka akan

Model	t	Sig
(Constant)	8,453	,000
Ukuran Perusahaan	-	,000
Zakat Perbankan Syariah	5,030	,000

menyebabkan penurunan ROA sebesar 0,736 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- Koefisien regresi variabel Zakat Perbankan Syariah memiliki nilai sebesar 0.565 dan bernilai positif, ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Zakat Perbankan Syariah sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan ROA sebesar 0.565 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap

Uji Hipotesis

Uji t

Berdasarkan tabel berikut, maka uji t dapat dianalisis sebagai berikut:

a. Pengujian hipotesis variabel Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel, hasil signifikan variabel Ukuran Perusahaan

Tabel 4.1 Hasil Uji t

Sumber: Data yang diolah

sebesar 0.000 yang berarti secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, sedangkan t hitung bernilai -6.615 yang berarti Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh negatif terhadap ROA. Pengujian lain dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Dengan tingkat signifikan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) sebesar 56 (df penyebut = $n-k-1$ berarti $59-3=56$) maka diperoleh t tabel sebesar 2,003. Nilai t hitung untuk variabel Ukuran Perusahaan sebesar -6.615, sehingga nilai t hitung < t tabel dan nilai hitung bernilai negatif, yang berarti secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap ROA. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan dari kedua jenis uji t diatas bahwa variabel Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan negatif terhadap variabel ROA, sehingga dapat dikatakan H_1 ditolak, H_0 Diterima.

b. Pengujian hipotesis variabel Zakat Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel, hasil signifikan variabel Zakat Perbankan Syariah sebesar 0.000 yang berarti secara parsial Zakat Perbankan Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, sedangkan t hitung bernilai 5.030 yang berarti Zakat perbankan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel ROA.

Pengujian lain dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Dengan tingkat signifikan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) sebesar 56 (df penyebut = $n-k-1$ berarti $59-3=56$) maka diperoleh t tabel sebesar 2,003. Nilai t hitung untuk variabel Zakat Perbankan Syariah sebesar 5.030, sehingga nilai t hitung > t tabel dan nilai hitung bernilai positif, yang berarti secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap ROA. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan dari kedua jenis uji t diatas bahwa variabel Zakat Perbankan Syariah mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel ROA, sehingga dapat dikatakan H_1 diterima, H_0 ditolak.

Uji F

Model	df	F	Sig.
Regressio n	2	23,399	,000 ^b
Residual	56		
Total	58		

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 23.399 dengan signifikansi sebesar 0.000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% (0,05), artinya variabel independen Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROA. Pengujian lain dilakukan dengan membandingkan f hitung dengan f tabel. Dengan tingkat signifikan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) untuk pembilang sebesar 2, dan derajat penyebutnya sebesar 56 (df penyebut = $n-k-1$ berarti $59-3=56$) maka diperoleh f tabel sebesar 2.769. Nilai f hitung untuk variabel Zakat Perbankan Syariah sebesar 23.399, sehingga nilai f hitung > t tabel, yang berarti secara simultan Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah berpengaruh

signifikan terhadap ROA. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap ROA, sehingga hipotesis yang diajukan (H1) diterima.

Koefisien Determinasi

Model	R Square
1	,455

Pada tabel diatas jmenunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0.455 atau 45.5%, hak tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah dapat menerangkan dan mempengaruhi variabel dependen yaitu *Return On Asets* sebesar 45.5%, sedangkan sisanya sebesar 54.5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam model regresi pada penelitian ini.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap ROA

Tidak berpengaruhnya Ukuran Perusahaan secara positif signifikan disebabkan karena jumlah aset yang yang tidak diikuti laba yang sejalan dengan hal tersebut akan mengakibatkan profitabilitas yang dihasilkan akan menurun, hal tersebut dikarenakan pemanfaatan aset yang kurang efektif sehingga laba yang dihasilkan juga rendah (Mayasari, 2012). Artinya permasalahan penurunan tersebut didapat dari pengelolaan aset yang kurang efektif dan efisien dalam memperoleh laba dan berpengaruh pada fluktuasi profitabilitas. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data ketidakkonsistenan laba BSM pada tahun 2001-2015 yang enunjukkan *trend* yang fluktuatif, sementara ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aset pada tahun 2001-2015 menunjukkan *trend* yang cenderung naik.

Pengaruh Zakat Perbankan Syariah terhadap ROA

Berpengaruhnya Zakat Perbankan Syariah secara positif signifikan disebabkan karena pengeluaran zakat akan meningkatkan citra bank syariah di masyarakat karena bank syariah mempunyai kinerja sosial yang baik yang ditunjukan melalui penyaluran zakat kepada masyarakat, Hal tersebut menyebabkan banyak masyarakat yang tertarik menggunakan produk dan jasa bank syariah, tentu hal tersebut akan meningkatkan dana pihak ketiga dan pembiayaan yang disalurkan. Apabila hal ini terjadi terus menerus akan mempengaruhi profitabilitas (Puspasari, 2014). Penelitian ini juga berhasil mendukung dan membuktikan ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur'an Q.S Ar-Ruum 39 yang menjelaskan bahwa zakat membersihkan dan mengembangkan harta. Berikut Q.S Ar-Ruum 39 (Al-hilali, 2012) :

“dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya)”.

Selain itu, hasil penelitian ini juga membuktikan penjelasan ayat yang terdapat pada Q.S Al-Baqarah : 261 mengenai balasan bagi orang-orang yang mengeluarkan zakat (Al-Hilali, 2012).

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa yang ia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi maha mengetahui”.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab

4 (empat), maka dapat di beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin naiknya Ukuran Perusahaan, akan diiringi dengan menurunnya kemampuan memperoleh laba. Fenomena itu disebabkan karena total aset yang selalu naik dibarengi dengan naiknya rasio pembiayaan bermasalah yang mempengaruhi kualitas pembiayaan BSM, sehingga hal tersebut akan menimbulkan pengaruh berbanding terbalik bagi BSM dalam memperoleh laba.
2. Zakat Perbankan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap ROA. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin naiknya pengeluaran zakat BSM, akan diiringi dengan meningkatnya kemampuan BSM memperoleh laba. Fenomena itu disebabkan karena pengeluaran zakat BSM menyebabkan citra BSM sebagai entitas syariah semakin baik melalui implementasi kinerja sosialnya, hal tersebut menyebabkan banyak masyarakat yang tertarik menggunakan produk dan jasa BSM, sehingga akan meningkatkan dana pihak ketiga dan penyaluran dana BSM. Dengan begitu, BSM terus lebih mempunyai kemampuan dalam memperoleh laba.
3. Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap ROA pada BSM. Hal tersebut menandakan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah secara simultan atau bersama-sama akan berpengaruh pada ROA BSM. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Zakat Perbankan Syariah secara bersama-sama yaitu sebesar 45.5% .

SARAN

Sebagaimana hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi BSM, disarankan untuk meningkatkan manajemen aset yang ada untuk menjaga efektivitas dan efisiensi, sehingga hal tersebut akan menunjang BSM memperoleh laba seiring dengan peningkatan ukuran perusahaannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti hal-hal yang terkait dengan pengelolaan aset di BSM, mengingat pengelolaan aset sangat mempengaruhi kinerja keuangan bank. Hal ini didasari oleh pertimbangan pengelolaan yang baik akan mengakibatkan aset bisa dimaksimalkan untuk memperoleh laba, sehingga semakin besar aset perusahaan tersebut, akan menjamin bahwa perolehan laba sejalan dengan itu.

Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel lain yang ada kaitannya dengan kinerja keuangan, mengingat penambahan variabel tersebut akan lebih memperluas cakupan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ROA. Penelitian berikutnya juga diharapkan dapat menambah objek Bank Umum Syariah (BUS) selain BSM untuk menggambarkan pengaruh ukuran perusahaan dan zakat perbankan syariah yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Hilali. 2012, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, CV. Alfatih Berkah Cipta, Banten.
- [2] Bank Indonesia, 2008. *Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. www.bi.go.id

- [3] Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan keenam, PT Raja GrafindoPersada, Jakarta.
- [4] Kementerian Agama Republik Indonesia, *Undang-Undang No.23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat*. www.kemenag.go.id
- [5] Kementerian Keuangan Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 36 Tahun 2000 Tentang Pajak Penghasilan*. www.kemenkeu.go.id
- [6] Lubis, Paida Hafni. 2011. *Evaluasi Perhitungan Zakat atas Penghasilan Usaha Pada Lembaga-Lembaga Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia dan PT. Bank Syariah Mandiri 2009)*. Universitas Sumatera Utara, Medan
- [7] Nurul, Ahmad. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [8] Puspitarasari, Rosana. 2014. *Pengaruh Kinerja Sosial Terhadap Profitabilitas Bank Syariah*, JESTT Vol 1, Juli 2014, Universitas Airlangga.
- [9] Rifai, Moh , Rina Arifati, dan Maria Magdalena. 2012. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2010-2012*. Jurnal, Universitas Pandanarang, Semarang.
- [10] Sartika, Dewi. 2012. *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kecukupan Modal, Kualitas Aktiva Produktif, Dan Likuiditas terhadap Return On Asset (ROA) (Studi Kasus Pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2006-2010)*, Skripsi, Makassar: Universitas Hasanuddin.
- [11] Soemitra, Andi. 2010. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Cetakan Kedua. Kencana., Jakarta.

PEMODELAN OLIMPIADE AKUNTANSI NASIONAL DI JURUSAN AKUNTANSI – POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Rodiana Listiawati¹, Cathryna R. B. Simangunsong², Rahmanita Vidyasari³

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jl Prof Dr GA Siwabessy, Kukusan, Depok,
Jawa Barat, 16425

rodianalistiawati@yahoo.com,

Abstrak

Olimpiade Akuntansi dan Pasar Modal (OAPM) yang telah diselenggarakan selama 16 tahun banyak memiliki kelemahan yang fatal. Oleh karena itu, meskipun sumber bacaan ataupun contoh kasus pembuatan model olimpiade akuntansi belum pernah ada, namun untuk mengatasi kelemahan yang fatal dari OAPM, sudah saatnya untuk segera dibangun sebuah model Olimpiade Akuntansi Nasional (OAN) yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian agar olimpiade yang dilakukan oleh HMJA setiap tahun tersebut dapat dilakukan dengan benar sebagaimana seharusnya dengan target peserta siswa SMA dan SMK yang mewakili seluruh Indonesia. Pada penelitian ini lebih dahulu dilakukan analisis dan penetapan unsur unsur apa saja yang diperlukan dalam sebuah organisasi pengelola dan/atau penyelenggara sebuah olimpiade pengetahuan termasuk OAN. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*) yang pengkajiannya dilakukan secara eksploratif. Penelitian ini memerlukan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan Ketua HMJA dan ketua panitia OAPM pada periode lalu dan sekarang. Sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan olimpiade sains lainnya serta analisis terhadap beberapa wujud organisasi olimpiade sains melalui situs untuk menentukan unsur apa saja yang harus ada pada organisasi pengelola serta panitia olimpiade akuntansi.

Kata kunci : *model, pemodelan dan olimpiade*

PENDAHULUAN

Olimpiade Akuntansi dan Pasar Modal (OAPM) di Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) yang telah diselenggarakan selama 16 tahun di PNJ banyak memiliki kelemahan yang fatal. Oleh karena itu harus dibangun sebuah model Olimpiade Akuntansi Nasional (OAN) yang murni berkaitan dengan akuntansi tanpa unsur pasar modal dengan target peserta siswa SMA dan SMK yang mewakili seluruh target siswa baik secara demografis maupun kualitas di Indonesia yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Pembuatan model ini

dimulai dari penelitian ilmiah untuk menentukan unsur unsur yang diperlukan dalam sebuah organisasi pengelola dan/atau penyelenggara agar olimpiade yang dilakukan oleh HMJA setiap tahun tersebut dapat dilakukan dengan benar sebagaimana seharusnya; olimpiade tersebut tidak dapat dikelola oleh mahasiswa, mereka hanya dapat dilibatkan dalam pelaksanaan /penyelenggaraannya saja.

RUMUSAN MASALAH

Kelemahan OAPM akan diuraikan pada bagian ini. OAPM bukanlah murni olimpiade akuntansi namun termasuk juga pasar modal yang keduanya merupakan hal yang berbeda. Hal ini dapat menyebabkan OAPM kehilangan daya tarik bagi pelomba atau siswa yang suka bertanding ilmu akuntansi. Hal ini terjadi pada International Olympiads of Informatics (IOI) yang sedianya dimaksudkan sebagai ajang pertandingan di dalam disiplin ilmu komputer (Verhoef, 2005), namun seiring berlalunya waktu banyak terjadi perubahan yang membuat ajang perlombaan tersebut tidak murni lagi mempertandingkan ilmu komputer. Sepanjang penulis mendampingi panitia pada hampir seumur OAPM itu sendiri OAPM tidak pernah mencapai sasaran yang diimpikan oleh panitia, yaitu peserta yang hadir mewakili siswa SMA dan SMK dari seluruh Indonesia, penetapan sasaran sering tidak jelas, penulis yang dari tahun ke tahun selalu diminta oleh panitia untuk menjadi pembina informal dan salah seorang anggota dewan juri (tidak pernah terdapat pembina formal melalui Surat Keputusan/SK penugasan) pada saat menjuri sering menyaksikan sendiri terjadinya kesalahan fatal pada soal yang berdampak pada kesalahan pada kunci jawaban. Hal ini membuat penulis ketika menjuri harus terus menerus memperhatikan kewajaran soal serta kebenaran kunci jawaban, jika tidak demikian keputusan apakah setiap jawaban peserta olimpiade benar atau salah yang diambil oleh penulis sebagai juri bisa salah, yang benar bisa diputuskan salah serta sebaliknya. Kelemahan lain adalah, bahwa tanpa disengaja dan tanpa berniat buruk, namun hanya oleh ketidak-pahaman semata, panitia tidak sepenuhnya memanfaatkan penulis untuk membina mereka terutama dalam pembuatan soal. Hal lain yang menjadi kelemahan OAPM adalah tidak terjaminnya sistem kerahasiaan soal, penentuan juri atas soal dan kasus yang

diberikan di olimpiade tidak pernah disesuaikan dengan kepakarannya, pembuatan beberapa soal sering dilakukan sendiri oleh panitia yang adalah hanya mahasiswa yang sudah jelas dan pasti tidak memiliki kualitas dan kompetensi yang layak sebagai pembuat soal serta sistem yang terbentuk tidak menurunkan pengalaman dan pengetahuan dalam kepanitiaan oleh panitia sebelumnya ke panitia yang baru di tahun berikutnya sehingga panitia yang baru hampir selalu bekerja dimulai dari awal hampir pada setiap aspeknya, misalnya bahwa HMJA tidak memiliki bank soal yang dibuat oleh pihak yang memiliki kompetensi akuntansi yang tentunya adalah para dosen sesuai dengan kompetensinya masing-masing. Selain itu penyelenggara yang hanya mahasiswa yang pada umumnya berkuliah di tahun ke dua yang jauh dari berpengalaman juga merupakan faktor penyebab OAPM tidak menjadi sebuah ajang olimpiade Akuntansi yang diminati sekolah sekolah yang mewakili seluruh Indonesia baik dari segi demografis maupun ranking atau kualitas sekolah.

TINJAUAN PUSTAKA

Sebuah teori model kompetisi (*competition model*) yang sudah cukup tua yang diuraikan oleh Bates dan MacWhinney (1998) dua orang ahli atau pakar yang berkaitan dengan ilmu bahasa (bukan akuntansi) mengatakan bahwa sebuah model kompetisi adalah sebuah kerangka kerja (*framework*) yang sifatnya kompak (*unified*) yang dirancang untuk menangkap fakta mengenai pemahaman, produksi dan akuisisi bahasa oleh manusia nyata di berbagai jenis bahasa yang berbeda baik secara kualitatif maupun kuantitatif yang berada di seputar kompetensi (*competence*) dan kinerja (*performance*). Mereka mengatakan bahwa kompetisi adalah sebuah model bukan teori. Meskipun model kompetisi bersifat *unified*, namun tidak ada yang dapat menyalahkan atau menidak-benarkan kerangka tersebut di

dalam eksperimen apapun bentuknya. Namun sebuah model harus dievaluasi dalam hal (1) konsistensi yang wajar dalam hal pembentukan kekompakan (koordinasi) yang menyeluruh, (2) nilai heuristisnya, sebuah nilai yang dapat memampukan seseorang untuk menemukan atau belajar tentang sesuatu dalam menginspirasi penelitian selanjutnya dan (3) hal kinerja dibandingkan dengan kompetisi. Mereka juga mengatakan bahwa semua komponen dari sebuah model harus diuji satu per satu dan jika tidak sesuai dengan prediksi dilakukan modifikasi dan sebuah model dibentuk lagi. Konsep baru ini tentunya dibuat untuk menyelamatkan konsep yang lama. Konsep ini juga akan terus menerus dikembangkan dan digunakan pada penelitian penelitian selanjutnya.

Peneliti tidak menemukan penelitian terdahulu yang mirip dengan penelitian terapan pembuatan model olimpiade ini. Dari beberapa situs penyelenggaraan Akuntansi di Amerika, Canada dan Afrika Selatan, olimpiade tidak diselenggarakan oleh mahasiswa namun sudah diselenggarakan oleh pihak yang memiliki kompetensi Akuntansi yang sangat baik, yaitu para akuntan dari ikatan atau asosiasi dan akuntan pendidik dari universitas di negara negara tersebut (AICPA 2015, SAICA 2016, SAICA 2014, TAC 2016). Penyelenggaraannya sudah sangat profesional, bahkan dewan juri cukup banyak dengan latar belakang kepakaran yang berbeda beda yang tentunya dimaksudkan agar soal soal ujian diuji oleh para juri yang pakar di bidang yang diuji (AICPA 2015). Banyaknya dewan juri dengan kepakaran yang berbeda beda ini juga menunjukkan bahwa soal ujian yang dibuat sangat representatif yang mewakili semua mata kuliah yang ada di Akuntansi. Peneliti dapat menganalisis serta melakukan perbandingan antara situs yang satu dan lainnya untuk mendapatkan gambaran mengenai unsur unsur apa yang diperlukan

dalam pengelolaan dan/atau penyelenggaraan olimpiade akuntansi secara profesional. Organisasi pengelola dan/atau penyelenggara olimpiade akuntansi yang sedang diteliti ini nantinya diharapkan dapat juga bersifat spektakuler seperti yang dilakukan oleh beberapa organisasi pengelola dan/atau penyelenggara olimpiade/perlombaan ilmu pengetahuan di negara maju dengan dikelola dan/atau diselenggarakan oleh ikatan akuntan dan para pengajar di PNJ.

Terlihat bahwa penyelenggaraan olimpiade akuntansi oleh SAICA bahkan di sekolah menengah atas (bukan di universitas) yang baru diselenggarakan pertama sekali di sebuah sekolah dalam rangka merayakan ulang tahun ke 30 sekolah tersebut di Capetown, Afrika Selatan, keseluruhannya diprakarsai dan dikelola oleh seorang guru Akuntansi di negara tersebut (Spine Road High School 2014). Namun demikian sekolah tersebut tetap menggandeng para akuntan dari salah satu dari empat kantor akuntan terbesar di dunia, yaitu KPMG (Klynveld Peat Marwick Goerdeler). Pada situs SAICA terlihat di sebelah kanan bawah, begitu calon peserta membuka tautan SAICA langsung muncul tombol "hubungi kami". Link ini menyiapkan banyak sub-link yang berisikan semua informasi yang diperlukan dan dapat diunggah oleh peserta mulai dari panduan belajar, para pemenang pada periode lalu baik di tingkat regional maupun nasional, lembar pendaftaran, kode etik pertandingan serta soal soal pada periode lalu pada setiap babak yang dapat dipelajari oleh peserta (South Africans Institute of Chartered Accountants, 2014). Sebuah contoh olimpiade akuntansi yang lain yang sangat baik, spektakuler dan diselenggarakan oleh ikatan akuntan yang bahkan sudah terkenal didunia, yaitu yang diselenggarakan oleh American Institute of Certified Public Accountants menunjukkan bahwa dewan juri sekalipun dibuat berbeda di setiap tahapan ujian, selain itu dewan juri berjumlah sekitar

30 orang pada putaran pertama kemudian sepuluh pada putaran semi final dan final (AICPA 2015). Model ini serta dua model lainnya seperti yang telah disebutkan diatas, dapat dijadikan rujukan oleh penulis. Apalagi olimpiade di tingkat pendidikan tinggi, selayaknya dikelola oleh para pengajar akuntansi atau ikatan akuntan atau kolaborasi keduanya.

Namun demikian, terdapat beberapa hasil penelitian yang pada umumnya mengenai olimpiade matematika, sains dan teknologi yang sebagian telah diutarakan pada bagian pendahuluan; juga penelitian tersebut bukan mengenai pembuatan model olimpiade. Seorang peneliti lain yang mengidentifikasi aspek format pertandingan komputasi, bukan model olimpiade (Cormack et al, ...). Di sini peneliti harus membuat model lebih dahulu oleh karena tantangan yang sangat berat yang dihadapi oleh para anggota panitia, pembina serta dewan juri yang diakibatkan oleh kelemahan format olimpiade akuntansi yang selama ini ada di PNJ. Perlombaan Akuntansi yang dilakukan bahkan oleh universitas besar dan terkenal di Indonesia seperti Universitas Gadjah Mada masih diselenggarakan oleh ikatan mahasiswa yang tidak memiliki kepakaran Akuntansi yang benar (IMAGAMA 2016). Perlombaan lain, yaitu Ekonomi, di Universitas Indonesia juga dilakukan oleh mahasiswa - BEM – Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM FEB UI 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, unsur yang akan dibahas adalah yang berkaitan dengan perencanaan, sedangkan unsur yang berkaitan dengan pelaksanaan dan pengendalian akan dibahas pada penelitian selanjutnya.

Penilaian Mahasiswa yang Menjabat Sebagai Ketua Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi (HMJA) dan Tim Pembuat Soal pada Olimpiade Akuntansi

dan Pasar Modal (OAPM) pada Periode Lalu dan Sekarang

Informasi yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh para mahasiswa yang menjabat pada posisi Ketua HMJA serta tim pembuat soal pada panitia penyelenggara OAPM pada periode lalu dan sekarang (terlampir) menunjukkan bahwa mereka sendiri memiliki pengetahuan yang sangat jauh dari sewajarnya berkaitan dengan unsur apa yang diperlukan pada sebuah pengelola dan/atau penyelenggara olimpiade akuntansi. Hal ini pada waktu bersamaan membuktikan bahwa baik pembangunan maupun pengembangan sebuah organisasi pengelola dan/atau penyelenggara olimpiade ilmiah haruslah dilakukan berdasarkan pengkajian ilmiah secara berkesinambungan.

Unsur yang Diperlukan pada Olimpiade Akuntansi

Tujuan OAN

Bagian ini merangkum apa yang sewajarnya menjadi tujuan dari Olimpiade Akuntansi Nasional (OAN) serta bagaimana organisasi ini dipromosikan di Indonesia. Olimpiade akuntansi memainkan peran penting dalam pengenalan Akuntansi, khususnya konsep dan teori yang berkaitan dengan penyelesaian sebuah siklus akuntansi di sekolah menengah. Konsep dan teori adalah yang paling penting harus dipahami dengan benar oleh siswa sekolah menengah terutama jika mereka ingin melanjutkan study di jurusan akuntansi dari sebuah perguruan tinggi. Hal ini terutama disebabkan oleh, berdasarkan pengalaman peneliti selama hampir dua puluh tahun membina dan menjuri pada perlombaan akuntansi untuk sekolah menengah yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Akuntansi (HMJA) serta berdasarkan pengalaman mengajar mahasiswa jurusan

akuntansi di Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) yang berasal dari sekolah menengah kejuruan akuntansi dan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) di semester pertama, bahwa mereka lebih kepada menghafal

namun bukannya memahamii teori dan konsepnya. Lebih ironisnya lagi adalah bahwa mendidik mahasiswa yang berasal dari sekolah menengah kejuruan akuntansi dan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) jauh lebih sulit jika dibandingkan dengan mahasiswa yang berasal dari jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), pola pikir yang salah telah mengakar dan sulit dicabut. OAN diharapkan dapat membantu perubahan secara total. Oleh karena itu, tujuan penyelenggaraan olimpiade akuntansi harus ditetapkan dengan cermat dan diterapkan dalam proses perlombaan.

OAN dapat merangsang minat untuk akuntansi pada siswa dan guru sekaligus mempromosikan dan mempopulerkan akuntansi pada sekolah menengah.

Siswa berbakat dan guru dipertemukan secara bersama-sama dengan cara pandang dan tujuan yang sama. Olimpiade Akuntansi Nasional mendorong promosi perlombaan di sekolah dan kolaborasi antara beberapa lembaga (sekolah, universitas, asosiasi dan kementerian). Oleh karena itu olimpiade tersebut merupakan sebuah cara untuk mengidentifikasi siswa berbakat.

Semua bahan bahan yang berkaitan dengan pendidikan diproduksi untuk olimpiade terutama tugas tugas yang didampingi solusi, silabus, pelatihan, materi atau buku panduan, dapat digunakan untuk memotivasi para guru untuk memulai kegiatan yang berkaitan dengan akuntansi di sekolah mereka.

Akhirnya, tujuan yang paling jelas adalah untuk menemukan murid berbakat yang akan menjadi bagian dari delegasi

olimpiade akuntansi nasional dan akan berhasil dalam membawa pulang medali dari kompetisi.

Perancangan dan penerapan sebuah sistem perlombaan akuntansi harus mengkomodir pencapaian tujuan diatas.

Aktivitas Promosi

Mengorganisir sebuah perlombaan nasional dan mempromosikannya di kalangan guru bukanlah tugas yang mudah. Konsekuensi langsung dari gagalnya promosi adalah tingkat partisipasi kontestan yang rendah di OAN. Berikut ini dijelaskan beberapa penyebabnya.

1. Tanggung jawab penyelenggara untuk sekolah tidak selalu berada pada tingkat negara, yang membuat OAN sulit untuk dipromosikan.

2. Dimungkinkan tidak terdapatnya organisasi penyelenggara olimpiade yang terpusat, yang membuat sulit bagi para guru di sekolah-sekolah untuk memutuskan organisasi penyelenggara mana untuk direkomendasikan kepada siswa mereka. Memang, pasar penyelenggara cukup besar oleh karena OAN bukanlah satu satunya penyelenggara, bahkan yang bergengsi sampai saat ini yang sudah cukup tua usianya dan diselenggarakan oleh Perguruan Tinggi Negeri (PTN) juga cukup banyak.

3. Akuntansi bukanlah mata pelajaran yang mudah, akibatnya sulit untuk menarik peserta. Guru yang memiliki pengetahuan memadai juga tidak banyak. Kedua hal ini membuat tingkat pendidikan akuntansi di sekolah sangat rendah.

4. Masalah keuangan juga dapat timbul di beberapa daerah, sehingga calon kontestan meskipun berbakat akhirnya dapat tidak mendaftarkan diri mereka pada OAN, terutama jika pemerintah daerah mereka juga tidak mendukung dalam hal tidak memberikan kontribusi.

Konsekuensi langsung dari isu-isu tersebut diatas adalah bahwa beberapa kandidat berbakat potensial mungkin melewatkan

kesempatan untuk berpartisipasi dalam perlombaan termasuk OAN hanya karena mereka tidak menyadari adanya olimpiade akuntansi.

Dengan semua kelemahan diatas, pengelola olimpiade harus melakukan pemetaan agar diperoleh keputusan yang tepat dalam melakukan strategi promosi.

Pengelolaan

Tergantung pada negara atau pihak yang membentuk olimpiade akuntansi nasional, hak cipta sistem perlombaan pada OAN yang akan terus menerus disempurnakan yang dimulai pada penelitian ini berada pada peneliti, namun dalam jangka panjang memiliki semua alternatif pengelolaan dan kepanitian sebagai penyelenggara.

Proses Seleksi

Alternatif proses seleksi untuk delegasi OAN bervariasi namun unsur unsur kunci harus ada didalamnya. Alternatif yang saat ini dipilih oleh OAN adalah yang proses seleksinya terdiri dari dua putaran setelah proses pendaftaran yang dilakukan secara online; keduanya tertulis (*pen-and-paper rounds*).

Sistem Penilaian

Panduan bagi sistem penilaianpun harus dibuat di tingkat pengelola sehingga setiap panitia di setiap tahun dapat menggunakannya. Pengembangan sistem penilaian sesuai dengan pengembangan yang dilakukan pada setiap penelitian terhadap OAN hanya dapat dilakukan oleh pengelola boleh juga berdasarkan saran yang diberikan oleh panitia. Semua tim yang berpartisipasi dan bersaing menurut aturan harus dinilai dan diberikan peringkat. Tim yang tidak memenuhi seluruh persyaratan dalam aturan acara akan diizinkan untuk bersaing jika memungkinkan dan harus dinilai dan

diberikan peringkat dibawah tim yang memenuhi semua spesifikasi peringkat.

Camp Pelatihan

Camp pelatihan dapat diselenggarakan bagi tim yang sponsornya bersedia membayar tambahan biaya selain dari pendaftaran. *Camp* ini berlangsung dari beberapa hari sampai beberapa minggu dan terutama diselenggarakan pada saat proses seleksi selesai namun sebelum pertandingan dimulai. *Camp* ini dapat juga didedikasikan untuk para kontestan terbaik dari OAN untuk membantu dalam pemilihan delegasi internasional.

Keseluruhan unsur unsur diatas harus dipertimbangkan dalam pembangunan dan pemeliharaan organisasi pengelola dan/atau penyelenggara olimpiade akuntansi dan ilmu pengetahuan lainnya termasuk OAN baik yang bersifat strategis maupun taktis secara berkesinambungan.

KESIMPULAN dan SARAN

Kesimpulan

Kerangka sebuah model olimpiade yang murni mempertandingkan pengetahuan akuntansi dan layak sebagai sebuah ajang mempertandingkan ilmu pengetahuan dengan nama Olimpiade Akuntansi Nasional sudah terlihat dengan lebih sempurna dan jelas.

Saran

Berdasarkan kerangka yang sudah dibangun melalui penelitian ini, pembangunan manajemen olimpiade yang murni mempertandingkan akuntansi sudah dapat dimulai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Diucapkan terima kasih kepada pemberi dana penelitian ini, DIPA Politeknik Negeri Jakarta dan Politeknik Negeri Jakarta sebagai penyalurnya yang telah membantu proses penyelesaian penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] American Institute of Certified Public Accountants (AICPA), 2015, *2015 AICPA Accounting Competition*, viewed 8 April 2016, <https://competition.thiswaytocpa.com/>
- [2] BEM FEB UI, 2016, *Kompek 18 Evolve*, viewed 15 April 2016, <http://kompek-febui.com/>
- [3] Cormack, G, ..., Structure, Scoring and Purpose of Computing Competition, viewed 10 April 2015, https://www.bwinf.de/competition-workshop/Submissions/11_Cormack+.pdf
- [4] Ikatan Mahasiswa Akuntansi Gadjah Mada (IMAGAMA), 2016, *National Accounting Olympiad*, viewed 15 April 2016, <http://gmad.feb.ugm.ac.id/assets/boolektaofix.pdf>
- [5] South Africans Institute of Chartered Accountants (SAICA), 2014, *National Accounting Olympiad 2014*, viewed 7 April 2016, <http://www.saipa.co.za/page/212626/national-accounting-olympiad-2014>
- [6] South Africans Institute of Chartered Accountants (SAICA), 2016, *2016 Accounting Olympiad*, viewed 7 April 2016, http://ezines.pastel.co.za/HTMLs/January_2016/SageOne_Workshop_Invite_2016/documents/SageOne_SAICA_Olympiad_EntryForm_LearnerCapture_Electronic.pdf
- [7] Spine Road High School, 2014, *Celebrating 30 Years, Spine Road High School Will be Hosting the First Accounting Olympiad*, viewed 15 April 2016, <http://www.spineroadhighschool.co.za/accountancyolympaid.pdf>
- [8] Telfer Accounting Club (TAC), 2016, *The Sprott Telfer Accounting Competition*, viewed 4 April 2016, <http://accountingclub.ca/events/stac/>
- [9] Verhoeff, T, ..., *The Role of Competitions in Educations*, viewed 5 April 2016, <http://olympiads.win.tue.nl/oi/oi97/ffu/twrd/competit.pdf>
- [10] Verhoeff, T, 2005, *The IOI Is (Not) a Science Olympiad*, viewed 5 April 2016, https://www.bwinf.de/competition-workshop/Submissions/14_Verhoeff

TINGKAT LEVERAGE DAN STOCK RETURN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDONESIA

Trioksa Siahaan

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

Abstrak

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

Key word: *Leverage, manufacture company, stock return*

PENDAHULUAN

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

Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu pasar yang sedang berkembang (emerging market) memiliki potensi pertumbuhan yang cukup baik karena didukung dengan jumlah penduduk yang tergolong besar (+/- 250 juta penduduk). Pasar di Indonesia yang tergolong berkembang ini tentunya sangat membutuhkan pembiayaan dari eksternal dalam melakukan kegiatan usahanya karena dorongan ekspansi dan

tingkat kompetisi membuat perusahaan membutuhkan modal dari pihak luar untuk membantu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. Semakin tinggi utang maka tingkat risiko perusahaan juga akan semakin tinggi dikarenakan beban bunga dan pengembalian pokok juga akan semakin tinggi. Penelitian ini ingin menguji apakah tingkat utang yang tinggi akan berpengaruh pada pergerakan harga saham perusahaan. Rasio untuk mengukur risiko utang diwakilkan dengan rasio utang dibagi modal atau biasa disebut dengan leverage. Selain menggunakan leverage perusahaan sebagai variabel utama untuk menguji hubungannya dengan stock return.

Tujuan

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

Permasalahan

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

Tinjauan Pustaka

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

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

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

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

suatu perusahaan maka akan semakin berisiko perusahaan tersebut.

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

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

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

Proporsi II dari teori MM memberikan pengertian bahwa cost of equity capital merupakan variabel cost of capital yang konstan ditambah dengan risk premium. Hubungan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

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

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

Re = required rate of return terhadap equity

Rd = required rate of return dari debt

Ra = required rate of return dari perusahaan

Tc = corporate tax

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

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

Metode Penelitian

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

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

2. Model 2: Pengujian akan dilakukan untuk melihat hubungan antara delta leverage, dan delta leverage kuadrat dengan stock return.

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

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah abnormal stock return. Variabel untuk menghitung abnormal stock return antara lain : return individual, expected return, tingkat return pasar, tingkat bunga bebas risiko, dan beta saham. Leverage merupakan variabel

independen utama dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh saham perusahaan manufaktur yang go public di Bursa Efek Indonesia dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan didapatkan 38 sampel. Pada uji ini akan dilakukan tiga pengujian yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi

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

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

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

Fungsi regresi dalam penelitian ini dimodelkan sebagai berikut:

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

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

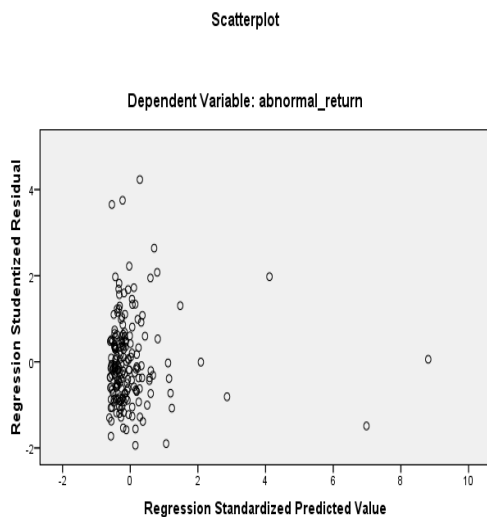
PEMBAHASAN

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

sehingga variabel tersebut tidak memiliki persoalan multikolinearitas.

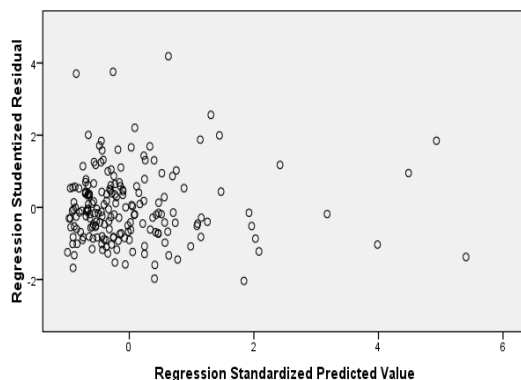
Pada grafik 1 terlihat sebaran titik pada diagram pencar untuk model 1 tidak beraturan. Kondisi ini menunjukkan tidak terdapat persoalan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi dapat terus untuk dilanjutkan.

Grafik 1
Heteroskedastisitas pada model 1



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

Grafik 2
Heteroskedastisitas pada model kedua



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

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

Hasil Uji Regresi

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

Tabel 1 Analisis Korelasi Ganda dan Determinasi pada model 1

Model	Adjusted R Square
1	0,226

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

Tabel 2 Analisis Korelasi Ganda dan Determinasi pada model 2

Model	Adjusted R Square
1	0,250

Hasil dari pengujian atas kedua model di atas juga menunjukkan nilai *adjusted r square* pada model 2 lebih besar dibanding pada model 1 yang berarti model 2 terlihat

lebih baik untuk menjelaskan hubungan antara *leverage* dan *return* dibanding model 1

Hasil uji *F* pada model 1 dengan tingkat signifikansi alfa sebesar 1%, menunjukkan nilai probabilitas (*sig.*) sebesar 0,000. Dengan menggunakan α sebesar 0.01, terlihat terdapat hubungan yang signifikan positif antara seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap *return* saham seperti terlihat pada tabel 3

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

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

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

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

Tabel 5 Uji *t* pada Model 1

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

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

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

Untuk model ke-2, hasil uji *t* (*1-tailed*) menunjukkan nilai probabilitas (*sig.*) dari delta *leverage* sebesar 0,003; delta *leverage*² sebesar 0,076; *size* sebesar 0,079; *beta* sebesar 0,000 dan *bmv* sebesar 0,003. Dari hasil uji tersebut terlihat variabel delta *leverage* dan delta *leverage*² menunjukkan pengaruh yang signifikan negatif terhadap *return* sementara variabel *size*, *beta*, dan *bmv* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap *return*.

Berdasarkan pengembangan hipotesis diduga terdapat hubungan non linier antara *leverage* dan *return* saham yang berarti diduga koefisien variabel delta *leverage* bertanda positif dan koefisien variabel delta *leverage square* bertanda negative, sedangkan hasil pengujian menunjukkan delta *leverage* dan delta *leverage square* berpengaruh negatif terhadap *return* saham. Ini juga menunjukkan hipotesis tidak diterima. Tidak terbukti ada hubungan non linier antara *leverage* dan *return* saham, yaitu *leverage* pada tingkat yang relatif rendah akan meningkatkan *return* saham

tetapi apabila *leverage* meningkat sampai tingkat tertentu justru akan menurunkan *return* saham. Hubungan negatif tersebut menunjukkan secara umum pasar bereaksi negatif terhadap peningkatan *leverage* yang terjadi di perusahaan.

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

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

Tabel 6 Uji t pada Model 2

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

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

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

model yaitu model pertama menggunakan ukuran besaran *leverage* untuk menjelaskan *return* saham dan model kedua menggunakan perubahan dari *leverage* untuk menjelaskan *return* saham.

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

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

Simpulan

Hasil penelitian pada model 1 dan model 2 menunjukkan, secara bersama-sama seluruh variabel independen terlihat signifikan mempengaruhi *return* saham. Namun hasil pengujian secara parsial menunjukkan pada model 1, variabel *leverage* dan *leverage* kuadrat terlihat tidak memiliki hubungan yang signifikan

terhadap *return* saham sementara pada model 2, terlihat variabel delta *leverage* dan delta *leverage square* memiliki hubungan yang negatif signifikan dengan *return* saham. Penelitian ini tidak berhasil menunjukkan adanya hubungan non linier antara *leverage* dan *return*, yaitu tidak berhasil membuktikan bahwa *leverage* pada tingkat yang relatif rendah akan meningkatkan *return* saham tetapi apabila *leverage* meningkat sampai tingkat tertentu justru akan menurunkan *return* saham. Variabel yang sangat kuat untuk menjelaskan *return* saham perusahaan manufaktur di Indonesia adalah variabel delta *leverag*.

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

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya adalah jumlah sampel perusahaan yang diikuti dalam penelitian ini tergolong kecil dimana penelitian ini hanya menggunakan 38 sampel perusahaan dari 155 populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar per tahun 2003. Periode penelitian ini juga tergolong pendek yaitu hanya 5 tahun. Sementara penelitian di luar negeri terutama yang dilakukan atas saham

perusahaan yang terdaftar di bursa saham di Amerika umumnya melibatkan lebih dari 1000 sampel perusahaan dengan periode lebih dari 10 tahun.

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

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bahl, Bhavna, (2006), Testing the Fama and French Three Factor-Model and its variant for the Indian stock returns, JEL Classification.
- [2] Bailey, R. E., (2008). Corporate Finance: The Modigliani-Miller Theorems, Economics of Financial Market.
- [3] Bodie, Zvi., Alex dan Alan J Marcus., (2009). Investment, McGraw-Hill, Co Inc.
- [4] Cai, Jie, & Zhe Zhang, (2005). Capital structure dynamics and stock returns, FMA annual meetings, Chicago.
- [5] Damodaran, Aswath, (2002), Investment Valuation, John Wiley & Sons, Inc.
- [6] Fama, Eugene F. dan Kenneth R. French, (1993), Common risk factors in the returns on stocks and bonds, Journal of Financial Economics.
- [7] George Thomas J., dan Chuan-Yang Hwang, (2007), Leverage, financial distress, and the cross sections of returns, Working paper series.
- [8] Gujarati, Damodar N, (2003), Basic Econometrics, McGraw-Hill Book Company.
- [9] Hatfield, Gay B., Louis T.W Cheng, dan Wallace N. Davidson III (1994),

- The determinant of capital structure: The effect of firm and industry debt ratios on market value, *Journal of Finance and Strategic Decisions*.
- [10] Huang, Shian-Chang, (2009), Threshold and leverage effects of major asian stock markets based on stochastic volatility models, *International Research Journal of Finance and Economics*.
- [11] Indonesia Capital Market Directory, Institute Financial Research (2003 – 2007).
- [12] Kayhan, Ayla., Adam Y.C. Lei, dan Ji-Chai Lin, (2005), Leverage, accruals, and cross-sectional stock returns, *JEL Classification*.
- [13] Lesmond, David A., Philip O'Connor, dan Lemma W. Senbet, (2002), Leverage Recapitalizations and Liquidity, *JEL Classification*.
- [14] Martono, Cyrillius, (2002), Analisis pengaruh profitabilitas industri, rasio leverage keuangan tertimbang dan intensitas modal tertimbang serta pangsa pasar terhadap ROA dan ROE perusahaan manufaktur yang go public di Indonesia, Universitas Kristen Petra.
- [15] Mason, Jeffrey K. Mackie, (1990), Do taxes affect corporate financing decision?, *The journal of finance*.
- [16] Masulis, Ronald W, (1980), The effect of capital structure change on security prices, *Journal of financial economics*.
- [17] Medeiros, Otavio Ribeiro., Paulo Roberto Barbosa Lustosa dan Jose Alves Dantas (2005), The impact of the degree of operating leverage on stock returns: an empirical study in the brazilian market.
- [18] Modigliani, Franco dan Merton H. Miller, (1958), The cost of capital, corporation finance, and the theory of investment, *The American Economic Review*.
- [19] Muradoglu, Gulnur dan Sheeja Sivaprasad (2006), Capital structure and Firm Value: An empirical analysis of abnormal returns, *JEL Classification*.
- [20] Muradoglu, Gulnur dan Sheeja Sivaprasad, (2007), An empirical analysis of capital structure and abnormal returns, *Australian Finance and Banking Conference*.
- [21] Muradoglu, Gulnur dan Sheeja Sivaprasad, (2008), An empirical test on leverage and stock returns, *JEL Classification*.
- [22] Pratisto, Arif, (2009), Statistik menjadi mudah dengan SPSS 17, PT. Elex Media Computindo, Jakarta.
- [23] Priyatno, Dwi (2008), Mandiri belajar SPSS, Media Kom, Yogyakarta.
- [24] Ross, Stephen A., Randolph W. Westerfield, dan Bradford D. Jordan, (2008), *Corporate Finance Fundamentals 8th edition*, McGraw-Hill
- [25] Sivaprasad, Sheja dan Gulnur Muradoglu, (2007), Capital structure and expected stock returns, *JEL Classification*.
- [26] Sularso, R. Andi, (2003), Pengaruh perubahan dividen terhadap perubahan harga saham (return) sebelum dan sesudah ex-dividen date di Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.

Perbandingan Analisis Likuiditas Dalam Upaya Penyehatan Perusahaan (Studi Kasus pada PT. XYZ)

Hasanudin, SE, M.Ak
AMIK Bina Sarana Informatika Bogor
hasanudin.hnu@bsi.ac.id

Abstrak

Kesehatan perusahaan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup bagi perusahaan untuk tetap bisa bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat. Dalam hal ini peran manajemen sangat diperlukan dalam menjaga posisi keuangan perusahaan agar kondisi kesehatan perusahaan tetap terjaga. Saat terjadi penurunan kondisi perusahaan yang dapat ditandai dengan penurunan penjualan maupun laba, diperlukan strategi penyelesaian baik bersifat perbaikan teknis maupun perbaikan tingkat fungsional. Salah satu fungsi terpenting adalah fungsi keuangan. Penulis mencatat ada 2 (dua) hal yang dapat membantu meningkatkan likuiditas agar perusahaan mampu menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya, yaitu penambahan modal dan pinjaman bank.

Dalam kasus ini, akan dihitung dan dibandingkan current ratio dari kedua cara tersebut untuk mencari cara mana yang lebih efektif dapat menyelesaikan masalah likuiditas. Hasil penelitian ini adalah diketahui upaya penambahan modal jauh lebih efektif daripada pinjaman bank.

Kata Kunci: *analisa current ratio, penambahan modal dan pinjaman bank*

PENDAHULUAN

Dalam upaya *going concern* suatu perusahaan memerlukan suatu kondisi kesehatan perusahaan yang cukup stabil dengan kondisi keuangan perusahaan yang baik. Kondisi kesehatan tersebut dapat ditinjau dari beberapa aspek diantaranya adalah permasalahan likuiditas, solvabilitas maupun kemampuan menghasilkan laba.

Terkadang manajemen perusahaan bekerja tanpa menghiraukan budget maupun rencana kerja, contohnya manajemen lebih memikirkan bagaimana dapat meningkatkan infrastruktur

pabrik tanpa menghitung terlebih dahulu kemampuan pendanaannya. Keputusan pembelian barang dagang pun terkadang menjadi masalah ketika tidak disertai kemampuan penjualan yang optimal. Hal ini sudah dipastikan akan menimbulkan permasalahan dalam masalah pembayaran hutang dagangnya.

Peneliti lain seperti Slater (1984); Sim (1991); Mueller dan Baker (1997) menjelaskan penurunan kondisi kesehatan perusahaan ditandai dengan penurunan laba sebelum pajak untuk tiga tahun berturut-turut. Hofer (1980) mengindikasikan penurunan kondisi perusahaan

ditandai dengan penurunan penjualan dan pangsa pasar.

Dalam melihat aspek kesehatan perusahaan yang paling sederhana adalah dengan melihat analisis likuiditasnya, yaitu *current ratio* yang memerosentasekan perbandingan jumlah harta lancar dengan hutang lancar. Jika hasilnya dibawah 100 %, maka dapat dikatakan perusahaan kurang sehat dan sebaliknya. Menurut Jumingan (2011) *current ratio* yang tinggi mungkin menunjukkan adanya uang kas yang berlebihan dibanding dengan tingkat kebutuhan atau adanya unsur aktiva lancar yang rendah likuiditasnya (seperti persediaan) yang berlebih-lebihan.

Jika perusahaan mengalami permasalahan likuiditas, manajemen perlu mencari solusi untuk mencari dana segar, agar kelangsungan hidup perusahaan bisa bertahan. Setidaknya ada 2 (dua) cara penyehatan masalah likuiditas yaitu dengan pinjaman bank dan penambahan modal. Dalam tulisan ini akan dikemukakan contoh kasus sebuah perusahaan yang mengalami permasalahan likuiditas dan harus memilih diantara kedua solusi tersebut dan akan diperbandingkan, cara mana yang lebih efektif dan lebih murah dari segi aspek perpajakannya. Oleh karena itu penulis akan menjabarkannya dalam jurnal yang diberi judul **“PERBADINGAN ANALISIS LIKUIDITAS DALAM UPAYA PENYEHATAN**

PERUSAHAAN (Studi Kasus pada PT. XYZ”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis *current ratio* untuk menghitung likuiditas perusahaan sebagai alat untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendek. Perhitungan analisis *current ratio* ini akan diaplikasikan untuk kedua metode penyehatan likuiditas, yaitu akan diselesaikan dengan pinjaman bank dan penambahan saham untuk perusahaan privat. Selain itu akan disajikan pula perbandingan biaya pajak yang harus ditanggung perusahaan sebagai akibat penggunaan kedua metode penyehatan perusahaan tersebut.

Penelitian ini dilakukan di PT. XYZ dengan membandingkan Laporan keuangan tahun 2011 dan 2012. Pada tahun 2011 adalah tahun dimana terjadi permasalahan likuiditas dan tahun 2012 adalah tahun dimana manajemen mengupayakan penyehatan likuiditas perusahaan.

PT. XYZ merupakan perusahaan afiliasi yang bergerak dalam bidang manufaktur barang furnitur, dengan pemasaran barang furnitur untuk seluruh daerah provinsi Lampung dan sekitarnya. Adapun barang furniture yang diproduksinya meliputi :

1. Springbed.
2. Kasur Busa
3. Kursi Plastik
4. Meja dan Lemari sistem *Knockdown* (bongkar pasang)

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan memiliki lisensi kartun-kartun dari Walt Disney, seperti Helo Kitty, Tom and Jerry, Batman, Superman, Spiderman, Ben 10, Sophia, dan lain-lain. Hal ini bertujuan agar dapat menarik dan meningkatkan minat beli masyarakat akan barang furnitur yang menarik dan berkualitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN PERMASALAHAN LIKUIDITAS

Perusahaan pada tahun 2012 tengah melakukan ekspansi usaha dengan menambah departemen produksi baru yaitu produksi kursi plastik yang memerlukan biaya yang banyak untuk pengadaan mesin injeksi, menambah luas bangunan pabrik, infrastruktur listrik, bahan baku, sumber daya manusia dan lain-lain. Akibat dari kegiatan ekspansi tersebut perusahaan mengalami permasalahan likuiditas yaitu kekurangan dana untuk operasional perusahaan dan pembayaran hutang dagang.

PENYELESAIAN MASALAH

Menurut Hofer (1980) strategi mengatasi penurunan kondisi perusahaan dibagi menjadi 2 cara :

1. Strategic Turnaround

Adalah strategi untuk mengubah yang bersifat teknis dalam perusahaan, seperti mengurangi jumlah produksi, mengurangi sdm, mengganti teknologi, dan lain-lain.

2. Operational Turnaround

Adalah strategi yang memfokuskan pada tingkat fungsional, seperti pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia.

Dalam kasus ini, manajemen lebih fokus kepada tindakan yang bersifat fungsional keuangan. Manajemen harus menentukan untuk mengajukan pinjaman dana modal kerja kepada Bank ataukah manajemen mengajukan tambahan modal dari para pemegang saham sebesar Rp. 10 Milyar Rupiah. Manajemen pada akhirnya memutuskan untuk mengajukan penambahan modal kepada para pemegang saham. Pertanyaan yang muncul apakah keputusan manajemen tersebut tepat atau tidak ? tentu akan dapat dijawab dengan perbandingan analisis curen rasio dan kemampuan menghasilkan laba serta aspek perpajakannya.

LAPORAN KEUANGAN

Berikut ini adalah Laporan Keuangan tahun 2011 dan tahun 2012, dimana pada tahun 2012 manajemen memutuskan untuk mengajukan penambahan modal kepada para pemegang saham sebesar Rp. 10 Milyar :

Tabel 1. Laporan Neraca Tahun 2011 dan 2012

PT. XYZ		
LAPORAN NERACA		
TAHUN 2011 DAN 2012		
KETERANGAN	2011	2012
AKTIVA		
AKTIVA LANCAR		
Kas	66,053,129.00	3,929,181.00
Bank	-	-
Piutang	6,074,477,151.00	5,795,197,795.00
Persediaan Barang	16,118,907,910.10	20,599,154,740.20
Pajak Dibayar Dimuka	165,103,778.00	44,213,505.00
Biaya dibayar dimuka	108,437,865.00	192,420,955.00
TOTAL AKTIVA LANCAR	22,532,979,833.10	26,634,916,176.20
AKTIVA TETAP		
Nilai Perolehan	12,933,551,755.00	17,867,439,768.00
Akumulasi Penyusutan	(1,753,928,019.00)	(3,157,017,515.76)
TOTAL AKTIVA TETAP	11,179,623,736.00	14,710,422,252.24
Aktiva Lain-Lain	9,652,500.00	-
TOTAL AKTIVA	33,722,256,069.10	41,345,338,428.44
PASSIVA		
HUTANG LANCAR		
Hutang Dagang	7,417,030,688.86	23,357,839,156.53
Hutang Bank	19,544,983,600.99	-
Hutang Lain-Lain	-	256,187,500.00
Hutang Pajak	177,393,113.00	194,736,281.71
TOTAL HUTANG LANCAR	27,139,407,402.85	23,808,762,938.24
HUTANG JANGKA PANJANG		
Hutang Jk. Panjang	-	-
MODAL		
Modal Disetor	2,000,000,000.00	12,000,000,000.00
Laba/Rugi Ditahan	3,923,039,676.60	4,582,848,666.25
Laba/Rugi berjalan	659,808,989.65	953,726,823.95
TOTAL MODAL	6,582,848,666.25	17,536,575,490.20
TOTAL PASSIVA	33,722,256,069.10	41,345,338,428.44

Sumber : Data diolah

Tabel 2. Laporan Laba Rugi Tahun 2011 dan 2012

PT. XYZ		
LAPORAN LABA RUGI		
TAHUN 2011 DAN 2012		
KETERANGAN	2011	2012
Penjualan	47,649,259,500.00	66,867,136,050.00
Harga Pokok Penjualan	41,488,929,943.04	57,420,321,876.69
Laba Kotor	6,160,329,556.96	9,446,814,173.31
Biaya Operasi :		
B. Penjualan	2,411,101,074.00	2,985,303,391.08
B. Adm dan Umum	2,760,285,487.77	5,238,382,130.15
Total Biaya	5,171,386,561.77	8,223,685,521.23
Laba Bersih	988,942,995.19	1,223,128,652.08
Pendapatan/Biaya Lain-Lain		
Pendapatan Lain-Lain	5,295,187.45	8,537,194.64
Biaya Lain-Lain	(124,004,152.99)	(5,109,584.06)
Total Biaya Lain-Lain	(118,708,965.54)	3,427,610.58
Laba Bersih Sebelum Pajak	870,234,029.65	1,226,556,262.66
Laba Netto	870,234,029.65	1,226,556,262.66
Pajak	210,425,040.00	272,829,438.71
Laba Bersih Setelah Pajak	659,808,989.65	953,726,823.95

Sumber : Data diolah

Dari tabel 1 dan 2 Laporan Keuangan tersebut di atas, dimana terdapat tambahan modal Rp. 10

Milyar, maka dapat dihitung current ratio tahun 2011 dan 2012 sebagai berikut :

Current Ratio 2011			
Harta Lancar	x 100 % =	22,532,979,833.10	x 100 % = 83%
Hutang Lancar		27,139,407,402.85	
Laba	=	659,808,989.65	
pajak PPh	=	210,425,040.00	
Current Ratio 2012			
Harta Lancar	x 100 % =	26,634,916,176.20	x 100 % = 112%
Hutang Lancar		23,808,762,938.24	
Laba	=	953,726,823.95	
pajak PPh	=	272,829,438.71	

Dapat disimpulkan, akibat adanya penambahan modal sebesar Rp. 10 Milyar, maka dapat membantu menyelesaikan masalah likuiditas dari 83 % menjadi 112%. Selain itu, menghasilkan kenaikan laba tahun 2012 Rp. 293.917.834,30 dan kenaikan pajak penghasilan Rp. 62.404.398,71.

Kondisi tersebut cukup efektif dan berhasil menyelesaikan masalah likuiditas, sehingga perusahaan sehat kembali. Selanjutnya penulis sajikan laporan keuangan 2011 dan 2012 yang sama, namun ada penyesuaian jika manajemen memutuskan . untuk pengajuan pinjaman dana ke Bank sebesar Rp. 10 Milyar pula. Berikut Laporan Keuangannya :

Tabel 3. Laporan Neraca 2011 dan 2012 karena Pinjaman Dana ke Bank.

PT. XYZ		
LAPORAN NERACA		
TAHUN 2011 DAN 2012		
KETERANGAN	2011	2012
AKTIVA		
AKTIVA LANCAR		
Kas	66,053,129.00	3,929,181.00
Bank	-	
Piutang	6,074,477,151.00	5,795,197,795.00
Persediaan Barang	16,118,907,910.10	20,599,154,740.20
Pajak Dibayar Dimuka	165,103,778.00	44,213,505.00
Biaya dibayar dimuka	108,437,865.00	192,420,955.00
TOTAL AKTIVA LANCAR	22,532,979,833.10	26,634,916,176.20
AKTIVA TETAP		
Nilai Perolehan	12,933,551,755.00	17,867,439,768.00
Akumulasi Penyusutan	(1,753,928,019.00)	(3,157,017,515.76)
TOTAL AKTIVA TETAP	11,179,623,736.00	14,710,422,252.24
Aktiva Lain-Lain	9,652,500.00	
TOTAL AKTIVA	33,722,256,069.10	41,345,338,428.44
PASSIVA		
HUTANG LANCAR		
Hutang Dagang	7,417,030,688.86	14,246,517,533.36
Hutang Bank	19,544,983,600.99	9,380,301,229.25
Hutang Lain-Lain		256,187,500.00
Hutang Pajak	177,393,113.00	194,736,281.71
TOTAL HUTANG LANCAR	27,139,407,402.85	24,077,742,544.32
HUTANG JANGKA PANJANG		
Hutang Jk. Panjang		9,833,333,333.00
MODAL		
Modal Disetor	2,000,000,000.00	2,000,000,000.00
Laba/Rugi Ditahan	3,923,039,676.60	4,582,848,666.25
Laba/Rugi berjalan	659,808,989.65	851,413,884.87
TOTAL MODAL	6,582,848,666.25	7,434,262,551.12
TOTAL PASSIVA	33,722,256,069.10	41,345,338,428.44

Sumber : Data diolah

Tabel 4. Laporan Laba Rugi Tahun 2011 dan 2012 Karena Ada Pinjaman Bank

PT. XYZ		
LAPORAN LABA RUGI		
TAHUN 2011 DAN 2012		
KETERANGAN	2011	2012
Penjualan	47,649,259,500.00	66,867,136,050.00
Harga Pokok Penjualan	41,488,929,943.04	57,420,321,876.69
Laba Kotor	6,160,329,556.96	9,446,814,173.31
Biaya Operasi :		
B. Penjualan	2,411,101,074.00	2,985,303,391.08
B. Adm dan Umum	2,760,285,487.77	5,223,382,130.15
Total Biaya	5,171,386,561.77	8,208,685,521.23
Laba Bersih	988,942,995.19	1,238,128,652.08
Pendapatan/Biaya Lain-Lain		
Pendapatan Lain-Lain	5,295,187.45	8,537,194.64
Biaya Lain-Lain	(124,004,152.99)	(155,109,584.06)
Total Biaya Lain-Lain	(118,708,965.54)	(146,572,389.42)
Laba Bersih Sebelum Pajak	870,234,029.65	1,091,556,262.66
Laba Netto	870,234,029.65	1,091,556,262.66
Pajak	210,425,040.00	240,142,377.79
Laba Bersih Setelah Pajak	659,808,989.65	851,413,884.87

Sumber : Data diolah

Dari tabel tersebut diatas, maka dapat ditentukan *current ratio*, laba dan pajak Pphnya sebagai berikut :

Current Ratio	2011			
Harta Lancar	x 100 % =	22,532,979,833.10	x 100 % =	83%
Hutang Lancar		27,139,407,402.85		
Laba	=	659,808,989.65		
pajak PPh	=	210,425,040.00		
Current Ratio	2012			
Harta Lancar	x 100 % =	26,634,916,176.20	x 100 % =	111%
Hutang Lancar		24,077,742,544.32		
Laba	=	851,413,884.87		
pajak PPh	=	240,142,377.79		

Dari perhitungan tersebut di atas, untuk *current ratio* akibat adanya pinjaman bank Rp. 10 Milyar menghasilkan 111 %, hampir sama dengan *current ratio* akibat penambahan modal. Sedangkan untuk kenaikan laba 2012 mencapai Rp. 191.604.895,22. Kenaikan laba akibat pinjaman bank ini lebih kecil daripada kenaikan laba akibat penambahan modal. Namun untuk pajak PPh kenaikannya mencapai Rp. 29.717.337,79 lebih menguntungkan daripada pph akibat penambahan modal.

Dari hasil perhitungan dua metode solusi untuk mengatasi masalah likuiditas, dapat disimpulkan menyelesaikan masalah likuiditas dengan penambahan modal jauh lebih menguntungkan daripada penyelesaian dengan pinjaman bank. Hal ini dapat dilihat dari selisih kenaikan labanya, penyelesaian dengan penambahan modal menghasilkan kenaikan

yang lebih tinggi, meskipun pajak penghasilannya lebih tinggi.

KESIMPULAN

Kelangsungan hidup perusahaan menjadi taruhan bagi manajemen untuk tetap bisa bertahan dan bersaing untuk menghasilkan profit. Manajemen perlu bekerja keras untuk mencari dan memutuskan solusi jika mengalami permasalahan likuiditas, baik penyelesaian tingkat strategik (teknis) maupun bersifat operasional (tingkat fungsional). Hal ini penting karena permasalahan dana atau likuiditas akan menjamin terbayarnya hutang dan seluruh operasional perusahaan.

Setidaknya terdapat 2 (dua) solusi mengatasi masalah likuiditas, yaitu penambahan modal dan pinjaman bank. Dari kedua metode tersebut dapat disimpulkan :

1. Terdapat kesamaan antara alternatif penambahan modal dan pinjaman bank, yaitu dapat meningkatkan likuiditas menjadi lebih baik. Hal ini tentu masih bersifat relatif, tergantung kepada kinerja manajemen pula. Sangat mungkin terjadi pinjaman ataupun penambahan modal tidak berpengaruh jika manajemen keliru dalam pengelolaan dana yang ada.
2. Dari kasus PT. XYZ ini menunjukkan solusi penambahan modal jauh lebih efektif

daripada pinjaman modal, karena selain bisa menyelesaikan masalah likuiditas, peningkatan labanya pun lebih tinggi meski pajak penghasilannya pun tinggi pula. Hal ini disebabkan karena tidak adanya penambahan biaya bunga bank yang biasa terjadi jika perusahaan meminjam uang ke bank.

TINJAUAN PUSTAKA

- [1] Colar, Al. "Managing Turnaround, Requires Clear Thinking, Quick Action, And A Plan." *The RMA Journal March, and Strategic Management* (2010).
- [2] Jumingan. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan keempat. Bumi Aksara, 2011.
- [3] Kotler, Philip. *Marketing Management*. Tenth Edition. Prentice Hall New York, 2000.
- [4] Muhammad, Suwarsono. *Strategi Penyehatan Perusahaan*. UPP STIM YKPN Yogyakarta. 2006.
- [5] Slater, Stuart. "Corporate Recovery, Successful Turnaround Strategy and Their Implementation." *Penguin Books New York*. (1984)

