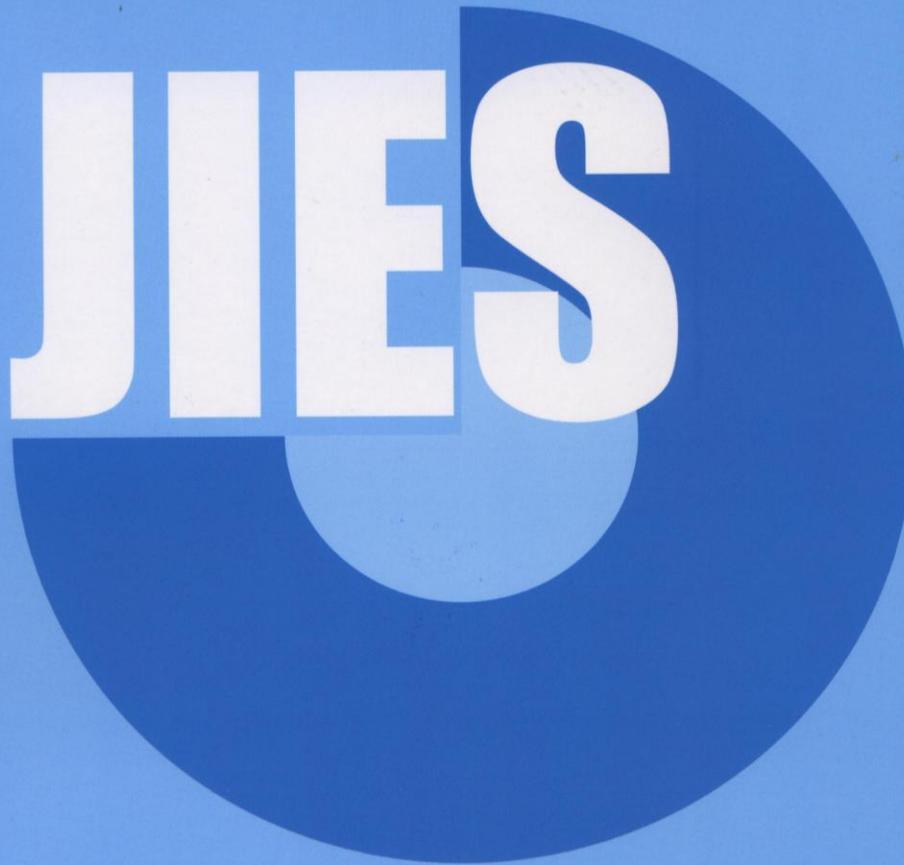


Jilid 1, Nomor 3, Maret 2013

ISSN 2301-9263

JURNAL ILMU EKONOMI DAN SOSIAL



Diterbitkan oleh:

**Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana
(Puslit UMB)**

JIES	Jilid 1	Nomor 3	Halaman 233 - 355	Jakarta Maret 2013	ISSN 2301-9263
-------------	----------------	----------------	------------------------------	-----------------------------------	---------------------------

JIES
JURNAL ILMU EKONOMI DAN SOSIAL
ISSN 2301-9263
Jilid 1, Nomor 3, Maret 2013 hlm. 233-355

Terbit tiga kali setahun pada bulan Maret, Juli, November; mulai Jilid 1 dalam satu jilid ada 3 nomor. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang ekonomi dan sosial. Artikel telaah (*review article*) dimuat atas undangan.

Ketua Penyunting

Anik Herminingsih

Penyunting Pelaksana

Wiwik Utami

Suprpto

Agustina Zubair

A. A. Anwar Prabu Mangkunegara

Har Adi Basri

Eny Ariyanto

Andy Corry W

Pelaksana Tata Usaha

Syafwan

Amirudin Wibowo

Pipih Oktaviany

Alamat Penyunting dan Tata Usaha: Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana Jakarta, Gedung Rektorat Lantai I Jln. Raya Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat 11650 Telepon (021) 5840816 pesawat 3401, Fax. (021) 5840813.
Homepage: <http://www.mercubuana.ac.id>. *E-mail:* jies@mercubuana.ac.id.

JURNAL ILMU EKONOMI DAN SOSIAL diterbitkan sejak bulan Juli 2012 oleh Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penyunting menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik di atas kertas HVS A4 spasi tunggal sepanjang lebih kurang 20 halaman, dengan format seperti tercantum pada halaman belakang (“Petunjuk bagi Calon Penulis JIES”). Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah, dan tata cara lainnya.

Dicetak di Percetakan PRINT Kembar Hari. Isi di luar tanggung jawab Percetakan.

JIES
JURNAL ILMU EKONOMI DAN SOSIAL
ISSN 2301-9263
Jilid 1, Nomor 3, Maret 2013 hlm. 233-355

DAFTAR ISI

Implementasi Sistem Informasi Manajemen Keuangan dan Akuntansi Studi Di Universitas Negeri Surabaya <i>Dian Anita Nuswantara dan Sanaji, Universitas Negeri Surabaya</i>	233 - 242
Gambaran Kepuasan Belajar Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta <i>S.S. Sulistiyono, Universitas Mercu Buana</i>	243 - 252
Peranan Undang-Undang Perpajakan Dalam Menyelamatkan Uang Negara Dari Hasil Korupsi <i>Samsuri, Universitas Mercu Buana</i>	253 - 262
Hubungan Antara Pola Pengajaran Etik UMB Dengan Sikap Dan Perilaku Mahasiswa <i>Yuni Astuti, Universitas Mercu Buana</i>	263 - 274
Hubungan Nilai-Nilai Yang Terdapat Pada Consumer Perceived Value Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana (Studi Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana) <i>Yennida Parmariza, Universitas Mercu Buana</i>	275 - 285
Peranan Komitmen Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Berdasarkan <i>The Indonesia Institute For Corporate Governance</i> <i>Eni Wuryani, Universitas Negeri Surabaya</i>	286 - 297
Analisis Perbandingan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Proses Belajar Mengajar Dosen Tetap Dengan Dosen Tidak Tetap Pada Universitas Mercu Buana <i>Hesti Maheswari, Universitas Mercu Buana</i>	298 - 310
Pengaruh Informasi Arus Kas Terhadap Harga Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Jasa Keuangan Yang Tedaftar Di BEI) <i>Suprpto, Nurul Hidayah, dan Tri Wahyuni, Universitas Mercu Buana</i>	311 - 323
Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Perawat Bagian Anak Rumah Sakit Umum Daerah Tangerang <i>Evawati Khumaedi, Universitas Mercu Buana</i>	324 - 334
Kelayakan Proyek Ruko Kedoya Dari Aspek Pasar, Finansial Dan Sosial Ekonomi <i>Herry Agung Prabowo, Andy Susanto dan Farida, Universitas Mercu Buana</i>	335 - 341
Simbolisasi Seksualitas Perempuan Dalam Iklan “Segar Sari Susu Soda” Versi Julia Perez <i>Tri Diah Cahyowati, Andy Susanto dan Farida, Universitas Mercu Buana</i>	342 - 355

IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEUANGAN DAN AKUNTANSI STUDI DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Dian Anita Nuswantara dan Sanaji
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
Email : diannusawantara@yahoo.com

ABSTRACT

In order to improve the service and financial management, Unesa as a Public Service Board must hold the principles of efficiency, transparency, and accountability. By the development of management information systems and information technology-based accounting and computer Unesa expected to improve the performance, particularly in the financial sector. However, the results of this study indicate that the development of information systems has not been able to provide optimal results for human factors both in terms of leadership and all parties involved in the system. Therefore, researchers suggest that the system development should be accompanied by adequate human resource development.

Keywords: *BLU financial management, information and computer technology, performance, human resource development*

ABSTRAK

Dalam rangka meningkatkan layanan dan pengelolaan keuangan, UNESA sebagai satu Badan Layanan Umum harus memegang prinsip efisiensi, transparansi, dan akuntabel. Pengembangan system informasi manajemen dan akuntansi berbasis teknologi informasi dan computer diharapkan dapat meningkatkan kinerja Unesa khususnya di bidang keuangan. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem informasi ini belum dapat memberikan hasil yang optimal karena faktor manusia belum disentuh, baik dalam arti pimpinan maupun seluruh pihak yang terlibat dalam sistem. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar pengembangan system harus diiringi pembangunan sumberdaya manusia yang memadai.

Kata kunci: *Pengelolaan keuangan BLU, teknologi informasi dan computer, kinerja, pengembangan SDM*

PENDAHULUAN

Salah satu agenda reformasi keuangan negara adalah adanya pergeseran sistem penganggaran dari penganggaran tradisional menjadi penganggaran berbasis kinerja. Dengan basis kinerja ini, arah penggunaan dana pemerintah menjadi lebih jelas dari sekedar membiayai input dan proses menjadi berorientasi pada output. Penganggaran yang berorientasi pada output merupakan praktik yang dianut oleh pemerintahan modern di berbagai negara. Mewirauasakan pemerintah (*enterprising the government*) adalah paradigma yang memberi arah yang tepat bagi sektor keuangan publik untuk mendorong peningkatan pelayanan. Ketentuan tentang penganggaran tersebut telah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.

Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara

membuka koridor baru bagi penerapan basis kinerja di lingkungan pemerintah. Dengan Pasal 68 dan Pasal 69 Undang-Undang tersebut, instansi pemerintah yang tugas pokok dan fungsinya memberi pelayanan kepada masyarakat dapat menerapkan pola pengelolaan keuangan yang fleksibel dengan mengutamakan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas.

UNESA merupakan perguruan tinggi negeri bestatus BLU, sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor 50/KMK.05/2009 Tanggal 27 Februari 2009. BLU menurut PP 23 Tahun 2005 adalah instansi di lingkungan Pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktivitas. Terkait dengan status Unesa sebagai BLU, maka pengelolaan keuangannya haruslah efisien,

transparan, dan akuntabel. Hal ini dapat disimak dari komponen-komponen Pola Pengelolaan BLU (PPK-BLU) dalam PP Nomor 23 Tahun 2005, yang meliputi (1) Perencanaan dan Penganggaran, (2) Pelaksanaan Anggaran, (3) Pengelolaan Keuangan dan Barang, serta (4) Akuntansi, Pelaporan, dan Pertanggungjawaban.

Untuk mencapai tujuan pengelolaan keuangan BLU yang efisien, transparan dan akuntabel sebagaimana dimatikan dalam PP No 23/2005, Unesa menerapkan Sistem Informasi Manajemen Keuangan dan Akuntansi Unesa (SIMKANESA) yang berlaku sejak tahun anggaran 2011. Berdasarkan basis teknologinya, SIMKANESA adalah sistem informasi berbasis komputer dan jaringan intranet yang mengkoneksikan unit kerja selingkung Unesa. SIMKANESA terdiri dari 4 subsistem yaitu penganggaran, manajemen kas, manajemen aset, dan pelaporan keuangan. Keempat subsistem ini diharapkan dapat mengintegrasikan empat komponen dalam PPK-BLU.

SIMKANESA bertujuan memfasilitasi pengelolaan keuangan yang tertib, efisien, ekonomis, efektif, transparan, dan tepat waktu. Melalui pola pengelolaan keuangan yang demikian diharapkan dapat mengarahkan pencapaian tujuan Unesa sebagai BLU. Terkait dengan tujuan implementasi SIMKANESA, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui perubahan kinerja tata kelola keuangan Unesa sebelum dan sesudah implementasi SIMKANESA. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kinerja tata kelola keuangan Unesa sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan dalam evaluasi kebijakan penerapan SIMKANESA khususnya dan sistem informasi manajemen berbasis teknologi informasi dan komunikasi pada umumnya dan masukan untuk perbaikan sistem informasi manajemen keuangan dan akuntansi guna mendukung tata kelola keuangan universitas.

KAJIAN PUSTAKA

Badan Layanan Umum

Menurut PP 23 Tahun 2005, Badan Layanan Umum (BLU) adalah instansi di lingkungan pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktivitas. BLU bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka

memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa dengan memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip ekonomi dan produktivitas, dan penerapan praktik bisnis yang sehat.

Dasar BLU adalah Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara membuka koridor baru bagi penerapan basis kinerja di lingkungan pemerintah. Pasal 68 dan Pasal 69 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004, menyatakan bahwa instansi pemerintah yang tugas pokok dan fungsinya memberi pelayanan kepada masyarakat dapat menerapkan pola pengelolaan keuangan yang fleksibel dengan mengutamakan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas.

Pola Pengelolaan Keuangan-BLU

Pola pengelolaan keuangan pada BLU merupakan pola pengelolaan keuangan yang memberikan *fleksibilitas* berupa keleluasaan untuk menerapkan praktik-praktik bisnis yang sehat untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memajukan kesejahteraan dan mencerdaskan kehidupan bangsa, sebagai pengecualian dari ketentuan pengelolaan keuangan negara pada umumnya. Komponen-komponen pengelolaan keuangan BLU untuk mewujudkan tata kelola keuangan yang transparan, akuntabel, efektif dan efisien.

Dalam sebuah Badan Layanan Umum pengelolaan organisasi berbasis kinerja hanya dapat dilakukan bila organisasi dilaksanakan atas dasar prinsip - prinsip Tata Kelola yang menjamin terselenggaranya praktek - praktek baik (*good practices*) antara lain transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kewajaran, kemandirian.

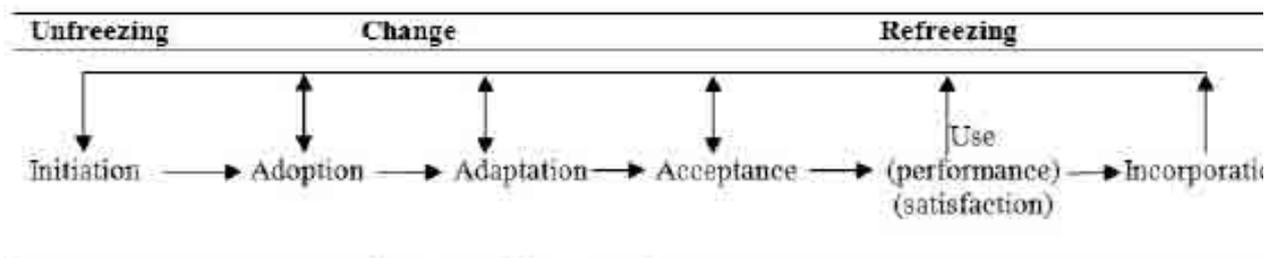
Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk Memfasilitasi Tata Kelola Universitas

Prof. Richardus Eko Indrajit (<http://materi.uniku.ac.id/oleh-oleh%20malang/Aptikom-Akademik-9-PerananIT.pdf>) mengutip penelitian APTIKOM dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, mengkategorikan bahwa pada dasarnya manfaat atau peranan TIK bagi perguruan tinggi dapat dibagi menjadi 2 (dua) kategori besar. Kategori pertama disebut sebagai "*core values*", yaitu terkait dengan manfaat yang diperoleh perguruan tinggi melalui implementasi TIK yang berkaitan langsung dengan proses pembelajaran - atau yang berkaitan langsung dengan Tri Dharma perguruan tinggi. Dalam konteks ini, pemangku kepentingan utama adalah peserta

didik (mahasiswa), pendidik (dosen), peneliti, dan pelayan/pengabdikan masyarakat. Sementara kategori kedua disebut sebagai “*supporting values*”, yaitu terkait dengan manfaat yang diperoleh perguruan tinggi melalui implementasi TIK yang berkaitan langsung dengan manajemen penyelenggaraan institusi pendidikan tinggi.

Proses Implementasi Teknologi Informasi

Pada konteks organisasional, Kwon dan Zmud (dalam Fichman, 1992), mengembangkan model implementasi teknologi informasi yang terdiri dari 6 tahap, yaitu: *initiation, adoption, adaptation, acceptance, routinization, dan infusion*, yang secara umum terbagi dalam 3 tahap *unfreezing, change, dan refreezing*. Gambar berikut mengilustrasikan tahap-tahap dalam implementasi teknologi



Gambar 2.1. *The IS implementation process*

informasi.

Sumber : Kwon & Zmud (1987, dalam Fichman, 1992)

Penjelasan dari gambar di atas adalah sebagai berikut:

1. Tahap *unfreezing*

Yaitu eksplorasi terhadap permasalahan-permasalahan atau tantangan organisasi yang dapat dipecahkan dengan implementasi inovasi.

2. Tahap perubahan (*change*)

Yaitu persiapan menggunakan inovasi sampai inovasi tersebut siap diimplementasikan. Tahap perubahan terdiri dari adopsi adalah pengambilan keputusan yang dilandasi pertimbangan rasional, ditandai komitmen menginvestasikan sumber daya untuk implementasi inovasi dan adaptasi.

3. Tahap *refreezing*

Ditandai mulai diimplementasikan sistem baru, dalam arti inovasi mulai diterapkan, meliputi penerimaan user, penggunaan aktual user, dan penggunaan secara menyeluruh dalam unit organisasi (*incorporation*) atau infusi.

a. *Acceptance* (penerimaan), ditandai oleh perubahan sikap user terhadap inovasi dan komitmen user untuk menggunakan

inovasi.

b. *Use* atau rutinisasi, yaitu inovasi baru digunakan secara rutin.

c. *Incorporation* atau infusi, yaitu sistem baru digunakan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, setelah dilakukan perbaikan-perbaikan, bilamana diperlukan.

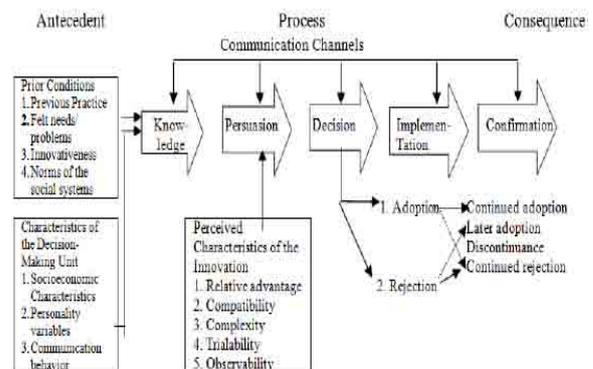
Dalam keseluruhan proses implementasi sistem baru ini tidak hanya melibatkan tanggung jawab manajer dari information service unit saja, tetapi lebih jauh merupakan tanggung jawab dari manajer yang membawahi user (McLeod, 2001:220).

MIS steering committee dan manajer harus memastikan bahwa para pelaksana perubahan sistem telah dididik melalui kegiatan training atau pelatihan yang cukup agar mereka memperoleh

kemampuan dalam melaksanakan prosedur kerja sesuai dengan tugas dan kewajibannya, sebelum proses cutover sistem dilakukan. Keberhasilan implementasi sistem informasi sangat bergantung pada tingginya penggunaan sistem informasi (Zwass, 1997:495).

Model Keputusan Adopsi Inovasi

Keputusan adopsi inovasi merupakan bentuk pengambilan keputusan yang khas, berbeda dengan situasi pengambilan keputusan lainnya. Rogers (1995) menyusun model proses keputusan adopsi inovasi dalam tiga komponen, yaitu anteseden, proses, dan konsekuensi, seperti tampak pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. A Model of Stages in the Innovation-Decision Process

Sumber: Everett M. Rogers, 1995, *Diffusion of Innovations*, 4th Edition, New York: The Free Press, p. 561.

Komponen pertama adalah anteseden, yaitu kondisi adopter sebelum mengadopsi dan karakteristik adopter sebagai pengambil keputusan, meliputi variabel-variabel yang ada pada situasi sebelum diperkenalkannya suatu inovasi. Anteseden terdiri dari: (a) karakteristik kepribadian seseorang, (b) ciri-ciri sosialnya, dan (c) kuatnya kebutuhan nyata terhadap inovasi.

Komponen kedua adalah proses. Proses merupakan tahap-tahap adopsi inovasi. Dari Gambar 2.2, tampak ada lima tahap adopsi, yaitu *knowledge, persuasion, decision, implementation, dan confirmation*.

Komponen ketiga adalah konsekuensi. Konsisten dengan paradigma perubahan sosial sebagai dasar teori difusi inovasi, Rogers (1995) mendefinisikan konsekuensi adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam suatu sistem sosial sebagai hasil dari pengadopsian atau penolakan inovasi. Rogers membagi konsekuensi adopsi inovasi menjadi tiga dimensi, yaitu: (1) konsekuensi fungsional dan disfungsional, berdasarkan tercapai tidaknya manfaat inovasi sesuai dengan harapan semula, (2) konsekuensi langsung dan tidak langsung, berdasarkan segera tidaknya perubahan-perubahan terjadi setelah penggunaan inovasi, dan (3) konsekuensi yang tampak (*manifest*) dan yang laten, berdasarkan terlihat tidaknya perubahan yang terjadi setelah penggunaan inovasi.

Konsekuensi Adopsi Inovasi bagi Organisasi

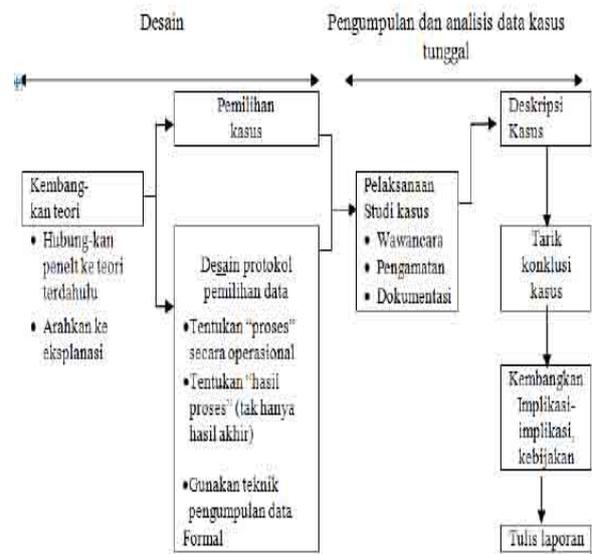
Model Rogers (Gambar 2.2), menyebutkan bahwa komponen ketiga dari proses adopsi inovasi adalah konsekuensi. Menurut Kast dan Rosenzweig (1990), semakin rumit dan dinamis teknologi akan memperpanjang struktur organisasi. Penggunaan teknologi baru berpengaruh terhadap interaksi antar anggota organisasi, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan, yang dikategorikan sebagai perubahan psikososial dalam organisasi. Pencapaian misi penggunaan teknologi baru tersebut, mengandung makna sebagai peningkatan kinerja organisasi, yang hanya tercapai jika teknologi baru yang digunakan dapat menjalankan fungsinya sebagai mana mestinya. Pendapat Kast dan Rosenzweig ini mengindikasikan adanya konsekuensi fungsional dari penggunaan teknologi baru bagi organisasi, sebagaimana dikemukakan Rogers (1995).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Studi evaluasi implementasi SIMKANESA terhadap peningkatan kinerja Unesa ini dirancang dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat (Nazir, 1992:66). Ruang lingkup studi kasus dapat meliputi keseluruhan fase unit sosial atau fase tertentu saja dari unit sosial. Studi kasus sangat berguna untuk merumuskan hipotesis-hipotesis (Suryabrata, 1983), seperti yang akan dilakukan pada penelitian ini.

Studi kasus dapat didesain untuk kasus tunggal ataupun multi kasus. Yin (2004), membagi proses studi multi kasus menjadi desain, pengumpulan dan analisis data kasus tunggal, dan analisis lintas kasus, seperti pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Model Studi Kasus Implementasi SIMKANESA

Sumber: Robert K. Yin (2004)

Bagian desain meliputi kajian teoritis, pemilihan kasus, dan desain protokol. Bagian pengumpulan dan analisis data kasus tunggal, meliputi pelaksanaan studi kasus (pertama, kedua, ketiga dst) dan diakhiri dengan analisis kasus tunggal (*single case*). Studi kasus ini bersifat kasus tunggal, yaitu

Desain Studi Kasus

Studi kasus, menurut dijelaskan Yin (2004) meliputi 5 komponen, yaitu: penentuan pertanyaan (fokus penelitian), proposisi-proposisi, unit analisis, pengaitan logis data dengan proposisi, dan kriteria interpretasi temuan.

1. Penentuan Pertanyaan (Fokus)

Fokus studi kebijakan ini adalah mengevaluasi kinerja organisasi, terutama dalam kinerja tata kelola keuangan setelah implementasi SIMKANESA di Universitas Negeri Surabaya. Indikator kinerja tata kelola keuangan tersebut meliputi:

- a. Penyerapan anggaran: yaitu bagaimana tingkat penyerapan anggaran universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- b. Pencapaian target anggaran, yaitu bagaimana perbedaan pencapaian target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- c. Kesesuaian RBA dengan Renstra, yaitu menilai akuntabilitas, efektifitas, efisiensi dan transparansi anggaran sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA. Sesuai PP 23 Tahun 2005, bahwa RBA BLU harus dirancang sesuai dengan Renstra yang disusun.
- d. Kecepatan penyelesaian RBA, yaitu bagaimana perbedaan waktu penyelesaian RBA dan revisinya sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- e. Ketersediaan informasi keuangan, yaitu bagaimana kualitas ketersediaan informasi keuangan dalam kriteria: relevan, handal, lengkap, tepat waktu, dapat dipahami, dan dapat diverifikasi.
- f. Piutang, yaitu bagaimana perbedaan ketersediaan informasi piutang dan akurasi informasi piutang universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- g. Kualitas laporan keuangan, yaitu bagaimana perbedaan laporan keuangan yang dihasilkan dari sisi pengakuan, pengukuran, dan penyajian/ pelaporan sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.

2. Proposisi-proposisi penelitian

Proposisi berperan mengarahkan perhatian kepada fenomena-fenomena yang diselidiki. Studi kasus ini dilandasi asumsi umum bahwa implementasi teknologi informasi dan komunikasi akan mampu meningkatkan kinerja organisasi. Berdasarkan asumsi tersebut, maka proposisi penelitian adalah "**kinerja tata kelola keuangan Unesa semakin baik setelah implementasi SIMKANESA**".

3. Unit Analisis

Unit analisis (satuan kajian) secara umum berkaitan dengan penentuan tujuan dari permasalahan penelitian dan generalisasi yang diharapkan atas hasil penelitian (Yin, 2004). Pada

penelitian ini unit analisis adalah implementasi SIMKANESA di UNESA.

4. Pengaitan Logis antara Data dengan Proposisi

Yin (2004) menyarankan 3 strategi untuk mengaitkan logis (*logical chain*) antara data dengan proposisi, yaitu penjadwalan pola (*pattern-matching*), membangun eksplanasi (*explanation-build*), dan runtut waktu (*time series*). Pada studi kasus ini, pengaitan logis data dengan proposisi menggunakan pendekatan runtut waktu. Melalui pendekatan runtut waktu, maka dapat dilakukan komparasi kinerja tata kelola keuangan Unesa sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.

Kriteria untuk Menginterpretasi Temuan

Kriteria interpretasi temuan dilakukan dengan pendekatan eksplanasi. Pendekatan eksplanasi bertujuan untuk memberi penjelasan hasil komparasi sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat UNESA Alasan pemilihan ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengevaluasi penerapan SIMKANESA, sebagai produk kebijakan Unesa. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan pada Desember 2012.

Instrumen dan Metode Pengumpulan Data

Pada studi kasus ini, teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain dokumentasi, yaitu mengumpulkan data berupa dokumen, manual book SIMKANESA, laporan pertanggungjawaban rektor, LAKIP, laporan keuangan universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA, wawancara, dilakukan kepada bagian keuangan mengenai kinerja unesa setelah dan sebelum implementasi SIMKANESA. Yang termasuk dalam wawancara adalah diskusi kelompok terfokus (FGD) kepada jajaran pimpinan UNESA dan pimpinan unit kerja. Selain itu, observasi, dilakukan secara langsung dengan cara mengamati pengoperasian aplikasi SIMKANESA.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan analisis deskriptif-komparasi, yaitu membandingkan kinerja UNESA sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA untuk setiap aspek kinerja. Selanjutnya diberikan penjelasan logis adanya perbedaan kinerja tersebut secara kualitatif.

HASIL PENELITIAN

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) sebagai sistem untuk mempermudah sistem keuangan Universitas Negeri Surabaya (UNESA), perlu dinilai manfaatnya. Oleh karena itu, implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) dapat dinilai berdasarkan:

Tingkat penyerapan anggaran universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA

Penyerapan anggaran Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA dapat dilihat dari beberapa hal diantaranya:

1. Tingkat kesesuaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategi

Sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) tingkat kesesuaian antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis sangat kecil sekali, hanya berkisar 40%. Hal ini dikarenakan banyaknya kegiatan yang ada di unit kerja menyulitkan pemetaan kegiatan ke dalam program, tujuan, maupun sasaran dalam Rencana Strategis karena pengolahan datanya yang masih manual. Pengolahan data yang masih manual terkadang membawa kesalahan-kesalahan dalam pemetaan kegiatan sehingga antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis kurang sesuai.

Adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMPEKANESA) diprediksi bahwa tingkat kesesuaian antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis lebih tinggi. Pada kenyataannya tujuan itu terlaksana, aplikasi Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMPEKANESA) membawa dampak dimana tingkat kesesuaian antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis mencapai 90%. Tingkat kesesuaian yang meningkat dua kali lipat ini dikarenakan di dalam SIMPEKANESA sudah dimasukkan program, kegiatan, output, dan indikator kinerja yang akan dicapai universitas sehingga kegiatan unit kerja harus dicantolkan ke dalam program, kegiatan, output, dan indikator kinerja Universitas Negeri Surabaya (UNESA).

2. Kecepatan Penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA)

Penyerapan anggaran Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dapat dilihat dari kecepatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA). Rencana Belanja Anggaran (RBA) untuk tahun yang akan datang idealnya adalah terselesaikan sebelum tahun berjalan selesai, sehingga ketika tahun anggaran sudah berganti maka sudah ada dokumen yang dijadikan acuan untuk pelaksanaan program, kegiatan dan anggaran. Penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) diharapkan secepatnya diselesaikan. Namun, dalam kenyataannya sering terjadi keterlambatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA).

Keterlambatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) disebabkan pengolahan data atau penggabungan kegiatan yang ada pada Rencana Belanja Anggaran (RBA) unit kerja menjadi Rencana Belanja Anggaran (RBA) universitas dilakukan secara manual padahal kegiatan yang ada di unit kerja apabila digabungkan menjadi sekitar 2000-an kegiatan. Penggabungan secara manual ini kurang efektif dan efisien karena proses manual akan membutuhkan waktu yang cukup lama. Selain itu, ketelitian dalam proses manual juga cukup mempengaruhi. Apabila terjadi kesalahan dalam pengolahan data dan penggabungannya maka proses manual perlu diulang lagi dan hal itu akan membutuhkan waktu lagi sehingga tidak efisien waktu.

Adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) cukup mempengaruhi kecepatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA). Namun dalam kenyataannya hal ini masih sering terlambat dikarenakan waktu penyelesaian RBA di tingkat fakultas seringkali mengalami keterlambatan sehingga penggabungan RBA universitas terkendala. SIMPEKANESA hanya sebuah alat untuk memudahkan, namun sumber sata tetap berasal dari fakultas dan unit kerja. Di samping pihak, keterlambatan RBA tersebut menyebabkan proses review tidak bias dilaksanakan. Padahal tidak ada jaminan bahwa RBA fakultas akan selalu sejalan dengan renstra universitas, memadai dari sudut ekonomi dan efisiensi, rasionalitas dan tingkat kepentingan program serta kelayakan rencana pelaksanaan.

Oleh karena itu dapat disimpulkan adanya teknologi informasi ini hanya menjadi alat bantu, sedangkan ketepatan dan kecepatan RBA tetap dipengaruhi komitmen pimpinan baik di tingkat universitas maupun fakultas.

Perbedaan pencapaian target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA)

Target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan terjadi perbedaan antara sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA). Adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membuat RM tercapai. Namun, anggaran PNPB tidak mencapai 100% meskipun terjadi efisiensi dalam perencanaan dan belanja. Selain itu, adanya anggaran yang tidak disiplin. Hal itu terlihat dari adanya kegiatan yang tidak dianggarkan dan hanya ditambahkan tanpa adanya perencanaan. Kondisi itu lebih parah karena panjar tidak sesuai dengan realisasi.

Akuntabilitas, efektifitas, efisiensi dan transparansi anggaran sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMPEKANESA)

Sesuai PP 23 Tahun 2005, bahwa Rencana Belanja Anggaran (RBA) BLU harus dirancang sesuai dengan Rencana Strategi yang disusun. Sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akuntabilitas masih belum terlaksana. Proses validasi, konsistensi atau ketertiban pencatatan masih manual sehingga akuntabilitas kurang berjalan dengan baik. Namun, ternyata pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) juga belum dapat menciptakan akuntabilitas yang efektif, dimana penerapan pisah batas belum dapat terlaksana meskipun pelaporan ke KPPN semakin riil.

Efektivitas anggaran sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) masih menggunakan proses manual. Proses ini kurang efektif karena rentan menimbulkan kesalahan-kesalahan. Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) cukup mempengaruhi efektivitas anggaran karena ketelitian lebih dijamin dengan adanya sistem. Selain itu penganggaran juga menjadi semakin cepat. Penganggaran yang cepat membuat semakin efektif kegiatan yang dilakukan.

Efisiensi dalam proses penganggaran sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) atau masih dalam proses manual sangat kurang efisien. Proses

manual akan membutuhkan waktu yang cukup lama dan membutuhkan sumber daya yang lebih banyak. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akan menyebabkan proses penganggaran semakin cepat. Sistem akan membantu pembuatan anggaran dan mempercepat proses-proses yang ada di dalamnya, sehingga apabila waktu yang biasanya digunakan pada proses manual selama satu sampai dua bulan, melalui sistem dapat terselesaikan dalam seminggu.

Transparansi anggaran dibutuhkan untuk menilai ada atau tidaknya penyimpangan dalam anggaran tersebut. Sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) atau proses masih manual, transparansi anggaran masih sulit dilakukan karena tidak setiap orang (yang berkepentingan) dapat mengakses anggaran tersebut. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akses informasi anggaran semakin mudah. Pihak-pihak yang membutuhkan informasi cukup mengaksesnya melalui Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA).

Perbedaan waktu penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) dan revisinya sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA

Penyelesaian Rencana Anggaran Belanja (RBA) dan revisinya membutuhkan waktu yang cukup lama. Untuk mengakomodir revisi Rencana Anggaran Belanja (RBA), Universitas Negeri Surabaya (UNESA) memberikan kebijakan bahwa revisi Rencana Anggaran Belanja (RBA) dilakukan secara bertahap, yaitu setiap triwulan.

Penyelesaian Rencana Anggaran Belanja (RBA) dan revisinya sebelum dan setelah adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) tidak banyak berdampak bahkan frekuensi revisi semakin tinggi. Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membuat pertanggung jawaban keuangan harus sesuai dengan apa yang direncanakan di Rencana Anggaran Belanja (RBA). Beberapa hal yang menjadi penyebab seringnya unit kerja melakukan revisi Rencana Anggaran Belanja (RBA) adalah kesalahan penulisan MAK dikarenakan pemahaman penggunaan MAK yang kurang; perubahan kebijakan pimpinan unit kerja yang mengakibatkan perubahan kegiatan; perencanaan yang serampangan sehingga tidak mampu melaksanakan kegiatan; perencanaan yang

serampangan sehingga tidak mampu memrediksi kegiatan yang akan dilaksanakan.

Kualitas ketersediaan informasi keuangan dalam kriteria: relevan, handal, lengkap, tepat waktu, dapat dipahami, dan dapat diverifikasi

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) cukup mempengaruhi kualitas ketersediaan informasi. Informasi yang dihasilkan relevan dengan keputusan keuangan terkait penilaian realisasi-anggaran riil, kebijakan uang kuliah, kebijakan belanja, kebijakan keuangan lain sehingga informasi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Namun, informasi yang dihasilkan masih belum handal karena Laporan Keuangan belum terintegrasi dengan aplikasi lain: SIAKAD, SIMPEKANESA, SIMPEG, SIMAK BMN. Hal ini menyebabkan informasi yang dihasilkan terdapat kemungkinan memiliki angka yang berbeda antara satu sistem dengan lainnya.

Informasi yang dihasilkan dinilai cukup lengkap karena standar sistem memang dibuat mengikuti peraturan keuangan BLU. Pengembangan sistem di UNESA dibuat berdasarkan aturan yang ada sehingga telah mengakomodir kebutuhan atas laporan keuangan. Meskipun demikian masih terdapat system yang belum diimplementasikan dikarenakan kebijakan akuntansinya belum selesai dikembangkan yaitu system akuntansi asset. System ini telah dikembangkan namun masih menunggu penyempurnaan kebijakan akuntansi. Informasi memang dapat diakses secara cepat sehingga dapat digunakan sesuai tepat waktu. Namun, informasi yang dihasilkan masih dinilai kurang tepat waktu karena faktor ketidakdisiplinan dalam penatausahaan pertanggungjawaban kegiatan atau SPJ.

Informasi yang dihasilkan juga mudah dipahami oleh semua pihak yang berkepentingan karena informasi disajikan sesuai dengan standart yang telah dibakukan yaitu sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan. Selain itu, informasi yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan dan ditelusur kebenarannya dengan cara membandingkan data yang dihasilkan oleh system yang satu dengan yang lain.

Perbedaan laporan keuangan yang dihasilkan dari sisi pengakuan, pengukuran, dan penyajian/ pelaporan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA)

Kebijakan akuntansi belum disahkan

sehingga belum dapat menerapkan SAK secara penuh. Penerapan SAK yang belum secara penuh ini mengindikasikan bahwa laporan keuangan pada saat sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) belum memiliki perbedaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membawa dampak pada kegiatan dan keuangan yang ada di dalamnya. Pengalihan proses manual menuju penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) perlu dinilai pengaruhnya.

Tingkat penyerapan anggaran universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA dapat dilihat dari adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) tingkat kesesuaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategi semakin meningkat dan kecepatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) juga semakin meningkat.

Perbedaan pencapaian target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA). Adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membuat RM tercapai, anggaran PNBPN tidak mencapai 100% meskipun terjadi efisiensi dalam perencanaan dan belanja karena adanya anggaran yang tidak disiplin. Kondisi itu lebih parah karena panjar tidak sesuai dengan realisasi.

Akuntabilitas, efektifitas, efisiensi dan transparansi anggaran sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) sesuai PP 23 Tahun 2005, bahwa Rencana Belanja Anggaran (RBA) BLU harus dirancang sesuai dengan Rencana Strategi yang disusun. Sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akuntabilitas masih belum terlaksana. Setelah pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) juga belum dapat menciptakan akuntabilitas yang efektif.

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) cukup mempengaruhi efektivitas anggaran. Selain

itu, efisiensi dalam proses penggaran sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) atau masih dalam proses manual sangat kurang efisien. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akan menyebabkan proses penganggaran semakin cepat.

Sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) atau proses masih manual, transparansi anggaran masih sulit dilakukan. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akses informasi anggaran semakin mudah.

Penyelesaian Rencana Anggaran Belanja (RBA) dan revisinya sebelum dan setelah adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) tidak banyak berdampak bahkan frekuensi revisi semakin tinggi. Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) membuat pertanggung jawaban keuangan harus sesuai dengan apa yang direncanakan di Rencana Anggaran Belanja (RBA).

Kualitas ketersediaan informasi keuangan dalam kriteria: relevan, handal, lengkap, tepat waktu, dapat dipahami, dan dapat diverifikasi. Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) cukup mempengaruhi kualitas ketersediaan informasi. Kualitas ketersediaan informasi yang dihasilkan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) cukup relevan, lengkap, dapat dipahami dan dapat diverifikasi, namun belum handal dan belum tepat waktu.

Perbedaan laporan keuangan yang dihasilkan dari sisi pengakuan, pengukuran, dan penyajian/pelaporan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) masih belum banyak perbedaan karena kebijakan akuntansi belum disahkan sehingga belum dapat menerapkan SAK secara penuh.

Saran

Implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) yang diharapkan mampu memperbaiki kualitas informasi dan kemudahan keuangan Universitas Negeri Surabaya. Namun, dalam penerapannya secara nyata penggunaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) kurang berjalan secara efektif.

Hal ini dimungkinkan adanya kurang pemahaman pemakai sistem tentang cara penggunaan dan prosedur sistem sehingga sistem yang seharusnya dapat mempermudah kurang bermanfaat secara optimal. Selain itu, proses manual yang secara tidak langsung mempermudah revisi mengakibatkan pengguna sistem kurang memperhatikan ketelitian dan kebenaran anggaran karena pengguna mungkin berpikir anggaran masih bisa direvisi. Hal ini kurang sesuai dengan standart sistem yang biasanya lebih baku. Oleh karena itu, penggunaan sistem untuk revisi cenderung kurang dapat mempermudah keuangan bahkan cenderung mempersulitnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Layanan Umum, http://www.wikiapbn.org/artikel/Badan_Layanan_Umum, diakses 15-12-2012.
- Davis, F. 1989, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, Volume 13, pp. 319-340.
- Davis, Keith dan John W. Newstrom, 2001, *Perilaku dalam Organisasi*. Jilid 1, Terjemahan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fichman, Robert G., 1992, "Information Technology Diffusion: A review of Empirical Research", *Proceedings of the 13th International Conference on IS*, Dallas, http://www2.bc.edu/~fichman/Fichman_1992_ICIS_IT_Diff_Review.pdf
- Frambach, Rudd T. and Niels Schillewaert, 1999, "Organizational Innovation Adoption: A Multi-Level Framework of Determinants and Opportunities for Future Research." *Working Papers, ISBM Report 29-1999*, The Pennsylvania State University, <http://www.smeal.psu.edu/isbm/database.html>
- Gibson, James L., John M. Ivancevich and James H. Donnelly, Jr. 1996. *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*. Edisi Ketujuh. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indrajit, Richardus Eko, *Peranan Strategis T.I.K. Bagi Perguruan Tinggi*, <http://materi.uniku.ac.id/oleh-oleh%20malang/Aptikom-Akademik-9-PerananIT.pdf>

- Kast, Fremont E dan James F. Rosenzweig, 1990, *Organisasi dan Manajemen*, Edisi Keempat, Alih Bahasa: A. Hasymi Ali, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, 2003, *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- McLeod, Jr., Raymond and George Schell, 2001, *Management Information System*, Eighth Edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Nasution, S., 1996, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Tarsito
- Nazir, Moh., 1992, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Prescott, M.B. and C. Van Slyke, 2001, "The Internet as an Innovation", Paper, University of South Florida, <http://www.hsb.baylor.edu/ramsower/ais.ac.96/papers/Prescott.htm>
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum
- Robbins, Stephen P., 2001, *Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, dan Aplikasi*. Jilid 1, Edisi Delapan, Edisi Bahasa Indonesia, Pearson Asia Education, Pte., Ltd., Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Rogers, Everett, 1995, *Diffusion of Innovation*, New York: The Free Press.
- Schillewaert, Niels, Michael J. Ahearne, Ruud T. Frambach, and Rudy K. Moenaert, 2001, "The Acceptance of Information Technology in the Sales Force", Working Paper, eBusiness Research Center, The Pennsylvania State University, <http://www.ebrc.psu.edu>.
- Shih, Chuan-Fong and Alladi Venkatesh, 2002, "Beyond Adoption: Development and Application of Use Diffusion (UD) Model to Study Household Use of Computers", Working Paper, Center for Research on Information Technology and Organizations (CRITO), University of California, <http://www.crito.uci.edu/noah>
- Siagian, Sondang P., 2000, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara
- Smith, Bob, 1995, *Process Reengineering: The Thoughest Challenge*. Business Management. Februari 1995.
- Sugiono, 2011. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ketiga, Bandung: CV Alfabeta
- Vaughan, Paula J., 2005, *System Implementation Success Factors; It's not just the Technology*, University of Colorado at Boulder <http://spot.colorado.edu/~vaughan/SystemImplementationSuccessFactors.htm>
- West, Joel, 1999, "Organizational Decision for I.T. Standards Adoption: Antecedents and Consequences", Working Paper, Center for Research on Information Technology

-oOo-

KEPUASAN BELAJAR MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

S.S. Sulistiyono

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
e-mail: sulistiyono5758@yahoo.com

ABSTRACT

This quantitative descriptive research aims to obtain an overview of student's learning satisfaction at Mercu Buana University in terms of its lecturers, administration and facilities. The result shows that the average of student's satisfaction reached 75.26%. Meanwhile, the satisfaction towards the lecturers was 76.540%. The satisfaction towards the administration service, in addition, was 74.037%. Finally, the satisfaction towards the facilities provision reached 73.650%. There was almost no difference found in the averages of student's satisfaction coming from six faculties at Mercu Buana University. The lowest satisfaction was experienced by the students of Faculty of Engineering (70.344%) and the highest one was faced by the students of Faculty of Computer Science (77.280%). In regular classes, the lowest average of satisfaction was felt by the students of Faculty of Communication Studies (67.502%) and the highest one was faced by the students of Faculty of Computer Studies (80.097%). In executive classes, the lowest average of satisfaction was experienced by the students of Faculty of Planning and Design Engineering (71.733%) and the highest one was felt by the students of Faculty of Psychology (80.814%). Generally there was nearly no difference found in the average of student's satisfaction between regular class students and executive class students (74.761% to regular class and 75.789% to executive class).

Keywords : *Learning satisfaction, student's hope, university's performance*

ABSTRAK

Penelitian ini deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran kepuasan belajar siswa di Universitas Mercu Buana dalam hal dosen, administrasi dan fasilitas. Subyek penelitian ini adalah 379 siswa, terdiri dari 197 siswa kelas reguler dan siswa kelas eksekutif 182, yang berasal dari enam fakultas di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan mahasiswa mencapai 75,26%. Sementara itu, kepuasan terhadap dosen adalah 76,540%. Kepuasan terhadap pelayanan administrasi, di samping itu, adalah 74,037%. Akhirnya, kepuasan terhadap penyediaan fasilitas mencapai 73,650%. Ada hampir tidak ada perbedaan yang ditemukan dalam rata-rata kepuasan mahasiswa yang berasal dari enam fakultas di Universitas Mercu Buana. Kepuasan terendah dialami oleh mahasiswa Fakultas Teknik (70,344%) dan yang tertinggi dihadapi oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (77,280%). Di kelas reguler, rata-rata terendah kepuasan dirasakan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (67,502%) dan yang tertinggi dihadapi oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (80,097%). Di kelas eksekutif, rata-rata terendah kepuasan dialami oleh mahasiswa Fakultas Teknik Perencanaan dan Desain (71,733%) dan yang tertinggi dirasakan oleh mahasiswa Fakultas Psikologi (80,814%). Umumnya ada hampir tidak ada perbedaan yang ditemukan dalam rata-rata kepuasan mahasiswa antara mahasiswa kelas reguler dan siswa kelas eksekutif (74,761% untuk kelas reguler dan 75,789% untuk kelas eksekutif).

Kata kunci: *kepuasan dalam pembelajaran, harapan mahasiswa, kinerja universitas*

PENDAHULUAN

Proses pembelajaran di perguruan tinggi haruslah memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Hal ini penting karena di samping akan ikut menentukan keberhasilan pembelajaran (kualitas lulusan) juga menyangkut kredibilitas atau reputasi institusi perguruan tinggi itu. Mahasiswa akan merasa puas jika merasa terlayani dengan baik. Sumber-sumber yang mempengaruhi kepuasan belajar mahasiswa

secara umum dapat pilah menjadi tiga, yaitu : faktor administrasi, faktor dosen, dan faktor ketersediaan fasilitas. Dalam proses pembelajaran, mahasiswa berinteraksi dengan dosen maupun dengan sesama mahasiswa. Masing-masing mahasiswa mempunyai pengalaman yang berbeda dan berasal dari latar belakang sosial-budaya yang berbeda, sehingga sangat mungkin mereka juga memiliki harapan dan penilaian yang berbeda terhadap kinerja Universitas. Di samping itu masing-masing

dosen juga mempunyai ciri dan pengalaman, serta kebiasaan yang berbeda, sehingga mahasiswa dari masing-masing fakultas/program studi mungkin akan mempunyai kepuasan yang berbeda dalam proses pembelajaran, karena masing-masing memberikan penilaian yang berbeda terhadap dosen maupun kinerjanya. Bukti ini ditunjukkan oleh hasil penelitian Munawaroh (2010 ; 98) di STKIP PGRI Jombang yang menyimpulkan bahwa ada hubungan antara karakteristik dosen dengan kepuasan mahasiswa.

Universitas Mercu Buana merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang terkemuka di Jakarta mempunyai 6 fakultas, yaitu Fakultas Teknik Perencanaan dan Disain (FTPD), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Ilmu Komputer (Fasilkom), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom), dan Fakultas Psikologi (FPsi). Universitas Mercu Buana selalu berusaha meningkatkan sarana prasarana dan menyempurnakan kurikulum sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Namun demikian masih terdapat celah yang membuat mahasiswa belum merasa puas dengan usaha yang telah dilakukan oleh Universitas Mercu Buana. Hal ini tampak dari adanya berbagai keluhan terhadap kinerja Universitas yang diterima melalui Biro Humas UMB, dan yang menjadi sumber ketidakpuasan antara lain dosen (23,837%), pelayanan administrasi (18,604%), fasilitas (41,86%), dan lainnya (15,698%).

Kepuasan belajar mahasiswa secara tidak langsung akan meningkatkan kredibilitas Universitas, sedang ketidakpuasan mahasiswa akan menghancurkan kredibilitas Universitas. Di samping itu kepuasan mahasiswa akan meningkatkan motivasi belajar sehingga akan dapat meningkatkan prestasi belajarnya.

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran :

1. Bagaimana kepuasan belajar mahasiswa di Universitas Mercu Buana Jakarta ditinjau dari faktor administrasi, dosen, dan fasilitas
2. Faktor-faktor apa saja yang memberikan kepuasan belajar mahasiswa.
3. Faktor-faktor apa saja yang menjadi sumber ketidakpuasan belajar mahasiswa, sehingga menjadi prioritas usaha perbaikan.

LANDASAN TEORI

1. Kepuasan belajar

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu

produk atau jasa dan harapan-harapannya (Kotler, 2009:57). Sehingga kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, berarti seseorang itu tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, seseorang akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, seseorang amat puas atau senang. Kepuasan atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional, bukan hanya preferensi rasional, sehingga menghasilkan kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Perkuliahan atau proses pembelajaran merupakan kegiatan pokok diperguruan tinggi. Proses ini akan menentukan kualitas lulusannya. Dalam proses pembelajaran inilah mahasiswa berinteraksi aktif dengan dosen dan memberikan penilaiannya mengenai dosen yang bersangkutan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi siswa terhadap guru berkorelasi positif dengan sikapnya terhadap guru dan mata pelajaran yang diajarkan. Karena itu dosen perlu meningkatkan citra dirinya di hadapan mahasiswanya. Menurut Alma (2003), criteria dosen yang baik menurut pandangan mahasiswa adalah : (1) menguasai ilmu (materi kuliah), (2) menguasai metode pembelajaran, (3) mampu mengendalikan emosi, (4) disiplin, dan (5) jika berhalangan hadir sedapat mungkin harus menginformasikan beberapa hari sebelumnya, sehingga mahasiswa tidak perlu datang ke kampus dan menyia-nyiakan waktu.

Pelayanan administrasi mempunyai peran sangat penting dalam pengelolaan perguruan tinggi. Pelayanan administrasi khususnya kepada mahasiswa merupakan salah faktor sumber kepuasan mahasiswa. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap penilaian dan harapan mahasiswa. Kesigapan para staff (petugas) administrasi, ketulusan dalam melayani dan membantu, kesiapan menerima keluhan mahasiswa, dan sikap serta perilaku dalam memberikan pelayanan, merupakan cerminan dari kualitas administrasi perguruan tinggi itu. Faktor sumber kepuasan mahasiswa yang lain adalah ketersediaan fasilitas (sarana dan prasarana) yang memadai, seperti ruang kuliah dan perpustakaan yang lengkap dan nyaman, jaringan internet, foto copy, cafetaria, dan lain-lain.

2. Karakteristik Kepuasan dalam Industri Jasa Pendidikan

Pelanggan adalah seseorang atau sekelompok orang yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan baik produksi ataupun jasa. Kata pelanggan tidak hanya berarti pembeli, melainkan lebih luas. Kata pelanggan mempunyai pengertian pembeli (dalam konsep jual-beli), peserta didik dan orangtua (dalam bidang pendidikan), penumpang

(dalam pelayanan angkutan), penonton (dalam jasa hiburan), wisatawan (dalam layanan jasa perjalanan atau pariwisata). Dalam era global yang penuh persaingan kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu untuk merebut keunggulan dalam bersaing. Jika dihasilkan barang dan jasa yang tidak bermutu maka pelanggan akan lari, jika dihasilkan barang dan jasa yang harganya mahal, maka pelanggan akan berpindah pada penyedia barang atau jasa yang lebih murah namun dengan mutu yang sama. Jika dihasilkan barang atau jasa yang tidak diinginkan pelanggan, maka perusahaan akan bangkrut. Pelanggan menuntut imbalan yang minimalnya sesuai dengan pengorbanan yang diberikan. Setiap pelanggan memiliki harapan tertentu dari setiap pengorbanannya. Istilah lain yang mempunyai makna hampir sama pelanggan adalah konsumen, yaitu seseorang atau sekelompok orang yang memanfaatkan hasil dari suatu badan, perusahaan, institusi atau sering disebut sebagai orang yang mau membelanjakan uangnya untuk membeli sesuatu yang ditawarkan oleh suatu badan. Dengan demikian mahasiswa (pelanggan) sebagai orang yang mengambil manfaat dari jasa yang diberikan lembaga pendidikan dapat dikategorikan sebagai konsumen lembaga pendidikan. Menurut Kottler (2009) jasa memiliki empat karakteristik utama ketika diberikan kepada konsumen, yaitu : (1) *intangibility* (tak berwujud), artinya bahwa suatu jasa itu bersifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan, tidak dapat dilihat, didengar atau dinikmati oleh konsumen, (2) *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya bahwa jasa pada umumnya dikonsumsi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dengan demikian orang ini akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut, dan hal ini tidak berlaku bagi barang fisik yang diproduksi, ditempatkan pada persediaan, dan didistribusikan ke berbagai pengecer dan akhirnya dikonsumsi (3) *variability* (bervariasi), artinya bahwa jasa senantiasa mengalami perubahan, karena jasa tergantung pada siapa yang menyajikan dan dimana jasa tersebut diberikan, (4) *perishability* (tidak tahan lama) daya tahan suatu jasa tergantung pada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Kepuasan konsumen dalam bisnis pelayanan jasa dapat diukur dari kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan tentang pelayanan yang diterima (Zeithaml dalam Supranto, 2002). Harapan pelanggan mempunyai dua pengertian. Pertama, apa yang pelanggan yakini akan terjadi pada saat layanan disampaikan. Ke dua, apa yang diinginkan pelanggan untuk terjadi (harapan).

Penilaian adalah apa yang dilihat atau dialami setelah memasuki lingkungan yang diharapkan memberi sesuatu kepadanya. Secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan (*percieved performance*).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua variabel kognitif yaitu harapan sebelum membeli (*prepurchase expectation*), yaitu keyakinan tentang kinerja yang diantisipasi dari suatu produk jasa dan *disconfirmation* yaitu perbedaan persepsi antara prapembelian dan purnapembelian (*post purchase prescription*). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pendapat yang hampir sama dikemukakan oleh Kottler (dalam Supranto, 2002) bahwa kepuasan pelanggan adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberi jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan (mahasiswa). Harapan pelanggan (mahasiswa) dibentuk dengan segala persepsi, pengalaman masa lampau dan informasi. Pelanggan (mahasiswa) memilih penyedia jasa berdasarkan kualitas dan kepuasan yang dijanjikan, dan setelah menerima jasa itu, kemudian jasa itu dibandingkan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan (mahasiswa) tidak akan puas. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, maka akan terjadi kepuasan. Kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain kualitas dosen, mutu pelayanan administrasi, dan ketersediaan fasilitas. Berry dan Parasuraman (dalam Supranto, 2002:47) juga mengemukakan lima faktor dominan penentu mutu layanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan, yaitu : (1) *reliability* (keandalan) ; kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, (2) *responsiveness* (keresponsifan) ; kemauan untuk membantu pelanggan atau mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat, (3) *confidence* (keyakinan); pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, (4) *emphaty* (empati); syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan, dan (5) *tangible* (berwujud) :

penampilan fasilitas fisik, peralatan karyawan dan media komunikasi.

Kelima faktor tersebut jika diterapkan pada perguruan tinggi adalah sebagai berikut : (1) *reliability* (keandalan) adalah kemampuan universitas untuk memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, tepat, terpercaya, dan konsisten, (2) *responsiveness* (keresponsifan) yaitu kemauan universitas/fakultas untuk membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat, dan bermakna, serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan mahasiswa, misalnya penyediaan sarana-prasarana, (3) *assurance* (kepastian) yaitu kemampuan universitas/fakultas untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada mahasiswa, (4) *emphaty* (empati) yaitu kepedulian universitas/fakultas memberi perhatian secara pribadi. Jika mahasiswa mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus, (5) *tangible* (berwujud) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai media komunikasi. Misalnya gedung, penataan ruangan, kebersihan, dan peralatan fisik lainnya.

Diagram di bawah ini menunjukkan bagaimana penilaian mahasiswa terhadap lima faktor tersebut di atas mengenai seberapa besar kepentingan mahasiswa pada pelayanan yang diberikan oleh universitas dan seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa setelah memakai jasa pelayanan universitas.



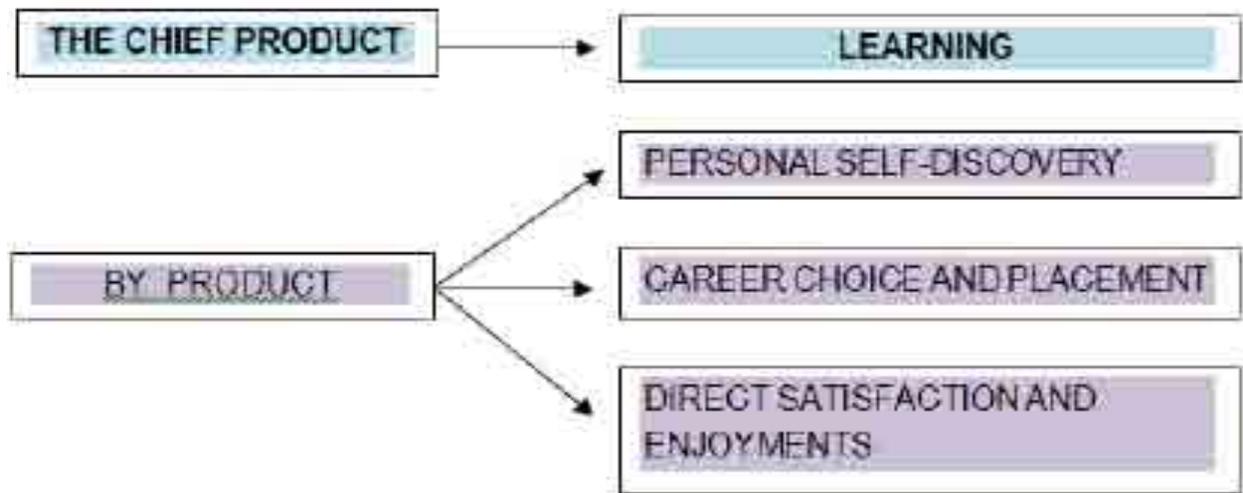
Gambar 1 : Bagan Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa

Perguruan Tinggi

Ada tiga macam produk perguruan tinggi, yaitu : instruction, research, and public services (Mohanan dan Hengst dalam Alma,2003) Ke tiga macam produk tersebut dikenal dengan sebutan tri dharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Namun Bowen (dalam Alma, 2003) menyatakan bahwa produk utama (*chief product*) perguruan tinggi adalah learning (belajar) dan produk sampingannya berupa : *personal discovery, career choice and placement*, serta *direct satisfaction and anjoyments*.

Mahasiswa tentu mempunyai banyak harapan seperti pada bagan 2 di atas, yaitu kematangan pribadi dengan tambahan pengalaman berinteraksi di kampus, adanya kesempatan kerja, pengembangan karier dan adanya kepuasan, kesenangan dan kebanggaan sebagai mahasiswa di sebuah perguruan tinggi.

Jika industri yang memproduksi barang mempunyai kebebasan menghasilkan barang secara masal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sedangkan industri jasa seperti perguruan tinggi, mempunyai beban tertentu yaitu harus menyesuaikan diri dengan pola-pola kebudayaan masyarakat/keuntungan ekonomis bagi pribadi mahasiswa, dan keuntungan lain bagi masyarakat. Perguruan tinggi sebagai industri jasa di samping harus dapat memberikan kepuasan yang maksimal juga mempunyai beban tanggung jawab menghasilkan lulusan yang berkualitas.



Gambar 2 : Produk Jasa Perguruan Tinggi

Dalam lembaga pendidikan tinggi, staff administrasi, dosen, dan fasilitas, sering kali tak disadari bahwa semua itu dapat merupakan “*trade mark*” bagi lembaga pendidikan itu. Lancar atau tidaknya, ramah atau kasarnya pelayanan, senyum atau cemberutnya staff administrasi/dosen dalam melayani mahasiswa/masyarakat akan sangat berkesan bagi yang menerima pelayanan. Seperti dikatakan oleh Litten (dalam Alma, 2003:45) bahwa :

“Marketers will have to develop a healthy understanding of respect for higher education. At the same time, institutional personnel must understand marketing. Without such behavior a worthy contribution to our institutional and systemic well-being could fall far short of its positive potensial by suffering a premature backlash rejection”.

Semua personel lembaga pendidikan perlu memahami misi dan tujuan memuaskan pelanggan. Jadi semua kegiatan dilakukan terarah pada tujuan yang sama, sehingga mampu memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan lembaga. Semua sumber daya yang ada diarahkan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan, sehingga tidak ada sumber yang terbuang sia-sia. Semua sumber didayagunakan oleh lembaga (perguruan tinggi) untuk menghasilkan produk dalam bentuk pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kuantitatif guna mengungkap fakta dan menginterpretasikan serta berusaha meng gambarkannya secara sistematis dan akurat

mengenai kepuasan belajar mahasiswa.

1. Operasionalisasi Variabel

Kepuasan belajar adalah rasio antara harapan dan kinerja menurut penilaian mahasiswa tentang aspek pendukung kegiatan belajar ditinjau dari segi *administrasi, dosen, dan fasilitas*. Kepuasan belajar ini dikenali melalui aspek *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta. Penentuan subjek penelitian dilakukan secara incidental sampling dengan memperhatikan latar belakang fakultasnya. Sehingga masing-masing fakultas terwakili dan diperoleh sample seperti tabel 1.

3. Alat Pengumpul Data

Untuk mengungkap kepuasan belajar mahasiswa akan digunakan skala kepuasan belajar. Skala ini mengukur penilaian mengenai harapan dan kinerja tiga segi, yaitu administrasi, dosen, dan fasilitas, dan masing-masing terdiri dari lima aspek, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Penskalaan pada skala ini berorientasi pada subjek atau lebih dikenal dengan nama skala Likert, dengan format respon pada dimensi harapan : SP (sangat penting), P (penting), TT (tidak tahu), TP (tidak penting), ST (sangat tidak penting). Format respon pada dimensi kinerja : SM (sangat memuaskan), M (memuaskan), RR (ragu-ragu), TM (tidak memuaskan), ST (sangat tidak memuaskan). Skala kepuasan belajar ini menggunakan format seperti pada tabel 2.

Tabel 1 : Komposisi Jumlah Subjek Penelitian

FAKULTAS	KELAS		JUMLAH
	REGULER	PKK	
FTPD	27	25	52
FT	29	20	49
FIKOM	27	27	54
FEB	40	38	78
FASILKOM	24	22	46
FPSI	50	50	100
JUMLAH	197	182	379

4. Analisis Data

Tingkat kepuasan mahasiswa adalah perbandingan antara skor kepentingan (harapan) mahasiswa dan skor kinerja universitas. Secara matematik dapat dinotasikan :

$$Tk = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tk = Tingkat kepuasan belajar

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan (harapan) mahasiswa

dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 5

e.Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepuasan belajar mahasiswa FEB dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 6

f.Fakultas Ilmu Komunikasi

Kepuasan belajar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 7

g.Fakultas Psikologi

Kepuasan belajar mahasiswa Fakultas Psikologi dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 8.

Tabel 2 : Format Skala Kepuasan Belajar

No	PERNYATAAN	HARAPAN			KINERJA							
		ST	TP	TT	P	SP	ST	TM	RR	M	SM	

Dari hasil analisis data yang terkumpul dari 379 responden diperoleh gambaran kepuasan belajar mahasiswa ditinjau dari segi dosen, administrasi, dan fasilitas adalah sebagai berikut :

a.Tingkat Universitas :

Secara umum mahasiswa UMB merasa puas atas pelayanan dosen, administrasi, dan kelengkapan fasilitas. Tingkat kepuasannya adalah 75,26%.

Kepuasan mahasiswa kelas reguler dan kelas karyawan masing-masing adalah 74,76 % dan 75,79%.

b.Fakultas Teknik Perencanaan dan Desain

Kepuasan belajar mahasiswa FTPD dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 3

c.Fakultas Teknik

Kepuasan belajar mahasiswa FT dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 4

d.Fakultas Ilmu Komputer

Kepuasan belajar mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer dilihat dari segi dosen, administrasi

Tabel 3 : Kepuasan mahasiswa FTPD terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	77.69	74.532	76.051
2	Adminstrasi / Karyawan	75.436	65.227	70.444
3	Fasilitas	79.606	76.600	75.191
4	Total	79.567	71.733	75.762

Tabel 4 : Kepuasan mahasiswa FT terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	71.118	78.383	74.133
2	Adminstrasi / Karyawan	67.042	69.192	67.917
3	Fasilitas	70.083	70.758	70.334
4	Total	69.166	72.768	70.344

Tabel 5 : Kepuasan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	80.501	80.666	80.526
2	Adminstrasi / Karyawan	80.374	73.668	77.185
3	Fasilitas	79.438	71.134	75.97
4	Total	80.097	75.844	77.280

Tabel 6 : Kepuasan mahasiswa FEB terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	83.139	73.945	78.630
2	Adminstrasi / Karyawan	74.541	77.441	75.707
3	Fasilitas	79.405	77.160	78.287
4	Total	78.421	76.058	76.998

Tabel 7 : Kepuasan mahasiswa FIKOM terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	68.421	80.632	74.22
2	Adminstrasi / Karyawan	67.662	70.936	69.295
3	Fasilitas	65.85	70.917	68.383
4	Total	67.502	74.035	70.844

Tabel 8 : Kepuasan mahasiswa Fakultas Psikologi terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas.

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	77.64	78.573	78.014
2	Adminstrasi / Karyawan	72.134	85.56	78.621
3	Fasilitas	70.95	77.699	74.046
4	Total	73.741	80.814	77.276

5. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan belajar mahasiswa UMB secara umum sebesar 75,26%, yang dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh UMB. Rata-rata kepuasan terhadap dosen 76.540 %, rata-rata kepuasan terhadap ketersediaan fasilitas 73.650%, dan rata-rata kepuasan terhadap pelayanan administrasi 74,037 %.

Dengan menggunakan diagram Kartesius dapat ditentukan urutan prioritas factor-faktor untuk meningkatkan kepuasan belajar mahasiswa, dan hasilnya adalah seperti pada gambar 3.

a. Kuadran A

Kuadran A adalah kuadran pertahankan

prestasi. Di kuadran ini tingkat kepentingan mahasiswa tentang factor-faktor kepuasan sangat tinggi dan tingkat pelaksanaan yang dirasakan oleh mahasiswa sudah baik., karena itu perlu dipertahankan oleh pihak universitas (fakultas). Yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Penguasaan ilmu dan materi yg diajarkan
2. Performance di depan kelas
3. Penguasaan materi dengan baik
4. Kesiadaan membantu mahasiswa yang belum memahami materi kuliah
5. Tanggap dlm menjawab bantuan yang dibutuhkan
6. Kemudahan dlm pelayanan
7. Kenyaman di ruang perpustakaan
8. Kenyaman ruang kuliah

b. Kuadran B

Kuadran B adalah kuadran prioritas utama karena kepentingan mahasiswa sangat tinggi, namun pelaksanaan yang dirasakan oleh mahasiswa belum memuaskan. Karena itu pihak universitas (fakultas) perlu memberi perhatian yang lebih terhadap factor-faktor yang ada pada kuadran ini karena sangat mempengaruhi ketidakpuasan mahasiswa. Yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Memberitahukan ketidakhadiran
2. Pengulangan materi scr singkat pada akhir kuliah
3. Cepat tanggap thd keluhan.
4. Keramahan staff karyawan
5. Fasilitas ruang kuliah
6. Kelengkapan laboratorium
7. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas penunjang perkuliahan

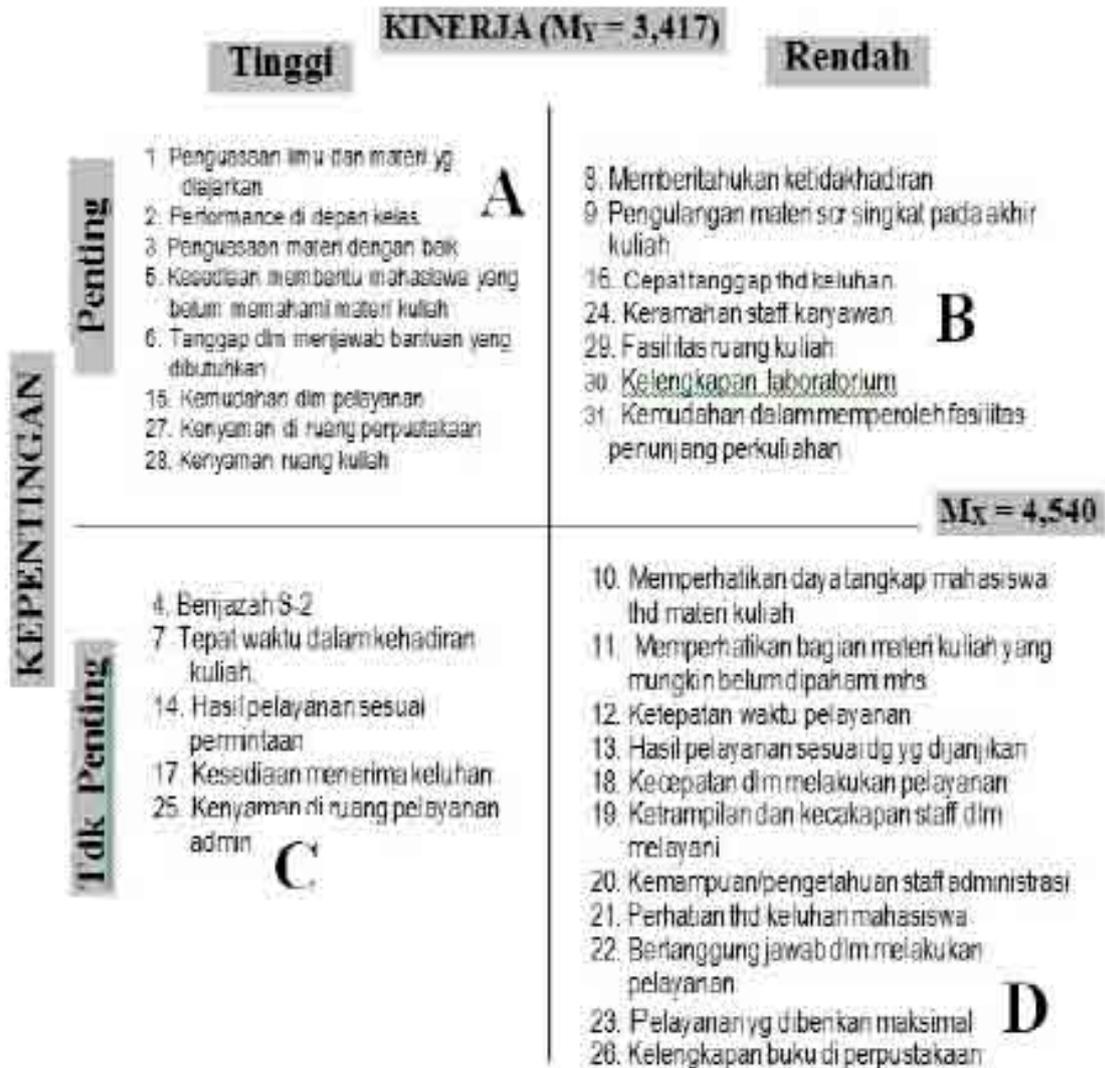
c. Kuadran C

Kuadran C adalah kuadran berlebihan, maksudnya bahwa kuadran ini memuat factor-faktor tingkat kepentingan mahasiswa yang rendah, namun pelaksanaannya oleh universitas (fakultas) dirasakannya lebih dari cukup. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Berijazah S-2.
2. Tepat waktu dalam kehadiran kuliah.
3. Hasil pelayanan sesuai permintaan.
4. Kesiadaan menerima keluhan.
5. Kenyaman di ruang pelayanan administrasi.

d. Kuadran D

Kuadran D disebut juga kudran prioritas



Gambar 3: Diagram Kartesius

rendah. Kuadran ini mencakup factor-faktor yang memuat tingkat kepentingan mahasiswa yang rendah, namun pelaksanaannya oleh universitas (fakultas) juga rendah. Kuadran ini kurang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Memperhatikan daya tangkap mahasiswa thd materi kuliah.
2. Memperhatikan bagian materi kuliah yang mungkin belum dipahami mahasiswa.
3. Ketepatan waktu pelayanan.
4. Hasil pelayanan sesuai dg yg dijanjikan.
5. Kecepatan dlm melakukan pelayanan.
6. Ketrampilan dan kecakapan staff dlm melayani.
7. Kemampuan / pengetahuan staff administrasi

8. Perhatian thd keluhan mahasiswa
9. Bertanggung jawab dlm melakukan pelayanan
10. Pelayanan yg diberikan maksimal
11. Kelengkapan buku di perpustakaan

KESIMPULAN

Secara umum mahasiswa merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh UMB. Rata-rata kepuasannya mencapai sebesar 75,26%. Kepuasan terhadap dosen mencapai 76,540%, kepuasan terhadap pelayanan administrasi mencapai 74,037%, dan kepuasan terhadap ketersediaan fasilitas mencapai 73,650%.

Rata-rata kepuasan mahasiswa dari enam fakultas yang ada di Universitas Mercu Buana hampir tidak ada perbedaan. Yang terendah kepuasannya adalah mahasiswa Fakultas Teknik (70,344%) dan yang paling tinggi mahasiswa

Fakultas Ilmu Komputer (77,280%).

Pada kelas reguler rata-rata kepuasannya yang paling rendah adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (67,502%) dan yang paling tinggi kepuasannya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (80,097%).

Pada kelas PKK rata-rata kepuasannya yang paling rendah adalah mahasiswa Fakultas Teknik Perencanaan dan Disain (71,733%) dan yang paling tinggi kepuasannya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi (80,814%).

Secara keseluruhan rata-rata kepuasan antara mahasiswa kelas reguler dan kelas PKK hampir tidak berbeda (74,761% untuk kelas reguler dan 75,789% untuk kelas PKK).

Di samping hasil-hasil tersebut, dari analisis data dan diagram kartesius, juga dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya adalah factor-faktor yang terdapat dalam kuadran A, yaitu :

a. Faktor Dosen :

1. Penguasaan ilmu dan materi yg diajarkan
2. Performance di depan kelas
3. Penguasaan materi dengan baik.
4. Kesiediaan membantu mahasiswa yang belum memahami materi kuliah
5. Tanggap dlm menjawab bantuan yang dibutuhkan

b. Faktor Administrasi :

Kemudahan dalam pelayanan

c. Faktor Fasilitas:

1. Kenyaman di ruang perpustakaan
2. Kenyaman ruang kuliah

2. Faktor yang perlu diprioritaskan pelaksanaannya adalah factor-faktor yang terdapat dalam kuadran B, yaitu :

a. Faktor Dosen :

1. Memberitahukan ketidakhadiran
2. Pengulangan materi secara singkat pada akhir kuliah
3. Cepat tanggap terhadap keluhan.

b. Faktor Administrasi :

Keramahan Staff karyawan

c. Faktor Fasilitas:

1. Fasilitas ruang kuliah
2. Kelengkapan laboratorium
3. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas penunjang perkuliahan

3. Faktor yang dilaksanakan dengan baik, namun dianggap kurang penting oleh mahasiswa, sehingga terkesan berlebihan, meliputi :

a. Faktor Dosen :

1. Berijazah S-2
2. Tepat waktu dalam kehadiran kuliah.

b. Faktor Karyawan/Administrasi, meliputi :

1. Hasil pelayanan sesuai permintaan
2. Kesiediaan menerima keluhan

c. Faktor Fasilitas, terdiri dari :

Kenyaman di ruang pelayanan administrasi

4. Faktor yang dinilai kurang penting oleh mahasiswa dan belum dilaksanakan dengan baik oleh universitas adalah :

a. Faktor Dosen :

1. Memperhatikan daya tangkap mahasiswa thd materi kuliah
2. Memperhatikan bagian materi kuliah yang mungkin belum dipahami mahasiswa

b. Faktor Administrasi :

1. Ketepatan waktu pelayanan
2. Hasil pelayanan sesuai dg yg dijanjikan
3. Kecepatan dlm melakukan pelayanan
4. Ketrampilan dan kecakapan staff dlm melayani
5. Kemampuan / pengetahuan staff administrasi
6. Perhatian thd keluhan mahasiswa
7. Bertanggung jawab dlm melakukan pelayanan
8. Pelayanan yg diberikan maksimal

c. Faktor Fasilitas

Kelengkapan buku di perpustakaan

1. Diskusi

Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir memang masih ada banyak keluhan mahasiswa terkait dengan pelayanan universitas/fakultas. Namun jika dicermati jumlah keluhan tersebut secara kuantitas semakin menurun, bahkan keluhan pada tahun akademik 2010-2011 yang mencapai 83 keluhan, pada tahun akademik 2011-2012 menurun menjadi 24 keluhan. Ini mengindikasikan bahwa ada peningkatan pelayanan yang dilaksanakan oleh UMB sehingga kepuasan mahasiswa juga meningkat. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa merasa puas terhadap kinerja/pelayanan universitas/fakultas. Bahkan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Kelas Reguler dan mahasiswa Fakultas Psikologi Kelas Karyawan merasa sangat puas.

Rata-rata kepuasan yang paling rendah dirasakan oleh mahasiswa Kelas Reguler Fakultas Ilmu Komunikasi. Jika dikaitkan dengan keluhan/komplain yang diterima melalui Biro Humas UMB, jumlah keluhan paling banyak dilakukan

oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, tampaknya hasil ini benar menunjukkan bahwa jumlah keluhan berbanding terbalik dengan tingkat kepuasan mahasiswa.

2. Keterbatasan Kajian

Penelitian ini hanya mendeskripsikan dan belum dapat membandingkan tingkat kepuasan mahasiswa antar fakultas maupun antara mahasiswa kelas reguler dan kelas karyawan yang ada di Universitas Mercu Buana Jakarta. Di samping itu penentuan subjeknya yang dilakukan secara incidental sampling, sehingga generalisasinya sangat terbatas. Namun demikian, peneliti tetap memperhatikan karakteristik subjek yakni mahasiswa yang duduk di semester III ke atas.

3. Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Saran Teoritis :

Untuk peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti kepuasan belajar dapat mengkaitkannya dengan presensi kuliah dan diferensiasi prestasi belajar. Hal ini perlu untuk mengetahui hubungan antara kepuasan belajar dengan presensi dan prestasi belajar atau sebaliknya. Di samping itu agar generalisasinya lebih luas, disarankan dapat menggunakan probability sampling.

2. Saran Praktis :

Kepada semua pihak terutama pemangku kepentingan, yaitu para pimpinan, dosen, dan staf administrasi agar dapat lebih memperhatikan kebutuhan-kebutuhan mahasiswa. Terutama kebutuhan yang dianggap mempunyai nilai kepentingan tinggi, namun pelaksanaannya oleh pihak universitas masih rendah, yaitu factor-faktor yang terdapat di kuadran B dan kuadran D dalam diagram Kartesius, yaitu :

a. Faktor Dosen :

1. Memberitahukan ketidakhadiran
2. Pengulangan materi secara singkat pada akhir kuliah
3. Cepat tanggap terhadap keluhan.
4. Memperhatikan daya tangkap mahasiswa terhadap materi kuliah
5. Memperhatikan bagian materi kuliah yang belum dipahami mahasiswa

b. Faktor Administrasi :

1. Keramahan Staff karyawan
2. Ketepatan waktu pelayanan
3. Hasil pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan

4. Ketrampilan dan kecepatan staff dalam melayani
5. Kemampuan/pengetahuan staff administrasi
6. Perhatian terhadap keluhan mahasiswa
7. Bertanggung jawab dalam melakukan pelayanan
8. Memberikan pelayanan secara maksimal

c. Faktor Fasilitas:

1. Fasilitas ruang kuliah
2. Kelengkapan laboratorium
3. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas penunjang perkuliahan
4. Kelengkapan buku di perpustakaan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2003, Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan, Bandung, Alfabeta
- Daldiyono, 2009, How to Be a Real and Successful Student, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Ebel, Robert, 1986, Essentials of Educational Measurement, New York, Prentice Hall
- Endar Sugianto, 1999, Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Phillip, 2009, Manajemen Pemasaran (Edisi 13), Jakarta, Erlangga
- Munandar, Ashar S., 2000, Psikologi Industri dan Organisasi, Jakarta, Universitas Indonesia
- Munawaroh, Siti, 2010, Hubungan antara Karakteristik Dosen dengan Kepuasan Mahasiswa dalam Proses Belajar Pembelajaran pada Program Studi Ekonomi Angkatan 2009 di STKIP PGRI Jombang : Skripsi, STKIP PGRI Jombang (tidak terbit)
- Nawawi, Hadari, 2001, Management Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif, Yogyakarta, Universitas Gajah Mada
- Supranto, J., 2002, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Jakarta, Rineka Cipta.
- The Liang Gie, 2000, Cara Belajar yang Baik bagi Mahasiswa, Yogyakarta, Universitas Gajah Mada

<http://elqorni.wordpress.com/2008/05/03konsumendankepuasannya/17;16/28Februari2010>

html17;03/24Februari2010

<http://punyalea.blogspot.com/2007/05/10/kepuasan-pelangan-sepenuhnya-total>.

<http://my.opera.com/winsolu/blog/2009/02/05/mengukur-tingkat-kepuasan-pelangan-bisnis-kita16;27,24 2 2010>.

-oOo-

PERANAN UNDANG UNDANG PERPAJAKAN DALAM MENYELAMATKAN UANG NEGARA DARI HASIL KORUPSI

Samsuri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
e-mail : samsuri@yahoo.com

ABSTRACT

Corruption is an extraordinary crime, which is the source of poverty of millions of Indonesian people. As mentioned in the preamble of Act No. 20 of 2001 on Eradication of Corruption, also in the General Explanation of Law No. 30 Year 2002 on Corruption Eradication Commission (KPK). One element in the crime of corruption is the financial loss the State. Against this loss of state determined that the financial losses the state must be restored or replaced by corruption. But unfortunately many corruption cases are decided by the court was not accompanied by the results of the command to return the money to the state's corruption. Therefore there should be a breakthrough to add layered with criminal charges that fiscal corruption money can be returned to the state.

Keywords: *Corruption, Budget, KPK, Extra Ordinary Crimes, Criminal Fiscal.*

ABSTRAK

Korupsi adalah sebuah kejahatan luar biasa (extra ordinary crimes), yang merupakan sumber kemiskinan dari jutaan rakyat Indonesia. Demikian disebutkan dalam konsideran Undang Undang Nomor 20 tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, juga dalam Penjelasan Umum Undang Undang Nomor 30 Tahun 2002 Tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi (KPK). Salah satu unsur dalam tindak pidana korupsi ialah adanya kerugian keuangan Negara. Terhadap kerugian negara ini ditetapkan bahwa kerugian keuangan negara harus dikembalikan atau diganti oleh pelaku korupsi. Namun sayang banyak kasus korupsi yang diputus oleh pengadilan tidak disertai dengan perintah mengembalikan uang hasil korupsinya itu kepada negara. Oleh karena itu perlu diadakan terobosan untuk menambahkan dakwaan berlapis dengan pidana fiskal agar uang hasil korupsi dapat kembali ke negara.

Kata kunci: *Korupsi, APBN, KPK., Extra Ordinary Crimes, Pidana Fiskal.*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Secara konstitusional, korupsi diakui sebagai kejahatan luar biasa (extra ordinary crimes). Dalam prakteknya, kasus korupsi yang terungkap cenderung direduksi menjadi persoalan oknum, bukan persoalan sistem ataupun kultur.

Tidak sulit menemukan kultur koruptif di instansi pemerintah. Salah satu godaan kuat orang berani korupsi adalah karena mereka merasa tidak sendirian. Korupsi dilakukan beramai-ramai dan tertib, dalam lingkungan yang saling kenal dengan pengaplingan jatah, semua kebagian. Bila korupsi itu ketahuan maka penanganan secara internal didahulukan. Penyelesaian secara adat diutamakan, itu semua untuk menjaga citra. Kalaupun ada sanksi biasanya pejabat terkait dimutasikan, agar

yang bersangkutan tidak terlalu sakit hati dan beryanyi tentang kebobrokan instansinya. Rekan sejawat dan atasan saling melindungi. Kultur tahu sama tahu dan pembiaran menyuburkan perilaku koruptif.

Kasus-kasus korupsi yang sudah diputus oleh pengadilan, acapkali tidak disertai kewajiban terpidana untuk mengembalikan uang hasil korupsi. Padahal seharusnya uang negara tersebut harus dikembalikan kepada negara.

Identifikasi Masalah

Tulisan ini akan membahas tentang:

1. Bagaimana Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, dapat dilaksanakan sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara ?
2. Hambatan-hambatan apa yang dihadapi

pengadilan dalam melaksanakan instrumen Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dalam upaya menyelamatkan uang negara tersebut ?

3. Bagaimana peranan Undang Undang Perpajakan dapat digunakan sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara ?

Dari permasalahan tersebut di atas diharapkan dapat dicari jalan keluarnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah :

1. Untuk mendapatkan informasi dan kejelasan mengenai ke efektifan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara dari hasil korupsi.
2. Penulis ingin mengetahui hambatan- hambatan yang dihadapi pengadilan dalam melaksanakan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dalam upaya menyelamatkan uang negara.
3. Penulis ingin meyakinkan bahwa Undang – undang perpajakan dapat digunakan untuk menyelamatkan uang negara akibat korupsi.

Seperti diketahui, proses pengungkapan kasus korupsi memerlukan waktu yang cukup panjang, yaitu sejak dimulainya penyidikan sampai dengan pemberkasan. Jangka waktu tersebut masih ditambah lagi dengan adanya masa persidangan yang dapat berlarut- larut. Seandainya jaksa penuntut umum dalam kasus tersebut menang dalam persidangan, masih dibutuhkan waktu lagi sampai dengan putusan yang tertinggi mempunyai kekuatan hukum tetap.

Peraturan perundang- undangan perpajakan dapat memberikan kontribusi untuk mengamankan penerimaan negara. Pada dasarnya apabila orang telah melakukan tindak pidana korupsi maka dapat dijerat melalui pembuktian bahwa yang bersangkutan telah melakukan tindak pidana fiskal.

METODOLOGI

Sumber Data

1. Data kepustakaan, yang meliputi : tulisan para sarjana, surat- surat edaran, majalah- majalah ilmiah, data- data elektronik dan lain- lain

bentuk bahan kepustakaan.

2. Data lapangan, berupa hasil wawancara dengan pejabat Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak, para praktisi di bidang hukum, akuntansi dan perpajakan, yaitu dengan Pengacara / Advokad, Akuntan Publik dan Asosiasi Teknisi Perpajakan Indonesia.

Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan tulisan ini diperoleh dengan jalan sebagai berikut :

1. Library study :

Diperoleh bahan dari membaca buku- buku, majalah- majalah, peraturan perundang – undangan yang berhubungan dengan masalah yang ada dalam tulisan ini.

2. Survey :

Dalam survey diadakan personal interview dengan instansi yang berwenang menangani penyidikan tentang delik Pidana Fiskal, yaitu Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak dan interview dengan beberapa praktisi di bidang hukum, akuntansi dan perpajakan.

Kemudian dari keterangan dan data yang diperoleh dari pejabat- pejabat yang bersangkutan ditambah dengan beberapa keterangan masyarakat, disusunlah data secara sistematis dan dinilai serta diolah untuk mencari jawaban terhadap masalah yang diajukan.

Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam membahas tulisan ini ialah dengan mempergunakan metode Deskriptif Analitis.

1. Deskriptif, dalam hal ini berarti memaparkan kenyataan yang ada dalam praktek mengenai penerapan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dan Tindak Pidana Fiskal menurut Pasal 39 Undang – undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang – undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009.
2. Analisis, berarti data yang telah ada tersebut disusun, dijelaskan kemudian dianalisa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerugian Keuangan Negara Harus Dikembalikan Pasal 18 Undang Undang

Nonor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, menyebutkan sebagai berikut:

- (1). Selain pidana tambahan sebagaimana dimaksud dalam Kitab Undang- Undang Hukum Pidana, sebagai pidana tambahan adalah :
 - a. perampasan barang bergerak yang berwujud atau yang tidak berwujud atau barang tidak bergerak yang digunakan untuk atau yang diperoleh dari tindak pidana korupsi, termasuk perusahaan milik terpidana di mana tindak pidana korupsi dilakukan, begitu pula dari barang yang menggantikan barang-barang tersebut;
 - b. pembayaran uang pengganti yang jumlahnya sebanyak-banyaknya sama dengan harta benda yang diperoleh dari tindak pidana korupsi;
 - c. penutupan seluruh atau sebagian perusahaan untuk waktu paling lama 1 (satu) tahun;
 - d. pencabutan seluruh atau sebagian hak-hak tertentu atau penghapusan seluruh atau sebagian keuntungan tertentu, yang telah atau dapat diberikan oleh Pemerintah kepada terpidana.
 - (2) Jika terpidana tidak membayar uang pengganti sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b paling lama dalam waktu 1 (satu) bulan sesudah putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap, maka harta bendanya dapat disita oleh jaksa dan dilelang untuk menutupi uang pengganti tersebut.
 - (3) Dalam hal terpidana tidak mempunyai harta benda yang mencukupi untuk membayar uang pengganti sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b, maka dipidana dengan pidana penjara yang lamanya tidak melebihi ancaman maksimum dari pidana pokoknya sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang ini dan lamanya pidana tersebut sudah ditentukan dalam putusan pengadilan.
- 3. UU Korupsi yang berlaku saat ini, yaitu UU no.31 tahun 1999 jo UU no.20 tahun 2001 dengan tegas menyatakan penggunaan instrumen perdata, sebagaimana disebutkan dalam pasal 32, 33, 34, UU no.31 tahun 1999 dan pasal 38 C UU no.20 tahun 2001.**

a. Proses Perdata:

1. Kasus perdata yang timbul sehubungan dengan penggunaan instrumen perdata tersebut adalah sebagai berikut:
Bila penyidik menangani kasus yang secara nyata telah ada kerugian keuangan negara, tetapi tidak terdapat cukup bukti untuk membuktikan unsur-unsur pidana korupsi, maka penyidik menghentikan penyidikan yang dilakukan. Dalam hal ini penyidik menyerahkan berkas perkara hasil penyidikannya kepada JPN atau kepada instansi yang dirugikan, untuk dilakukan gugatan perdata terhadap bekas tersangka yang telah merugikan keuangan negara tersebut (pasal 32 ayat (1) UU no.31 tahun 1999)
2. Hakim dapat menjatuhkan putusan bebas dalam perkara korupsi, meskipun secara nyata telah ada kerugian negara, karena unsur-unsur pidana korupsi tidak terpenuhi. Dalam hal ini penuntut umum (PU) menyerahkan putusan Hakim kepada JPN atau kepada instansi yang dirugikan, untuk dilakukan gugatan perdata terhadap bekas terdakwa yang telah merugikan keuangan negara (pasal 32 ayat (2) UU no.31 tahun 1999) .
3. Bahwa upaya pengembalian kerugian keuangan negara dengan menggunakan instrumen perdata, sepenuhnya tunduk pada disiplin hukum perdata materiil maupun formil, meskipun berkaitan dengan tindak pidana korupsi.
4. Berbeda dengan proses pidana yang menggunakan sistem pembuktian materiil, maka proses perdata menganut sistem pembuktian formil yang dalam prakteknya bisa lebih sulit daripada pembuktian materiil.

Dalam proses perdata **beban pembuktian** merupakan **kewajiban penggugat**. Dalam hubungan ini penggugat berkewajiban membuktikan antara lain:

Bahwa secara nyata telah terjadi kerugian keuangan negara yaitu akibat dari perbuatan tersangka, terdakwa atau terpidana.

Untuk melaksanakan gugatan perdata tersebut sungguh tidak mudah. Hal- hal yang menjadi masalah dalam praktek dapat dicontohkan seperti di bawah ini.

Dalam pasal 32, 33 dan 34 UU no.31 tahun 1999 terdapat rumusan “secara nyata telah ada kerugian

negara”. Penjelasan pasal 32 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan “secara nyata telah ada kerugian negara” adalah kerugian negara yang sudah dapat dihitung jumlahnya berdasarkan hasil temuan instansi yang berwenang atau akuntan publik” Jadi pengertian “nyata” disejajarkan atau diberi bobot hukum sama dengan pengertian “terbukti”. Dalam sistem hukum kita, **hanya Hakim dalam suatu persidangan pengadilan mempunyai hak untuk menyatakan sesuatu terbukti atau tidak terbukti**. Perhitungan instansi yang berwenang atau akuntan publik tersebut dalam sidang pengadilan tidak mengikat hakim. Hakim tidak akan serta merta menerima perhitungan tersebut sebagai perhitungan yang benar, sah dan mengikat. Demikian halnya dengan tergugat (tersangka, terdakwa atau terpidana) juga dapat menolaknya sebagai perhitungan yang benar, sah dan dapat diterima. Siapa yang dimaksud dengan “instansi yang berwenang”, juga tidak jelas; mungkin yang dimaksud instansi seperti BPKP atau BPK. Mengenai “akuntan publik”, juga tidak dijelaskan siapa yang menunjuk akuntan publik tersebut; penggugat atau tergugat atau pengadilan? Penggugat (JPN atau instansi yang dirugikan) harus dapat membuktikan bahwa tergugat (tersangka, terdakwa atau terpidana) telah merugikan keuangan negara dengan melakukan perbuatan tanpa hak (*onrechmatige daad, factum illicitum*). Beban ini sungguh tidak ringan, tetapi penggugat harus berhasil untuk bisa menuntut ganti rugi. Kalau harta kekayaan tergugat (tersangka, terdakwa atau terpidana) pernah disita, hal ini akan memudahkan penggugat (JPN atau instansi yang dirugikan) untuk melacaknya kembali dan kemudian dapat dimohonkan oleh penggugat agar Hakim melakukan sita jaminan (*conservatoir beslag*). Tetapi bila harta kekayaan tergugat belum (tidak pernah disita), maka akan sulit bagi penggugat untuk melacaknya; kemungkinan besar hasil korupsi telah diamankan dengan di atas namakan orang lain. Pasal 38 C UU nomor 20 tahun 2001 menyatakan bahwa terhadap “harta benda milik terpidana yang diduga atau patut diduga berasal dari tindak pidana korupsi yang belum dikenakan perampasan untuk negara..... negara dapat melakukan gugatan perdata”. Dengan bekal “dugaan atau patut diduga” saja penggugat (JPN atau instansi yang dirugikan) pasti akan gagal menggugat harta benda tergugat (terpidana). Penggugat harus bisa membuktikan secara hukum bahwa harta benda tergugat berasal dari tindak pidana korupsi; “dugaan atau patut diduga” sama sekali tidak mempunyai

kekuatan hukum dalam proses perdata.

5. Proses perkara perdata dalam prakteknya berlangsung dengan memakan waktu panjang, bahkan bisa berlarut-larut. Tidak ada jaminan bahwa perkara perdata yang berkaitan dengan perkara korupsi akan memperoleh prioritas. Di samping itu, sebagaimana pengamatan umum bahwa putusan Hakim perdata sulit diduga (*unpredictable*)

b. Mengutip pemberitaan melalui JAKARTA, KOMPAS, com. Tanggal 14/1/2013, sebagai berikut :

“Bukan soal kesulitan tapi sejauh mana, tergantung alat bukti yang dimiliki oleh penyidik KPK. Tentunya KPK tidak perlu diajari pakai TPPU. Semangat KPK untuk Indonesia yang lebih baik. KPK belum terapkan TPPU karena kurangnya bukti-bukti,” kata Johan di Jakarta, Senin (14/1/2013).

Namun, menurut Johan, dalam kasus Angelina, KPK telah mengupayakan perampasan aset pelaku tindak pidana korupsi melalui penerapan Pasal 18 Undang-Undang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi. Pasal ini mengatur soal pidana tambahan berupa penggantian uang kerugian negara. Perampasan barang bergerak atau tidak bergerak yang digunakan untuk atau yang diperoleh dari tindak pidana korupsi oleh seorang terdakwa.

Sayangnya, penerapan Pasal 18 dalam kasus Angie ini tidak berhasil. Majelis hakim Tindak Pidana Korupsi Jakarta tidak sependapat dengan jaksa dalam penerapan pasal ini sehingga Angelina tidak diharuskan membayar uang pengganti miliaran rupiah seperti yang dituntut jaksa KPK. Namun, kata Johan, KPK kembali menguji penerapan Pasal 18 tersebut melalui upaya banding. Lembaga antikorupsi itu tengah menyusun memori banding atas putusan Angie tersebut.

c. Pembuktian Terbalik

Pembuktian kasus korupsi di Indonesia dirasakan sangat pelik, hal ini disebabkan selain proses penegakannya, juga kebijakan legislasi yang produknnya

masih bersifat multi-interpretasi, sehingga banyak ditemukan beberapa kelemahan di dalamnya. Salah satu contoh adalah UU Nomor 31 Tahun 1999 dan UU Nomor 20 Tahun 2001 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, yang antara lain menyebutkan bahwa tindak pidana korupsi merupakan tindak pidana yang luar biasa (*extra ordinary crime*) sehingga diperlukan tindakan yang luar biasa pula (*extra ordinary measures*). Benarkah pernyataan tersebut sesuai dengan implementasinya? Ternyata tidak semuanya benar.

Secara tegas ada kesalahan dan ketidakjelasan perumusan norma tentang beban pembuktian terbalik dalam ketentuan Pasal 12B UU 31 Tahun 1999 dan UU 20 Tahun 2001. Ketentuan Pasal 12 B ayat (1) berbunyi: "setiap gratifikasi kepada pegawai negeri atau penyelenggara negara dianggap pemberian suap apabila berhubungan dengan jabatannya dan yang berlawanan dengan kewajiban atau tugasnya, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. yang nilainya Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) atau lebih, pembuktian bahwa gratifikasi tersebut bukan merupakan suap dilakukan oleh penerima gratifikasi;
- b. yang nilainya kurang dari Rp 10.000.000, (sepuluh juta rupiah), pembuktian bahwa gratifikasi tersebut suap dilakukan oleh penuntut umum."

Ada beberapa kesalahan fundamental dari kebijakan legislasi di atas :

Pertama, dikaji dari perumusan tindak pidana, ketentuan tersebut menimbulkan kesalahan dan ketidakjelasan norma asas beban pembuktian terbalik. Di satu sisi, asas beban pembuktian terbalik akan diterapkan kepada penerima gratifikasi berdasarkan Pasal 12B ayat (1) huruf a yang berbunyi, "...yang nilainya Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) atau lebih, pembuktian bahwa gratifikasi tersebut bukan merupakan suap dilakukan oleh penerima gratifikasi". Akan tetapi di sisi lainnya tidak mungkin diterapkan kepada penerima gratifikasi oleh karena ketentuan pasal tersebut secara tegas mencantumkan redaksional, "...setiap gratifikasi kepada pegawai negeri atau penyelenggara negara dianggap pemberian

suap apabila berhubungan dengan jabatannya dan yang berlawanan dengan kewajiban atau tugasnya". Maka adanya perumusan semua unsur inti delik jika dicantumkan secara lengkap dan jelas dalam satu pasal akan membawa implikasi yuridis, yaitu adanya keharusan dan kewajiban jaksa penuntut umum untuk melakukan pembuktian sesuai dengan perumusan delik dalam pasal yang bersangkutan (jadi tidak perlu adanya batasan jumlah uang).

Kedua, terdapat pula kesalahan dan kekeliruan perumusan norma ketentuan Pasal 12B Undang-undang Nomor 20 Tahun 2001 sepanjang redaksional "...dianggap pemberian suap". Apabila suatu gratifikasi yang telah diterima oleh pegawai negeri atau penyelenggara negara maka gratifikasi tersebut bukan dikategorikan "dianggap pemberian suap" akan tetapi sudah termasuk tindakan "penyuapan". Eksistensi asas beban pembuktian terbalik sesuai norma hukum pidana ada bukan ditujukan kepada gratifikasi dengan redaksional "...dianggap suap" akan tetapi harus kepada dua unsur rumusan sebagai bagian inti delik , yaitu yang berhubungan dengan jabatannya dan yang bertentangan dengan kewajiban.

Ketiga, dikaji dari perspektif ketentuan sistem hukum pidana khusus dihubungkan dengan Konvensi PBB Anti korupsi Tahun 2003 yang diratifikasi Indonesia dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2006. Hakikatnya, dari dimensi ini maka beban pembuktian terbalik tersebut dilarang terhadap kesalahan orang, karena potensial akan melanggar HAM, bertentangan dengan asas praduga tidak bersalah sehingga menimbulkan pergeseran pembuktian menjadi asas praduga bersalah atau asas praduga korupsi.

Selain itu bersimpangan dengan ketentuan Pasal 66 KUHP, ayat (1), (2) yang mensyaratkan terdakwa tidak dibebankan kewajiban pembuktian dan Pasal 67 ayat (1) huruf (i) Statuta Roma Mahkamah Pidana Internasional (International Criminal court/ ICC), Pasal 11 ayat (1) Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (HAM), Dari apa yang telah diuraikan di atas maka sebenarnya beban pembuktian terbalik

dalam perundang-undangan Indonesia “**ada**” di tataran kebijakan legislasi akan tetapi “**tidak ada**” dan “**tidak bisa**” dilaksanakan dalam kebijakan aplikasinya.

3. Pajak Penghasilan (PPh)

Landasan hukum yang dijadikan dasar untuk menangani masalah korupsi adalah Undang Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan (UU PPh) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang Undang Nomor 36 Tahun 2008 dan Undang Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang Undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Undang Undang Nomor 16 Tahun 2009. Penentuan apakah suatu jenis penghasilan merupakan obyek pajak diatur dalam UU PPh, sedangkan ketentuan yang mengatur tentang prosedur pemenuhan kewajiban perpajakan beserta sanksinya diatur dalam UU KUP.

Obyek Pajak

Undang Undang Pajak Penghasilan tidak membedakan apakah suatu jenis penghasilan diperoleh secara halal atau tidak sepanjang memenuhi kriteria Pasal 4 Undang Undang PPh yang mengatur tentang definisi penghasilan, yaitu :

..... *setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun, termasuk*

Definisi tersebut kemudian memberikan contoh jenis- jenis penghasilan yang menjadi obyek pajak, antara lain :

- a. penggantian atau imbalan berkenaan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh termasuk gaji, upah, tunjangan, honorarium, komisi, bonus, gratifikasi, uang pensiun, atau imbalan dalam bentuk lainnya, kecuali ditentukan lain dalam Undang-Undang ini;
- b. hadiah dari undian atau pekerjaan atau kegiatan, dan penghargaan;
- c. laba usaha;
- d. keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta termasuk:
 1. keuntungan karena pengalihan harta

- kepada perseroan, persekutuan, dan badan lainnya sebagai pengganti saham atau penyertaan modal;
 2. keuntungan karena pengalihan harta kepada pemegang saham, sekutu, atau anggota yang diperoleh perseroan, persekutuan, dan badan lainnya;
 3. keuntungan karena likuidasi, penggabungan, peleburan, pemekaran, pemecahan, pengambilalihan usaha, atau reorganisasi dengan nama clan dalam bentuk apa pun;
 4. keuntungan karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan; dan
 5. keuntungan karena penjualan atau pengalihan sebagian atau seluruh hak penambangan, tanda turut serta dalam pembiayaan, atau permodalan dalam perusahaan pertambangan.
- e. penerimaan kembali pembayaran pajak yang telah dibebankan sebagai biaya dan pembayaran tambahan pengembalian pajak;
 - f. bunga termasuk premium, diskonto, dan imbalan karena jaminan pengembalian utang;
 - g. dividen, dengan nama dan dalam bentuk apa pun, termasuk dividen dari perusahaan asuransi kepada pemegang polis, dan pembagian sisa hasil usaha koperasi;
 - h. royalti atau imbalan atas penggunaan hak;
 - i. sewa dan penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta;
 - j. penerimaan atau perolehan pembayaran berkala;
 - k. keuntungan karena pembebasan utang, kecuali sampai dengan jumlah tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah;
 - l. keuntungan selisih kurs mata uang asing;
 - m. selisih lebih karena penilaian kembali aktiva;
 - n. premi asuransi;
 - o. iuran yang diterima atau diperoleh perkumpulan dari anggotanya yang terdiri dari Wajib Pajak yang menjalankan usaha atau pekerjaan bebas;

- p. tambahan kekayaan neto yang berasal dari penghasilan yang belum dikenakan pajak;
- q. penghasilan dari usaha berbasis syariah;
- r. imbalan bunga sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan; dan
- s. surplus Bank Indonesia.

Jenis- jenis penghasilan tersebut di atas, yang diatur dalam Pasal 4 ayat (1) UU PPh, tidak bersifat liminitif, sebab didahului dengan kata "termasuk". Jadi di luar jenis penghasilan tersebut, sepanjang tidak disebut dalam Pasal 4 ayat (3) , semua penghasilan adalah obyek pajak tanpa melihat apakah suatu jenis penghasilan tersebut halal atau tidak.

Pasal 4 ayat (3) mengatur tentang penghasilan yang Bukan Obyek Pajak, yaitu :

- a.1. bantuan atau sumbangan, termasuk zakat yang diterima oleh badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah dan yang diterima oleh penerima zakat yang berhak atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi pemeluk agama yang diakui di Indonesia, yang diterima oleh lembaga keagamaan yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah dan yang diterima oleh penerima sumbangan yang berhak, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah; dan
- 2. harta hibahan yang diterima oleh keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat, badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan;
- b. warisan;
- c. harta termasuk setoran tunai yang diterima oleh badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) huruf b sebagai pengganti saham atau sebagai pengganti penyertaan modal;
- d. penggantian atau imbalan sehubungan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh dalam bentuk natura dan/atau kenikmatan dari Wajib Pajak atau Pemerintah, kecuali yang diberikan oleh bukan Wajib Pajak, Wajib Pajak yang dikenakan pajak secara final atau Wajib Pajak yang menggunakan norma penghitungan khusus (deemed profit) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15;
- e. pembayaran dari perusahaan asuransi kepada orang pribadi sehubungan dengan asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa, asuransi dwiguna, dan asuransi bea siswa;
- f. dividen atau bagian laba yang diterima atau diperoleh perseroan terbatas sebagai Wajib Pajak dalam negeri, koperasi, badan usaha milik negara, atau badan usaha milik daerah, dari penyertaan modal pada badan usaha yang didirikan dan bertempat kedudukan di Indonesia dengan syarat:
 1. dividen berasal dari cadangan laba yang ditahan; dan
 2. bagi perseroan terbatas, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah yang menerima dividen, kepemilikan saham pada badan yang memberikan dividen paling rendah 25% (dua puluh lima persen) dari jumlah modal yang disetor.
- g. iuran yang diterima atau diperoleh dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan Menteri Keuangan, baik yang dibayar oleh pemberi kerja maupun pegawai;
- h. penghasilan dari modal yang ditanamkan oleh dana pensiun sebagaimana dimaksud pada huruf g, dalam bidang-bidang tertentu yang ditetapkan dengan Keputusan Menteri Keuangan;
- i. bagian laba yang diterima atau diperoleh anggota dari perseroan komanditer yang perkumpulan, firma, dan kongsi, termasuk pemegang unit penyertaan modalnya tidak terbagi atas saham-saham, persekutuan, kontrak investasi kolektif;
- j. dihapus;
- k. penghasilan yang diterima atau diperoleh perusahaan modal ventura berupa bagian laba dari badan pasangan usaha yang didirikan dan menjalankan usaha atau kegiatan di Indonesia, dengan syarat badan pasangan usaha tersebut:
 1. merupakan perusahaan mikro, kecil, menengah, atau yang menjalankan kegiatan dalam sektor-sektor usaha yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan; dan
 2. sahamnya tidak diperdagangkan di bursa efek di Indonesia;
- l. beasiswa yang memenuhi persyaratan tertentu yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan;
- m. sisa lebih yang diterima atau diperoleh badan

atau lembaga nirlaba yang bergerak dalam bidang pendidikan dan/atau bidang penelitian dan pengembangan, yang telah terdaftar pada instansi yang membidangnya, yang ditanamkan kembali dalam bentuk sarana dan prasarana kegiatan pendidikan dan/atau penelitian dan pengembangan, dalam jangka waktu paling lama 4 (empat) tahun sejak diperolehnya sisa lebih tersebut, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan; dan

- n. bantuan atau santunan yang dibayarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial kepada Wajib Pajak tertentu, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan.

4. Prosedur dan Sanksi

Sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (2) dan (3) Undang Undang K. U. P setiap Orang Pribadi yang tinggal di Indonesia adalah Subyek Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri. Seorang Subyek Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri akan menjadi Wajib Pajak apabila memperoleh penghasilan melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sebagaimana diatur dalam Pasal 7 ayat (1) UU PPh.

Sebagai Wajib Pajak, orang pribadi tersebut mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Pada saat seseorang sudah memenuhi syarat sebagai Wajib Pajak, maka yang bersangkutan wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Apabila seseorang sudah memenuhi syarat sebagai Wajib Pajak tetapi tidak mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, maka UU KUP memberikan sanksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 39 ayat (1). Ketentuan tersebut mengatur tentang pemberian sanksi jika seorang Wajib Pajak melanggar beberapa kewajiban perpajakan, antara lain :

- a. tidak mendaftarkan diri ;
- b. tidak menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT);
- c. menyampaikan SPT yang isinya tidak benar ;
- d. menolak dilakukan pemeriksaan ; dan sebagainya.

Jika Wajib Pajak melanggar kewajiban sebagaimana yang disebutkan di atas dan hal itu menimbulkan kerugian pada pendapatan negara, maka yang bersangkutan akan dipidana paling lama enam tahun penjara dan denda paling tinggi empat kali jumlah pajak terutang.

Pada tahap dimana seseorang yang diduga

melakukan tindak pidana korupsi statusnya sudah ditingkatkan menjadi tersangka, Direktorat Jenderal Pajak dapat mulai melakukan penyidikan dan pengumpulan data menyangkut orang (Wajib Pajak) tersebut.

5. Tindak Pidana Fiskal

Salah satu langkah penting dalam mempersiapkan kemungkinan kerja sama dengan instansi terkait untuk turut serta mengamankan penerimaan negara dari pajak adalah memberikan bahan tambahan kepada penuntut umum sehingga tersangka dapat didakwa dengan dakwaan secara berlapis, yaitu melakukan tindak pidana fiskal sebagaimana diatur dalam Pasal 39 KUP. Hal ini merupakan langkah untuk mengantisipasi seandainya pengadilan memberi putusan bebas kepada terdakwa. Putusan ini mungkin saja benar dan dalam hal demikian masih ada satu dakwaan berupa tindak pidana fiskal yang kemungkinan besar tidak akan lolos.

Apabila upaya penyidikan pajak dirasa akan sulit, Ditjen. Pajak dapat melakukan penetapan pajak atas obyek tersebut, langkah ini sangat efisien karena berdasarkan ketentuan undang undang, Ditjen. Pajak mempunyai hak mendahului penagihannya sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (1) dan (2) UU KUP, yang berbunyi sebagai berikut :

1. Negara mempunyai hak mendahului untuk utang pajak atas barang-barang milik Penanggung Pajak.
2. Ketentuan tentang hak mendahului sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi pokok pajak, sanksi administrasi berupa bunga, denda, kenaikan, dan biaya penagihan pajak.

Selama ini pelaku tindak pidana korupsi dijerat dengan ketentuan – ketentuan yang ada dalam Undang Undang Nomor 31 Tahun 1999 jo Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi (UU Tipikor) dan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang Undang Undang Hukum Acara Pidana (UU KUHAP) . Undang – undang ini hanya menerapkan “Pembuktian Terbalik Secara Terbatas”, artinya bahwa Pembuktian Terbalik menjadi hak terdakwa dalam pengadilan untuk membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah.

Pasal 66 UU KUHAP menjelaskan, sebagai berikut :

.....”Tersangka atau terdakwa tidak dibebani kewajiban pembuktian”.....

Dalam penjelasannya disebutkan bahwa pasal ini dimaksudkan sebagai ‘penjelmaan’ dari asas

Praduga Tak Bersalah.

Namun demikian sejalan dengan bunyi pasal 4 ayat (1) huruf p Undang Undang PPh, sebagai berikut :

Yang menjadi objek pajak adalah penghasilan, yaitu, termasuk yang berupa :

“Tambahan kekayaan neto yang berasal dari penghasilan belum dikenakan pajak “

Dalam penjelasannya, disebutkan :

“Tambahan kekayaan neto pada hakikatnya merupakan akumulasi penghasilan, baik yang telah dikenakan pajak dan yang bukan objek pajak serta yang belum dikenakan pajak. Apabila diketahui adanya tambahan kekayaan neto yang melebihi akumulasi penghasilan yang telah dikenakan pajak dan yang bukan objek pajak, maka tambahan kekayaan neto tersebut merupakan penghasilan.”

Jadi atas tambahan kekayaan neto hasil korupsi tersebut adalah merupakan Obyek Pajak Penghasilan yang harus dilunasi pajaknya dan apabila kekayaan tersebut tidak dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh WP Orang Pribadi, maka berdasarkan Pasal 39 ayat (1) Undang Undang K.U.P. dapat dikenakan sanksi **pidana paling lama enam tahun penjara** dan denda paling tinggi **empat kali jumlah pajak terutang**.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka disimpulkan sebagai berikut :

- Penerapan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara dari hasil korupsi ternyata tidak efektif.
- Penyebabnya adalah selain proses penegakannya, juga kebijakan legislasi yang produknya masih bersifat multi-interpretasi, sehingga banyak ditemukan beberapa kelemahan, terutama sistem pembuktiannya. Pasal 66 UU KUHAP menjelaskan bahwa tersangka atau terdakwa tidak dibebani kewajiban pembuktian, sehingga untuk membuktikan kesalahan pelaku korupsi ini dipergunakan sistem “pembuktian negatif” atau asas “Beyond reasonable doubt”. Beban pembuktian ada pada Jaksa sebagai Penuntut Umum.
- Dari sudut pandang peraturan perundang-undangan perpajakan, orang yang melakukan tindak pidana korupsi dapat dijerat melalui pembuktian bahwa yang bersangkutan telah melakukan tindak pidana fiskal. Hal ini sangat

mungkin dilakukan, oleh karena itu perlu adanya kerja sama antara Direktorat Jenderal Pajak dengan pihak Pengadilan untuk menambahkan dakwaan berlapis dengan pidana fiskal agar uang hasil korupsi dapat kembali ke negara.

Saran

- Karena kasus korupsi adalah tergolong kejahatan luar biasa (extra ordinary crimes), maka penanganannya juga harus menggunakan cara-cara yang luar biasa pula, antara lain dengan menggunakan cara “pembuktian terbalik”. Untuk menerapkan pembuktian terbalik saat ini sulit dilakukan, salah satu cara adalah harus mengubah Undang Undang Anti Korupsi terlebih dahulu beserta K.U.H.A.P. nya.
- Jika sekiranya untuk merubah undang-undang Anti Korupsi beserta K.U.H.A.P. nya mengalami kendala maka dapat diterapkan teori beban pembuktian terbalik keseimbangan .

Pada dasarnya, teori ini mengedepankan keseimbangan secara proporsional antara perlindungan kemerdekaan individu di satu sisi, dan perampasan hak individu yang bersangkutan atas kepemilikan harta kekayaannya yang diduga kuat berasal dari korupsi di sisi lainnya.

Tegasnya, dari dimensi konteks ini terhadap pelaku orang yang diduga telah melakukan tindak pidana korupsi tetap dipergunakan jalur pidana dengan pembuktian negatif atau beyond reasonable doubt terhadap kesalahan pelaku. Sedangkan terhadap pengembalian harta kepemilikan pelaku tindak pidana korupsi dapat dipergunakan beban pembuktian terbalik, dimensi ini relatif tidak bertentangan dengan aspek H.A.M. dan juga tidak bertentangan dengan hukum internasional.

- Oleh karena tuntutan yang menyangkut tindak pidana fiskal erat kaitannya dengan peraturan perundang-undangan dalam bidang perpajakan, maka perlu dipersiapkan penuntut umum yang menguasai peraturan perundang-undangan dimaksud.

Hal ini dapat dicapai dengan memberikan pelatihan kepada para penuntut umum dan hakim.

Hal ini perlu dipertimbangkan secara serius, karena putusan pengadilan atas tindak pidana korupsi acapkali tidak disertai dengan keharusan mengembalikan uang negara hasil korupsi, dengan memasukkan pidana fiskal kedalam kasus korupsi ini maka diharapkan uang negara hasil korupsi akan lebih mudah diperoleh kembali.

UCAPAN TERIMA KASIH

Disusunnya tulisan ini dimaksudkan untuk memberikan dukungan kepada K.P.K. dalam melakukan pemberantasan terhadap korupsi di Indonesia, yang sudah barang tentu masih membutuhkan dukungan- dukungan lainnya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Ahmad Rudy Hartono, M.M. (Kasubdit. Pelayanan Operasional Dit. T.I.P. Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak) di Jakarta .
2. Bapak DR. Soeroto Padmodihardjo, Ak, MBA. (Kantor Akuntan Publik REGNEG D – 301) di Jakarta.
3. Bapak H. Turaji, S.H.,M.H. (Managing Partner Global Law Firm) di Jakarta.
4. Bapak Hari Sumiarto, S.H. dan Bapak Rizon Ali Syahbana, S.H. (Advokat di Kantor Lembaga Bantuan Hukum GENERASI MUDA TRIKORA) di Jakarta.
5. Bapak Ida Bagus Nyoman Sukadana, S.E.,M.M. (Asosiasi Teknisi Perpajakan Indonesia) di Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

1000 tokoh.wordpress.com/category/daftar-koruptor-indonesia

Agus Setiawan, Ak. – Basri Musri. S, Drs., Ak., MM., TAX AUDIT dan TAX REVIEW, PT Raja Grafindo Persada JAKARTA. tahun 2007.

Ebookbrowse.com/instrumen-perdata-untuk-

mengembalikan-kerugian-negara-dalam-korupsi-pdf-d205499563

[Http://duniahukumonline.blogspot.com/2012/10/pembuktian-terbalik-kasus-korupsi.html](http://duniahukumonline.blogspot.com/2012/10/pembuktian-terbalik-kasus-korupsi.html)

Nasional.kompas.com/read/2013/01/14/20315386/Mengapa.Angelina.Tak.Dijerat.TPPU

Pardiat, Drs., Akt, Pemeriksaan Pajak, Mitra Wacana Media Penerbit tahun 2008.

Undang – undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang – undang Nomor 36 Tahun 2008.

Undang – undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang – undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009.

Undang Nomor 20 tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.

Undang Undang Nomor 30 Tahun 2002 Tentang Komisi Pemberantasan Korupsi.

Undang Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia.

Undang Undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang Hukum Acara Pidana.

HUBUNGAN ANTARA POLA PENGAJARAN ETIK UMB DENGAN SIKAP DAN PERILAKU MAHASISWA

Yuni Astuti

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
e-mail : yuniastuti_solo@yahoo.com

ABSTRACT

Hassle among students lately is one of the consequences of the lack of moral education, moral education nowadays is too much focused on classifying obligation instead of increasing responsibility awareness, as stated by Suseno (2012). To anticipate this, ethics education is required consists of cognitive, affective, as well as psychomotor so that the students understand good ethics value and character. This research aims to analyse the correlation between Ethics subject and students' behavior in Mercu Buana University (UMB). This is an explanative research which will analyze the correlation between persuasive communication variable in Ethics UMB subject with students' behavior. Research's result shows that there is a weak positive correlation between Ethics subject in UMB and students' attitude and behavior, and there is a positive effect of Ethics subject on students' attitude and behavior.

Keywords: Attitude, Behavior, Ethics UMB

ABSTRAK

Tawuran yang terjadi di kalangan pelajar dan mahasiswa akhir-akhir ini merupakan salah satu akibat pendidikan moral yang lemah, dimana pendidikan moral saat ini terlalu terfokus pada pembagian kewajiban, seharusnya sudah mengarah pada kesadaran akan tanggung jawab, sebagaimana dinyatakan oleh Suseno (2012). Untuk mengantisipasi akan hal tersebut di atas, perlu adanya pendidikan etika dari mulai pengetahuan kognitif, afektif dan psikomotorik, sehingga mahasiswa memahami nilai-nilai etika dan karakter yang baik. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah ada Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa?". Penelitian bersifat eksplanatif yang akan menganalisis hubungan antara variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan variabel sikap dan variabel perilaku mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif lemah antara Pola pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan perilaku mahasiswa Mercu Buana dan ada pengaruh yang positif antara Pola pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa.

Kata Kunci : Sikap, Perilaku, Etik UMB

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan kebutuhan mutlak yang harus dipenuhi oleh umat manusia dalam mencapai cita-cita yang diinginkan, kesejahteraan dan kebahagiaan. Pendidikan sebagai salah satu sarana untuk mempersiapkan generasi yang akan datang. Dengan demikian, pendidikan merupakan sesuatu yang sangat penting dan perlu diperhatikan serta dikembangkan sebaik mungkin.

Kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dibidang pendidikan, disatu sisi membawa perubahan yang cukup positif dan baik. Disisi lain, ada hal-hal yang masih dirasakan kurang atau lemah, seperti penanaman nilai-nilai etika dan pembentukan karakter. Kelemahan itu bisa dilihat dari kenakalan remaja, seperti pergaulan

bebas, siswa mengkonsumsi narkoba, tawuran antar pelajar, tawuran antar mahasiswa, mahasiswa berperilaku anarkis dan sebagainya.

Budayawan, Franz Magnis Suseno menilai, tawuran yang terjadi di kalangan pelajar dan mahasiswa akhir-akhir ini disebabkan pendidikan moral yang lemah. "Pendidikan moral saat ini terlalu terfokus pada pembagian kewajiban, seharusnya sudah mengarah pada kesadaran akan tanggung jawab," ujar Franz dalam diskusi bertajuk 'Kekerasan vs Budaya Bangsa' di Gedung Lembaga Pertahanan Nasional (Lemhannas), Jakarta, Jumat (12/10).

Untuk mengantisipasi akan hal tersebut di atas, perlu adanya pendidikan etika dari mulai pengetahuan kognitif, afektif dan psikomotorik, sehingga mahasiswa memahami nilai-nilai etika

dan karakter yang baik. Selanjutnya, Franz menilai lembaga pendidikan pemerintah perlu melakukan perubahan terhadap kebijakan pendidikan. Hal ini guna mengurangi unsur kekerasan yang terdapat dalam dunia pendidikan saat ini. Kenakalan itu ternyata berpengaruh tidak saja pada prestasi siswa, melainkan juga mengganggu ketertiban dan kenyamanan masyarakat dan menggelisahkan orang tua mahasiswa.

Dalam UU No. 20 tahun 2003, telah termaktub dalam pasal 3 tentang tujuan pendidikan nasional, disebutkan bahwa pendidikan nasional bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan sehat.

Secara Etimologis, Etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan, atau ilmu tentang adat kebiasaan. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, Etika adalah ilmu tentang apa yang buruk dan apa yang baik dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).

Etika dan karakter merupakan dua istilah yang berbeda, tetapi memiliki keterkaitan yang sangat erat. Istilah Etika memiliki arti yang semakna dengan Akhlak, Adab, Moral, Perilaku baik, dan sebagainya. Sementara Karakter memiliki arti Tabi'at, Watak, Fitrah dan sebagainya. Keduanya saling mempengaruhi satu sama lain. Orang yang berperilaku baik (ber-etika), karena ia memiliki karakter baik. Begitu juga orang yang berkarakter adalah orang yang bertabi'at dan membiasakan perilaku baik.

Universitas Mercu Buana adalah universitas yang mempunyai Mata Kuliah Ciri Universitas (MKCU) antara lain adalah Etik UMB yang diharapkan mahasiswa lulus menjadi sarjana tidak hanya pandai dengan IPK tinggi tetapi dengan Etika yang baik antara lain jujur, bisa mengelola waktu, bisa bekerjasama, mempunyai motivasi, tujuan dan tidak korupsi (Artiningrum P, dkk, 2013). Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan proses ajar mengajar didalam kelas dengan berbagai kegiatan seperti diskusi, presentasi makalah, sehingga terlihat bakat-bakat terpendam dan kepribadian masing-masing mahasiswa. Disamping itu diharapkan juga adanya perbaikan-perbaikan sikap, tingkah laku dan kepribadian mahasiswa seperti menjadi lebih santun, dapat menghargai orang lain, hormat kepada orang yang lebih tua seperti dosen, karyawan, *cleaning service*, sayang terhadap sesama dan yang lebih muda.

Para ahli memperkirakan bahwa untuk dapat sukses dalam hidup, baik itu karier, pekerjaan,

rumah tangga maupun kehidupan sosial, dibutuhkan perpaduan antara sikap (80%) dan kecerdasan (20%). Ilmu yang dipelajari dibangku kuliah yang menghaikan ijazah ternyata hanya menghasilkan kontribusi 20% untuk menjadi manusia yang sukses (Srijanti, dkk. 2007). Sikap atau akhlak atau karakter memang tidak dapat diperoleh atau diukur dengan jumlah SKS, tetapi merupakan suatu proses pembelajaran dan penerapan sepanjang hayat. Orang yang menikmati pekerjaannya adalah orang-orang yang selalu berpikir positif dan biasanya menjadi orang yang berprestasi, sedangkan orang-orang yang hanya melaksanakan pekerjaannya, akan sulit mencapai prestasi.

Etik UMB adalah matakuliah yang membahas tentang pengetahuan-pengetahuan praktis dalam mengenali sikap individu agar dapat menjadi pribadi yang berkarakter, memiliki tujuan, tanggap terhadap perubahan, kompetitif dan pada akhirnya dapat menjadi sumberdaya manusia yang unggul dan bermutu, disamping itu diberikan juga Pendidikan Anti Korupsi dengan maksud agar sejak usia muda mahasiswa dapat menjaga, mencegah diri dan lingkungannya dari perilaku koruptif. Dari latar belakang penelitian di atas dipandang perlu dilakukan penelitian Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa

Pokok permasalahannya adalah dalam memberi Ilmu pengetahuan Etika ke mahasiswa bersifat tidak berwujud dan tidak dapat diperkirakan, dirasakan dan diuji sebelum tercapai apa yang diinginkan. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengajaran berperan terhadap pembentukan sikap positif mahasiswa yaitu memberikan kepada mahasiswa keyakinan dan kepercayaan terhadap sikap dan tingkah laku positif dan membangun emosi dalam kerangka berpikir yang lebih reseptif, sehingga mahasiswa akan berubah sikap dan tingkah lakunya menjadi lebih baik. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dibuat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah ada Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa?"

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya hubungan antara pola pengajaran Etik UMB dengan sikap dan perilaku mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antar pola pengajaran Etik UMB dengan sikap dan perilaku mahasiswa, sehingga dapat diperoleh ide-ide untuk meningkatkan keberhasilan pola pengajaran Etik

UMB dengan menggunakan komunikasi persuasif dan intrapersonal dalam kegiatan ajar mengajar.

Adapun manfaat penelitian ini adalah, pertama dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam studi perilaku mahasiswa. Secara khusus memberikan gambaran bagaimana komunikasi pengajaran berperan dalam pembentukan sikap dan perilaku mahasiswa. Kedua, dapat menjadi sebuah konfirmasi bagi teori pembelajaran kognitif (*Cognitive learning theory*) yang menyatakan bahwa pembelajaran menyangkut aktivitas mental yang kompleks terhadap informasi dan bahwa sikap dan perilaku mahasiswa dipelajari dan diubah melalui proses yang sama yang terjadi ketika pembelajaran terjadi (Schiffman & Kanuk, 2007 : 196).

Kegunaan penelitian ini adalah pertama, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana hubungan antara komunikasi persuasif dalam pengajaran dengan sikap dan perilaku mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta, sehingga dapat memberi masukan bagi pengelola mata kuliah Etik UMB untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektifitas komunikasi persuasif dalam pengajaran, yang diharapkan dapat meningkatkan sikap dan tingkah laku mahasiswa.

Disamping itu hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi masukan bagi universitas lain dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian – penelitian mengenai sikap dan perilaku mahasiswa setelah diberi pelajaran Etik UMB.

KAJIAN PUSTAKA

Sesuai dengan judul penelitian yaitu Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa, berikut ini beberapa hasil penelitian mengenai komunikasi persuasif dan interpersonal dalam pembentukan sikap dan perilaku mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan Kelman dan Hovland (1974, dalam Rahmat, 2003 : 258-259) bahwa subyek penelitian cenderung lebih setuju pada komunikator yang berkredibilitas tinggi. Kredibilitas terbukti mempengaruhi perubahan sikap komunikasi kearah yang dikehendaki oleh komunikator.

Hasil penelitian Abelson dan Miller (1976, dalam Azwar, 2002: 76) menyatakan bahwa apabila komunikator merupakan individu yang tidak menarik atau tidak disukai, persuasi biasanya tidak efektif dan efek persuasi yang disampaikan komunikator dapat mengubah sikap ke arah yang

berlawanan. Hal ini disebut “boomerang “

Komunikasi adalah suatu aspek kehidupan manusia yang paling mendasar, penting, dan kompleks. Kehidupan sehari-hari kita sangat dipengaruhi oleh komunikasi kita sendiri dengan orang lain, bahkan oleh pesan yang berasal dari orang yang kita tidak tahu (*we can not not communication*).

Little John (2005 : 20) mengatakan, komunikasi adalah sesuatu yang sulit untuk didefinisikan. Sementara itu, menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain, agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya.

Dalam proses komunikasi, ada lima elemen dasar yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dengan istilah “*Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*”. Kelima elemen dasar tersebut adalah *Who* (sumber atau komunikator), *Says What* (pesan), *in Which Channel* (Saluran), *to Whom* (Penerima), *with What Effect* (Efek atau dampak).

Berhasil tidaknya suatu komunikasi tergantung dari kelima elemen dasar tersebut. Bagaimana komunikator bisa mempengaruhi komunikannya, sehingga bisa bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan perilaku dari komunikan tersebut. Namun, komunikator, pesan, saluran yang bagaimana yang akan bisa merubah sikap dan perilaku komunikan, serta perubahan yang bagaimana yang diharapkan harus menjadi perhatian sangat besar bagi kita semua.

Kerangka Pemikiran

Mahasiswa membentuk sikap terhadap pengajaran dan melakukan perubahan sikap dan perilaku setelah mempertimbangkan informasi yang diperolehnya melalui proses komunikasi persuasif oleh pengajar dalam kegiatan pengajaran.

Proses komunikasi persuasif merupakan proses pembelajaran yang melibatkan kemampuan kognitif mahasiswa dalam memproses informasi. Dengan demikian memanipulasi sebab (masukan) yaitu komunikasi persuasif, pengajar dapat mempengaruhi pembentukan sikap dan mendorong terjadinya perilaku mahasiswa (hasil) yang diharapkan. Jika seseorang dapat bertindak dengan cara yang dapat diprediksi terhadap stimulus yang diketahui, ia dikatakan telah “belajar” (Schiffman dan Kanuk, 2007 : 19, 179).

Untuk menjelaskan hal tersebut di atas digunakan pendekatan Teori Pembelajaran

Kognitif, yang mengatakan bahwa pembelajaran merupakan aktifitas mental. Proses belajar terjadi sebagai upaya manusia untuk mengatasi masalah. Dalam mengatasi masalah inimahasiswa akan memproses informasi yang melibatkan proses mental yang kompleks untuk membuat keputusan.

Peranan Komunikasi Persuasif dalam Pola Pengajaran Etika

Persuasif adalah sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologi. Menurut Fisher ada empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi : penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantar stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*), prediksi respons (*prediction of response*) dan peneguhan respons (*reinforcement of response*) (Rakhmat J, 2003:6).

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Pada umumnya sikap-sikap individu/kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen:

1. Kognitif - perilaku dimana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.
2. Afektif - perilaku dimana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.
3. Konatif - perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek.

Tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua yaitu 1. Mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, dan 2. Mendorong audiens melakukan sesuatu/ memiliki tingkah-laku (*behaviour*) tertentu yang diharapkan.

Ada empat prinsip dasar dalam komunikasi persuasif yang dapat menentukan efektivitas dan keberhasilan komunikasi, yaitu :

1. Prinsip Pemaparan yang Selektif (*The Selective Exposure Principle*), Prinsip ini menyatakan bahwa pada dasarnya audiens akan mengikuti hukum pemaparan selektif (*the law of selective exposure*), yang menegaskan bahwa audiens (pendengar) akan secara aktif mencari informasi yang sesuai dan mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka, dan sebaliknya audiens akan menolak atau menghindari informasi-informasi yang berlawanan dengan opini, kepercayaan, sikap,

nilai, dan perilaku mereka.

2. Prinsip Partisipasi Audiens (*The Audience Participation Principle*), Prinsip ini menyatakan bahwa daya persuasif suatu komunikasi akan semakin besar manakala audiens berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi tersebut. Bentuk partisipasi bisa dalam berbagai bentuk dan aktivitas, seperti dalam menentukan tema, dalam presentasi, membuat slogan, dan lain-lain.
3. Prinsip Suntikan (*The Inoculation Principle*), Audiens telah memiliki pendapat dan keyakinan tertentu, maka pembicaraan komunikasi persuasif biasanya dimulai dengan memberi pembenaran dan dukungan atas keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki audiens.
4. Prinsip Perubahan yang Besar (*The Magnitude of Change Principle*), Prinsip ini menyatakan bahwa semakin besar, semakin cepat dan semakin penting perubahan yang ingin dicapai, maka seorang da'i mempunyai tugas dan kerja yang lebih besar, serta komunikasi yang dilakukan membutuhkan perjuangan yang lebih besar

Pengertian Pola Pengajaran

Pola pengajaran yang diterapkan adalah tatap muka didalam kelas, mahasiswa diwajibkan mempunyai buku, kemudian diwajibkan membacanya dan membuat ringkasan tentang pemahamannya setiap modul sebelum kuliah, membuat makalah mandiri dan kelompok yang dipresentasikan didepan kelas kemudian dilanjutkan tanya jawab dalam forum presentasi mahasiswa.

Pengajar Etika di dalam kelas selalu memotivasi mahasiswa sebelum kuliah dimulai, menjelaskan modul dengan power point yang ditampilkan dengan slide projector, tanya jawab, dosen memandu seminar kecil dalam kelas.

Dalam mata kuliah Etik UMB, mahasiswa belajar dan berlatih tentang pengembangan karakter dan diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupannya sehari-hari agar dapat menjadi sarjana yang bersikap profesional dan beretika. Adapun ruang lingkup materi perkuliahan meliputi : Etika dan Sikap Profesionalisme Sarjana, Mengenal Potensi Diri, Tujuan hidup dan motivasi Pencapaian Prestasi, Berpikir Positif, Komunikasi Effektif, Menyongsong Perubahan, Kepemimpinan dan Kerjasama Tim, Mengelola Waktu dan Menyusun Prioritas, Etiket Pergaulan, Tindakan Korupsi dan Penyebabnya, Pencegahan dan Upaya Pemberantasan Korupsi.

Kemendiknas (2007) merumuskan tiga

tujuan, yaitu (1) memperjelas dan mempermudah penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbal, (2) mengatasi keterbatasan waktu, ruang, dan daya indera, baik peserta didik maupun pengajar, dan (3) dapat digunakan secara tepat dan bervariasi.

Bahan Ajar

Mahasiswa bukan hanya berinteraksi dengan dosen, melainkan juga dapat berinteraksi dengan sumber belajar yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Penggunaan bahan ajar mempunyai tujuan (1) supaya kegiatan pembelajaran dalam berbagai situasi dapat berlangsung secara optimal, (2) meningkatkan motivasi pengajar dan mahasiswa dalam kegiatan belajar mengajar, dan (3) mempersiapkan kegiatan belajar mengajar dengan mengisi bahan-bahan yang selalu baru, ditampilkan dengan cara baru dan dilaksanakan dengan strategi pembelajaran yang baru pula.

Gatot (2008) juga menambahkan bahwa “bahan ajar yang baik harus dapat memenuhi tuntutan kurikulum yang berisi kompetensi-kompetensi yang ditentukan”. Materi-materi ajar terarah sesuai dengan tuntutan kurikulum. Kompetensi-kompetensi yang diberikan sesuai dengan kurikulum.

Bahan ajar dapat juga ditinjau dari segi kemenarikan dan penggunaan bahasa agar dapat dimanfaatkan dengan efektif. Greene & Petty (dalam Hakim 2001) menyatakan bahwa ciri bahan ajar yang berkualitas adalah (1) dapat menarik perhatian, (2) membangkitkan motivasi belajar, (3) memuat ilustrasi yang menarik, (4) penggunaan bahasa yang jelas, (5) adanya keterkaitan dengan pelajaran yang lain, dan (6) terhindar dari konsep yang samar-samar.

Untuk mengembangkan bahan ajar, Gatot (2008) memberikan empat tahapan. Tahapan-tahapan tersebut dijabarkan melalui uraian berikut. Tahapan pengembangan bahan ajar meliputi (1)

sumber bahan ajar.

Mbulu (2004:77) juga menawarkan sebuah prosedur pengembangan bahan ajar melalui tiga tahap. Ketiga tahap tersebut adalah (1) tahap merancang, yaitu menerjemahkan pengetahuan/teori yang bersifat umum ke dalam bentuk yang terinci, meliputi mengkaji kompetensi, analisis pembelajaran, analisis isi, seleksi isi, penataan urutan isi, dan struktur isi, (2) tahap menilai, dilakukan untuk uji kelayakan draft awal, mencakup penilaian formatif, revisi, dan sumatif, dan (3) tahap pemanfaatan, mencakup kegiatan pengembangan pembaca dan pengembangan bahan pembelajaran.

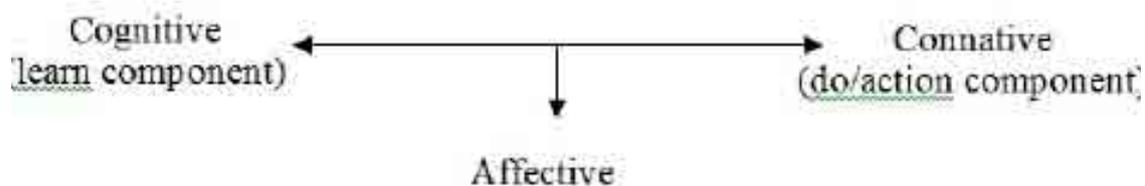
Kemendiknas (2008) menyatakan bahwa pengembangan bahan ajar dimulai dari (1) standar kompetensi, (2) kompetensi dasar, (3) indikator, (4) materi pembelajaran, (5) kegiatan pembelajaran, dan (6) bahan ajar. Berdasarkan kedua rujukan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan bahan ajar dimulai dari (1) identifikasi standar kompetensi, (2) identifikasi kompetensi dasar, (3) identifikasi indikator, (4) identifikasi materi bahan ajar dan memilih bahan ajar yang sesuai dengan kurikulum, (5) merancang kegiatan pembelajaran, dan (6) memilih jenis dan menyusun bahan ajar.

Model dan Perubahan Sikap Perilaku Mahasiswa

Pengetahuan seseorang tentang sesuatu dapat mempengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku mereka terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seseorang akan sesuatu, dipercaya dapat mengubah perilaku mereka. Walaupun ada kaitan antara kognitif, afektif, dan konatif - keterkaitan ini tidak selalu berlaku lurus atau langsung.

Model sikap tiga komponen dikembangkan oleh para ahli perilaku khususnya ahli psikologi sosial. Menurut model ini sikap terdiri dari tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif (Schiffman dan Kanuk, 2007 : 225 – 227) dan digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Model Sikap Tiga Komponen



mengidentifikasi aspek-aspek standar kompetensi dan kompetensi dasar yang menjadi acuan pemilihan bahan ajar, (2) mengidentifikasi jenis-jenis materi bahan ajar, (3) memilih bahan ajar yang sesuai dengan butir pertama, dan (4) memilih

Pengajar sangat berkepentingan pada sikap mahasiswa terhadap hasil ajarnya, karena sikap yang positif akan menghasilkan perubahan sikap yang lebih baik, Sebaliknya sikap yang negatif terhadap pengajaran akan menghasilkan penolakan yang

mungkin akan diteruskan kepada orang lain, karena itu komunikasi terhadap mahasiswa bertujuan untuk memelihara sikap positif mahasiswa dan mengubah sikap negatif menjadi sikap positif.

Schiffman dan Kanuk (2007 : 222-223) mengatakan bahwa sikap adalah predisposisi yang dipelajari dalam merespons secara konsisten suatu obyek dalam bentuk suka atau tidak suka.

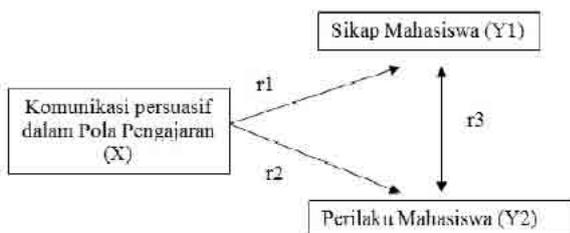
Motivasi Mahasiswa

Kebutuhan mahasiswa dalam hal motivasi adalah kebutuhan dasar dalam menambah ilmu pengetahuan. Schiffman dan Kanuk(2007 : 72) mengatakan individu yang mempunyai kebutuhan, akan merasakan tekanan yang menyebabkan ketegangan. Setiap individu akan melakukan perilaku yang menurut anggapannya akan memuaskan kebutuhan, dengan demikian akan mengurangi ketegangan. Dorongan yang menyebabkan individu bertindak untuk memenuhi kebutuhannya disebut motivasi.

Alur Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kepada kerangka pemikiran untuk menjawab keseluruhan permasalahan sebagaimana diungkapkan dalam perumusan masalah di dalam penelitian ini maka kerangka logika yang dikembangkan untuk merumuskan permasalahan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan skematis sebagai berikut:

Gambar :2. Alur Kerangka Pemikiran



Penelitian bersifat eksplanatif yang akan menganalisis hubungan antara variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan variabel sikap dan variabel perilaku mahasiswa. Dalam penelitian eksplanatif, peneliti menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah mahasiswa yang mengikuti kuliah Etik UMB pada Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Data diambil diakhir kuliah Etika UMB, setelah mahasiswa mendapatkan semua materi

yang diberikan Dosen.

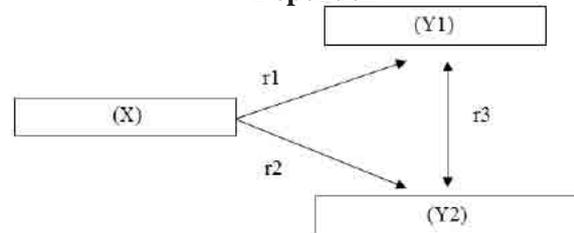
Adapun waktu penelitian adalah semester ganjil tahun akademik 2013/2014, tempatnya di kampus Universitas Mercu Buana Jl Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat.

Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian.

Paradigma dalam penelitian yang akan diteliti ini adalah terdapat satu variabel independen (X) dan dua variabel dependen (Y1 dan Y2). Terdapat 3 rumusan masalah diskriptif dan tiga rumusan hubungan sederhana.

Gambar 3. Paradigma Ganda dengan satu Variabel Independen dan dua Variabel Dependen



Mahasiswa membentuk sikap terhadap pengajaran Etik UMB dan melakukan perubahan sikap dan tingkah laku , mempertimbangkan informasi yang diperolehnya melalui proses komunikasi persuasif oleh pengajar dalam kegiatan pengajaran.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Kriyantoro (2007 : 60) survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentudengan menggunakan teknik sampling.

Penelitian ini menggunakan alat kuesioner untuk mengumpulkan data dalam mengukur variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB(kredibilitas sumber, kredibilitas pesan), sikap mahasiswa (aspek kognisi, afeksi dan konasi), serta perilaku mahasiswa (perubahan sikap dan perilaku).

Populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang sedang mengambil matakuliah Etik UMB pada semester Ganjil 2012/2013

Sikap Mahasiswa

Variabel sikap diukur dengan dimensi kognitif, afektif dan konatif. Dimensi kognitif adalah tingkat keyakinan dan kepercayaan mahasiswa akan sifat-sifat pengajar dan pola pengajarannya dan kepercayaan mahasiswa akan kredibilitas pengajar. Keyakinan akan pola pengajaran diukur dengan mampu tidaknya mahasiswa menjelaskan manfaatnya. Keyakinan atau kepercayaan akan pola pengajaran yang disampaikan diukur dengan tingkat keyakinan mahasiswa bahwa Universitas mampu memberikan fasilitas proses belajar yang baik.

Dimensi afektif adalah perasaan atau emosi mahasiswa tentang pengajaran yang disampaikan. Perasaan diukur dengan pernyataan suka atau tidak suka tentang pengajaran dan pernyataan apakah pengajaran dinilai positif, dalam arti memenuhi kebutuhan mahasiswa atau negatif dalam arti kurang dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa.

Dimensi konatif adalah pernyataan keinginan mahasiswa untuk menggunakan pengajaran yang diterima dan memutuskan untuk berubah sikap dan kelakuan yang lebih baik.

Perilaku Mahasiswa

Variabel perilaku mahasiswa diukur dengan ada tidaknya tindakan perubahan sikap dan perilaku mahasiswa. Keseluruhan operasionalisasi konsep dapat dilihat pada Tabel 1. berikut :

Tabel 1. Operasional Konsep penelitian Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Komunikasi Persuasif dalam Pola Pengajaran Etik UMB (X)	1. Kredibilitas sumber	1. Keahlian	Likert
		2. Dapat dipercaya	
		3. Kemenarikan	
Sikap Mahasiswa (Y1)	2. Kredibilitas pesan	1. Struktur Pesan	Likert
		2. Isi Pesan	
	1. Kognisi	1. Keyakinan akan pengajaran Etika	Likert
2. Kepercayaan terhadap Universitas			
Perilaku Mahasiswa (Y2)	2. Afeksi	1. Perasaan terhadap pengajaran etika	Likert
	3. Konasi	2. Perasaan terhadap Universitas	
		1. Keinginan berubah	
Tindakan Perubahan	1. Lebih baik	2. Percaya diri	Likert

yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian yaitu variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen berupa kuesioner.

Kuesioner adalah sekumpulan pernyataan-pernyataan yang merupakan penjabaran variabel yang ada menjadi dimensi-dimensi yang kemudian dijabarkan secara khusus menjadi indikator-indikator yang pada akhirnya diharapkan dapat menjawab hipotesis penelitian

Bentuk item kuesioner bersifat tertutup yaitu jawaban dari pernyataan telah ditentukan dengan pilihan-pilihan yang harus dipilih responden.

Sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal, dengan model pembagian skala menurut Likert, yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2010).

Validitas dan Reliabilitas

Hasil penelitian yang baik harus mengandung unsur reliabilitas dan validitas. Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Hasil penelitian yang baik artinya bisa diandalkan dan dipercaya. Sedangkan validitas adalah relevansi isi pernyataan yang disusun berdasarkan rancangan yang tepat. Artinya hasil pengukuran benar-benar mencerminkan apa yang hendak diukur (Azwar, 1995 : 176).

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah Teknik yang digunakan untuk alat ukur

mengumpulkan data adalah menyebarkan kuesioner untuk memperoleh data primer mengenai efektifitas komunikasi persuasif, sikap dan perilaku mahasiswa. Kuesioner menggunakan skala ordinal dengan pembagian skala model Likert yaitu metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai sikap.

Menurut Sugiyono (2010), model Likert ini memakai kategori jawaban dari “sangat setuju” diberi skor 4, “setuju” diberi skor 3, “tidak setuju” diberi skor 2, dan “sangat tidak setuju” diberi skor 1. Dalam menghitung jumlah skor skala untuk setiap responden, skor untuk pokok-pokok skala dijumlahkan. Skor skala yang paling tinggi yang kemungkinan dicapai adalah $4 \times N$ (jumlah butir kuesioner/pokok skala). Ini akan menyatakan sikap yang positif, sedangkan skor yang paling rendah dan menunjukkan sikap yang sangat negatif adalah $1 \times N$.

Dalam penelitian ini, pilihan jawaban “ragu-ragu” ditiadakan, karena kategori ragu-ragu mempunyai makna ganda, yaitu bisa diartikan setuju maupun tidak setuju atau belum bisa menjawab. Selain itu responden cenderung memilih jawaban ditengah-tengah untuk memilih amannya, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang.

Data Primer

Data primer didapatkan dari kuesioner yang diisi oleh responden, yaitu dari populasi populasi mahasiswa. Data yang didapat berupa data diskriptif dan data Inferensial. Data diskriptif adalah data demografis responden, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan sumber dana pembayaran uang kuliah. Data Inferensial didapatkan dengan menjumlahkan nilai jawaban dari masing – masing indikator pada kuesioner.

Variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini akan dibagi 2 variabel yaitu variabel independen (variabel bebas : X) yaitu komunikasi persuasive dalam pola pengajaran etik UMB dan variabel dependen (variabel tidak bebas : Y) yaitu sikap (aspek kognitif, afektif dan konatif) dan perilaku mahasiswa.

Kuesioner menggunakan skala ordinal yaitu metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai sikapnya. Menurut Sugiyono (2007 : 134) model Likert memakai kategori jawaban dari “sangat setuju” sampai sangat tidak setuju”.

Data Sekunder

Data sekunder berupa informasi tentang penelitian – penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, untuk memperkuat hasil

Teknik Analisa Data

Data primer yang terkumpul akan digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis berikut :

Hipotesis nol (H_0) :

1. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa
2. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa

Hipotesis Alternatif (H_1) :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa

Hipotesis Statistik :

$H_0 : r_{xy1} = 0$ dan $r_{xy2} = 0$

$H_1 : r_{xy1} \neq 0$ dan $r_{xy2} \neq 0$

Dimana :

r = koefisien korelasi

X = Variabel komunikasi persuasif dalam Pola Pengajaran Etik UMB

Y_1 = Sikap mahasiswa

Y_2 = Perilaku Mahasiswa

Ukuran yang digunakan adalah nilai / skor dari kuesioner. Data didapatkan dengan menjumlahkan skor jawaban responden untuk kuesioner dengan ketentuan :

Skor 4 = sangat setuju

Skor 2 = tidak setuju

Skor 3 = setuju

Skor 1 = sangat tidak setuju

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner akan dianalisis dengan metode sebagai berikut :

1. Analisa Diskriptif

Analisa ini hanya menggambarkan atau mendiskripsikan data penelitian yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis ini hanya menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel, tidak menguji hipotesis atau melakukan prediksi (Rakhmat, 2007 : 27) Tujuan utama analisis diskriptif adalah agar pembacaan data hasil penelitian lebih mudah. Dalam penelitian ini akan digambarkan data responden tentang umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan

serta sumber pembiayaan kuliah.

2. Analisis hubungan (Asosiatif)

Menurut Rakhmat (2007 : 27-31), analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik Inferensial dengan tujuan melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut Koefisien Korelasi (r).

Ada beberapa ketentuan lain yang berlaku mengenai sifat dan nilai hubungan (korelasi), yaitu :

- Nilai korelasi antara variabel X dan Y berkisar antara -1 dan $+1$
- Hubungan bersifat positif terjadi bila “ semakin besar nilai variabel X maka semakin besar pula nilai variabel Y “ dan sebaliknya.
- Hubungan bersifat negatif apabila “ semakin kecil nilai variabel X maka semakin besar nilai variabel Y” atau sebaliknya.
- Bila nilai hubungan (korelasi) sama dengan nol, berarti tidak ada hubungan antara dua variabel

Analisis hubungan ini digunakan untuk melihat hubungan antara :

- Variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan sikap mahasiswa
- Variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan perilaku mahasiswa

Uji hubungan antara dua variabel menggunakan rumus korelasi sederhana Pearson's Product Moment (Suharyadi dan Purwanto, 2004 :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

461).

Keterangan :

- $\sum X$: Jumlah pengamatan variabel X
- $\sum Y$: Jumlah pengamatan variabel Y
- $\sum XY$: Jumlah hasil perkalian variabel X dan Y
- $(\sum X^2)$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X
- $(\sum X)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan variabel X
- $(\sum Y^2)$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel Y
- $(\sum Y)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan variabel Y
- n : Jumlah pasangan pengamatan Y dan X

Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2004 :

466), uji signifikansi koefisien korelasi digunakan untuk menguji apakah kuatnya hubungan antar variabel yang diuji sama dengan nol. Apabila besarnya hubungan sama dengan nol menunjukkan bahwa hubungan antar variabel sangat lemah dan tidak berarti. Sebaliknya apabila hubungan antar variabel secara signifikan tidak sama dengan nol, maka hubungan tersebut kuat dan berarti.

Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada hubungan yang signifikan antar dua variabel yang juga berlaku pada populasi.

Rumus uji t hitung adalah sebagai berikut :

Nilai t table (t_{α}) tergantung dari besarnya taraf nyata (α) : 5% atau 10%. Jumlah n , jumlah

$$\frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

pasangan dua variabel (k), setelah itu nilainya dilihat di Tabel t dengan derajat bebas (df) = $n - k$

Apabila :

- $t_o > t_a$: Ho ditolak
- $t_o < -t_a$: Ho ditolak
- $-t_a/2 < t_o < t_a/2$: Ho diterima

Uji hipotesis dilakukan dengan Pearson's Product Moment sebagai berikut :

Apabila H_0 diterima dan H_1 ditolak maka koefisien korelasi ($r_{xy1} = 0$), artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa.

Apabila H_0 diterima dan H_1 ditolak maka koefisien korelasi ($r_{xy2} = 0$), artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa.

Apabila H_0 ditolak dan H_1 diterima maka korelasi ($r_{xy1} \neq 0$), artinya ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa

Apabila H_0 ditolak dan H_1 diterima maka koefisien korelasi ($r_{xy1} \neq 0$), artinya ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa.

Dalam Penelitian yang berjudul “Hubungan Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa “ analisa datanya dibantu menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang mengambil mata kuliah Etik UMB. Data diambil pada saat mahasiswa telah selesai UAS dengan demikian mahasiswa sudah mendapatkan semua materi yang diberikan dosen. Responden terdiri dari 15 laki-laki dan 36 perempuan, berumur antara 17 – 20 tahun.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas instrument dilakukan pada 2 variabel, yaitu variable Y1(Sikap Mahasiswa) dan variable X(Pola Pengajaran Etik UMB), dengan jumlah responden 51 orang, dengan taraf nyata : $\alpha/2 : 0,025$, $df = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 3,23$ 49 diperoleh t table : 1,960. Sed asi diperoleh dengan rumus :to =

dimana $r = 0,424$ diperoleh dari hasil SPSS (Tabel 2).

Karena $t_o : 3,23 > t_{tab} : 1,96$ maka Hipotesis nol ditolak sedangkan Hipotesis alternatif diterima artinya ada pengaruh positif pola pengajaran Etik UMB dengan sikap mahasiswa. Semakin baik pola pengajaran Etik UMB maka akan semakin baik sikap mahasiswa.

Hasil selengkapnya dari analisa dengan menggunakan SPSS dapat terlihat sebagai berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.424(a)	.180	.163	4.62436	.180	10.770	1	49	.002

Tabel 2. Koefisien Korelasi dan Determinasi Pola Pengajaran Etik UMB dan Sikap Mahasiswa

a Predictors: (Constant), X

b Dependent Variable: Y1

Koefisien korelasi antara pola pengajaran Etik UMB dengan Sikap Mahasiswa (R) sebesar 0,424, hal ini menunjukkan bahwa hubungan ke dua variabel tersebut positif artinya apabila pola pengajaran bertambah baik maka mahasiswa dapat lebih memahami apa yang disampaikan dosen, dan berpengaruh terhadap sikap mahasiswa yaitu lebih sopan, bisa menghargai waktu dan bisa menghargai sesama.

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,180 = 18% artinya Sikap mahasiswa yang bertambah baik tersebut dipengaruhi oleh pola pengajaran Etik

UMB sebesar 18%, sedangkan 82 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti Pendidikan orang tua di rumah, lingkungan di kampus, pendalaman agama yang kuat dan sebagainya.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
	(Constant)	14.577	6.679		2.183 .034
1	X	1.167	.356	.424	3.282 .002

Tabel 3. ANOVA (Analisa of Varians)

Pada uji ANOVA atau F test didapatkan F hitung sebesar 10,770 dengan tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka analisa regresi bisa digunakan untuk mengetahui hubungan diantara variabel Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap Mahasiswa

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	230.306	1	230.306	10.770	.002(a)
Regression	1047.851	49	21.385		
Total	1278.157	50			

Tabel 4. Koefisien Regresi

Persamaan regresi $Y1 = 14,577 + 1,167 X$, yang mana Y1 adalah Sikap Mahasiswa, X adalah Pola Pengajaran Etik UMB. Konstante sebesar 14,577 menyatakan bahwa jika tidak ada Pola Pengajaran Etik UMB, maka sikap mahasiswa tetap sebesar 14,577, artinya tidak ada tambahan sikap yang lebih baik pada diri mahasiswa apabila tidak ada pola pengajaran etik UMB yang disampaikan ke mahasiswa

Koefisien regresi sebesar 1,167 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Pola Pengajaran Etik UMB akan meningkatkan Sikap Mahasiswa sebesar 1,167%. Namun sebaliknya, jika Pola Pengajaran Etik UMB turun sebesar 1% , maka Sikap Mahasiswa diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 1,167%. Jadi tanda positif menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan variabel independen (X), yaitu Pola Pengajaran Etik UMB, akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen (Y) yaitu Sikap Mahasiswa.

Untuk regresi sederhana angka korelasi $R = 0,424$, menunjukkan hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap Mahasiswa positif lemah. Hal ini disebabkan pengetahuan Etika tidak hanya dari pola pengajaran yang diberikan di kampus saja, tetapi yang besar pengaruhnya adalah pendidikan orang tua sejak kecil dan keimanan

yang kuat dan faktor lainnya yang positif sejak lahir sampai sekarang.

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Determinasi Pola Pengajaran Etik UMB dan Perilaku Mahasiswa

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.301(a)	.090	.072	2.21649

Koefisien korelasi antara pola pengajaran Etik UMB dengan perilaku mahasiswa (R) sebesar 0,301, hal ini menunjukkan bahwa hubungan ke dua variable tersebut positif artinya apabila pola pengajaran bertambah baik maka mahasiswa dapat menerima yang disampaikan dosen akan lebih baik, mudah dimengerti dan difahami, hal ini berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa yang positif atau perilaku yang bertambah baik.

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,090 = 9% artinya perilaku mahasiswa bertambah baik tersebut dipengaruhi oleh pola pengajaran Etik UMB sebesar 9%, sedangkan 91 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti Pendidikan orang tua di rumah, lingkungan positif di kampus, pendalaman agama yang kuat dan sebagainya.

Tabel 6. ANOVA (Analisa of Varians)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.899	1	23.899	4.865	.032(a)
	Residual	240.728	49	4.913		
	Total	264.627	50			

Pada uji ANOVA atau F test didapatkan F hitung sebesar 4,865 dengan tingkat signifikansi 0,032 lebih kecil dari 0,05, maka analisa regresi bisa digunakan untuk mengetahui hubungan diantara variabel Pola Pengajaran Etik UMB dengan Perilaku Mahasiswa

Tabel 7. Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.757	3.201		4.297	.000
	X	.376	.171	.301	2.206	.032

a Dependent Variable: Y2

Persamaan regresi $Y_2 = 13,757 + 0,376 X$, yang mana Y2 adalah Perilaku Mahasiswa, X adalah Pola Pengajaran Etik UMB. Konstante sebesar 13,757 menyatakan bahwa jika tidak ada Pola Pengajaran Etik UMB, maka Perilaku mahasiswa tetap sebesar 13,757. Jadi perilakunya tidak bertambah baik atau tetap.

Koefisien regresi sebesar 0,376 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Pola Pengajaran Etik UMB akan meningkatkan Perilaku Mahasiswa sebesar 0,376 %. Namun sebaliknya, jika Pola Pengajaran Etik UMB turun sebesar 1%, maka Sikap Mahasiswa diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,376 %. Jadi tanda positif menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan variabel independen (X), yaitu Pola Pengajaran Etik UMB, akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen (Y2) yaitu Perilaku Mahasiswa.

Untuk regresi sederhana angka korelasi R = 0,301 menunjukkan hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Perilaku Mahasiswa positif lemah. Hal ini disebabkan memang pengetahuan Etika tidak hanya karena Pola Pengajaran di kampus saja, tetapi yang besar pengaruhnya adalah pendidikan orang tua sejak kecil sampai sekarang dan keimanan agama yang kuat dan factor lainnya yang positif.

Pola pengajaran Etik UMB terbukti signifikan mempunyai hubungan positif dan berpengaruh positif terhadap sikap dan perilaku mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pendapat

Schiffman & Kanuk, 2007 bahwa pembelajaran menyangkut aktivitas mental yang kompleks terhadap informasi, juga sikap dan perilaku mahasiswa dipelajari dan diubah melalui proses yang sama ketika pembelajaran terjadi.

Para ahli memperkirakan bahwa untuk dapat sukses dalam hidup, baik itu karier, pekerjaan,

rumah tangga maupun kehidupan sosial, dibutuhkan perpaduan antara sikap (80%) dan kecerdasan (20%). Ilmu yang dipelajari dibangku kuliah yang menghasilkan ijazah ternyata hanya menghasilkan kontribusi 20% untuk menjadi manusia yang sukses (Srijanti, dkk. 2007). Sikap atau akhlak atau karakter memang tidak dapat diperoleh atau diukur dengan jumlah SKS, tetapi merupakan suatu proses

pembelajaran dan penerapan sepanjang hayat.

Disamping itu untuk meningkatkan hasil pembelajaran perlu juga disiapkan tenaga pengajar yang betul-betul menguasai ilmu Etika, agar mahasiswa lebih tertarik dan lebih memahami pentingnya Etika dalam kehidupannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Kelman dan Hovland (1974, dalam Rahmat, 2003 : 258-259) bahwa subyek penelitian cenderung lebih setuju pada komunikator yang berkredibilitas tinggi. Kredibilitas terbukti mempengaruhi perubahan sikap komunikasi kearah yang dikehendaki oleh komunikator. Dengan demikian akan mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam kehidupannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat hubungan positif Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa. Semakin baik Pola Pengajaran Etika UMB maka semakin baik Sikap dan Perilaku mahasiswa
2. Terdapat pengaruh positif antara Pola pengajaran Etik dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa. Dengan bertambah baiknya Pola pengajaran UMB maka Sikap dan Perilaku mahasiswa akan mengikuti menjadi lebih baik.

Saran

1. Etika mahasiswa sangat penting dalam dunia kampus dan dunia kerja nanti maka disarankan untuk terus ditingkatkan Pola Pengajaran Etik UMB agar mahasiswa yang lulus selain ilmu yang tinggi juga sikap dan perilakunya bertambah baik
2. Perlu diadakan penelitian yang lebih luas misalnya Manfaat Etik UMB di dunia kerja dengan responden Alumni mahasiswa UMB.

Daftar Pustaka

- ArtiningrumP, Kurniasih A dan Arissetyanto N. 2013. Etika dan Perilaku Profesional Sarjana. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Buku U.U. No. 20. Thn 2003 ps.3 Tujuan Pendidikan Nasional.
- Franz Magnis Suseno. 2012. Kekerasan vs Budaya Bangsa. Diskusi di Gedung Lemhanas Jl. Merdeka Selatan Jakarta, Jum'at 12 Oktober 2012.
- Kemdiknas. 2008. *Sosialisasi KTSP: Pengembangan Bahan Ajar. Kemdiknas. Jakarta:*
- Kennedy, John E, dan R. Dermawan Soemanagar. 2006. Marketing Communication. Taktik dan Strategi. Jakarta. Bhuana Ilmu.
- Littlejohn, Stephen, W dan Karen A. Foss. 2005. *Theories of Human Communication*, Ed 8. Holly J. Allen . New York
- Rakhmat.J. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat.J. 2003. Psikologi Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rachmat, K. 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Prenada Media Group.
- Srijanti, S.K. Purwanto dan Primi. A. 2007. Etika. Membangun Sikap Profesionalisme Sarjana. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung.
- Mbulu, J. dan Suhartono. 2004. *Pengembangan Bahan Ajar. Malang: Elang Mas.*

HUBUNGAN NILAI-NILAI YANG TERDAPAT PADA CONSUMER PERCEIVED VALUE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA (STUDI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA)

Yennida Parmariza

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

e-mail : ekaparma@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the relationship between Perceived Value and Customer Satisfaction. Perceived Value is formed from five basic values, there are functional value, epistemic value, price value, emotional value and social value. We tried to measure how the five's value influence the customer satisfaction of the students in Executive, Faculty of Economic University of Mercu Buana, Jakarta. We also identify the most dominant value which students felt very important to them during their study term in University of Mercu Buana. Non probability sampling was used with 150 respondents to the students of Executive Class at Meruya's Campus-West Jakarta and Menteng's Campus in Central Jakarta, by distributing questionnaire in the Likert scale. Data analysed with SPSS 16.0 program for window. The Regression analysis showed that there is an excellent correlation between perceived value and customer satisfaction. It also showed that all values in perceived value have direct positive influences to customer satisfaction. The dominant value for the students here was price value and social value.

Keywords : *epistemic value, social value, price value*

ABSTRAK

Perceived Value adalah nilai atau manfaat yang dirasakan oleh pelanggan atas semua pengorbanan yang telah mereka keluarkan untuk mengkonsumsi suatu produk. *Perceived Value* dibentuk atas 5 faktor nilai jasa yaitu *Functional Value*, *Epistemic Value*, *Emotional Value*, *Price Value* dan *Social Value*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara nilai-nilai yang terdapat dalam *Perceived Value* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner yang kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana menggunakan paket program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai yang dirasakan oleh mahasiswa dengan kepuasan yang mereka peroleh selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana. Nilai-nilai tersebut diantaranya adalah nilai kebutuhan untuk mendapatkan gelar akademik, nilai emosional seperti kebanggaan dan rasa percaya diri, nilai terhadap kualitas pengajaran dari para staf pengajar serta nilai sosial yang berkaitan dengan sosialisasi yang baik, dan pergaulan yang positif dengan teman-teman di kampus, yang semuanya itu berkorelasi positif dengan kepuasan mahasiswa selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana. Oleh karena itu, maka sinergi antara seluruh elemen, baik staf pengajar, staf non dosen, mahasiswa, orang tua siswa dan seluruh elemen yang terlibat dalam proses pendidikan sangat diperlukan untuk membangun citra Universitas Mercu Buana yang baik dan positif. Sinergi tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai konsumen Universitas Mercu Buana.

Kata kunci: *kepuasan, nilai, proses pendidikan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingginya antusiasme masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya pendidikan yang berkualitas, meskipun secara biaya tergolong tinggi merupakan suatu peluang bagi perguruan-

perguruan tinggi untuk bersaing secara kompetitif dalam merebut hati dan minat calon mahasiswa. Setiap universitas mempunyai ciri masing-masing, mempunyai keunggulan yang berbeda-beda dan mempunyai nilai tambah yang akan dijual kepada calon mahasiswa. Maka dalam hal ini dituntut usaha sungguh-sungguh dari lembaga penyelenggara

pendidikan tersebut untuk menciptakan *brand image* yang baik kepada calon mahasiswa, bahwa lembaga atau perguruan tinggi merekalah yang terbaik dari berbagai sisi. Minimal mahasiswa dapat mengingat bahwa perguruan tinggi A memiliki ciri khusus atau keunggulan tersendiri dari satu sisi yang tidak dimiliki oleh perguruan tinggi lain.

Dampak positif perkembangan dunia pendidikan, perguruan tinggi semakin kaya dengan program-program studinya, kemudahan memilih waktu perkuliahan, kemudahan cara pembayaran dan perekrutan tenaga-tenaga pengajar yang memiliki kredibilitas yang baik di bidangnya. Lembaga perguruan tinggi juga lebih selektif mempertimbangkan apa yang akan menjadi program terbaik berdasarkan riset di lapangan, kemungkinan karier setelah menamatkan pendidikan dan bantuan yang diberikan universitas bagi mahasiswanya untuk dapat memasuki dunia kerja, seperti adanya *Career Centre* dimana mahasiswa dapat memasukkan aplikasi lamaran mereka, dan pihak universitas yang akan mengirimkan aplikasi tersebut ke perusahaan-perusahaan yang membutuhkan karyawan dengan kualifikasi yang cocok dengan latar belakang pendidikan mahasiswa tersebut.

Namun tidak dapat dipungkiri, pada situasi penyelenggara Program Kelas Karyawan ataupun Kelas Eksekutif, banyak bertebaran institusi yang tidak jelas status maupun kredibilitasnya. Bermodalkan papan nama mereka mengiming-imingi jalan pintas untuk memperoleh gelar, padahal setelah lulus barulah mahasiswa menyadari bahwa gelar yang telah mereka sandang tidak diakui karena status institusi pendidikan yang tidak jelas, begitu juga dengan harga maupun kualitas yang ditawarkan yang kadang tidak sesuai dengan tingkat kemampuan mahasiswa. Hal-hal seperti inilah yang mempengaruhi penilaian mahasiswa terhadap puas atau tidaknya ia akan jasa yang diperolehnya. Salah satu hal untuk menilai kepuasan tersebut adalah *Perceived Value*.

Berdasarkan fenomena yang ada pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah: "Seberapa besar nilai-nilai yang terdapat pada *Consumer Perceived Value* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana?"

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Consumer Perceived Value* terhadap kepuasan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan strata satu Program

Kelas Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui nilai (*value*) manakah dari variabel *Perceived Value* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Manfaat Teoritis Untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengembangan serta penelaahan ilmu pemasaran khususnya. Bagi pihak Universitas Mercu Buana sebagai bahan kajian dalam rangka untuk menilai bagaimanakah nilai yang benar-benar dirasakan oleh mahasiswa, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana dan untuk menelaah dimensi manakah dari variabel *Perceived Value* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi strategi pemasaran di masa yang akan datang.

LANDASAN TEORI

Karakteristik Jasa Perguruan Tinggi

Menurut Lupioyadi dan Hamdani (2006) ada empat karakteristik Jasa Perguruan Tinggi, yakni 1) Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni, dan pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata-mata seperti ruang kelas, kursi, meja, buku-buku, dan sebagainya. 2) Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa) yang dalam hal ini mahasiswalah yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meski dalam perkembangannya, ada juga yang menawarkan program universitas terbuka, kuliah jarak jauh, dan sebagainya). 3) Penerima jasa adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan mahasiswa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Dengan kata lain, untuk menerima jasa mahasiswa tersebut harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut. 4) Hubungan dengan mahasiswa berdasarkan hubungan keanggotaan, dimana mahasiswa telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus-menerus dan teratur sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan.

Mengelola Kualitas Jasa

Agar suatu organisasi dapat unggul bersaing dibandingkan dengan kompetitorinya,

satu-satunya cara adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan mahasiswa dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh penyedia jasa tersebut dan kemudian harapan yang sudah terbentuk ini akan dibandingkan dengan hasil nyata yang mereka peroleh.

Perceived Value

Perceived Value merupakan hal yang sangat penting yang menentukan loyalitas mahasiswa (Parasuraman 1997; Woodruff 1997). Sedangkan Woodruff dan Gardial (2000) menyatakan bahwa *Perceived Value* menguraikan hubungan antara produk dan mahasiswa yaitu pemahaman mahasiswa mengenai apa yang mereka inginkan bagi produk atau jasa yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhannya dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkannya.

Perceived value adalah nilai bagi konsumen berhubungan dengan keahliannya atau pengetahuan membeli dan menggunakan suatu produk. Nilai bagi konsumen berhubungan dengan persepsi mahasiswa dan tidak dapat secara objektif didefinisikan oleh sebuah organisasi. Nilai yang dirasakan oleh pelanggan didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang manfaat bersih berdasarkan persepsi dari apa yang diterima dan apa yang diberikan (Hsin dan Yao, 2009). Jadi dapat disimpulkan bahwa *perceived value* adalah manfaat yang dirasakan pelanggan atas semua pengorbanan dalam mengkonsumsi suatu produk.

Lima Faktor nilai jasa yang terdapat pada *Perceived Value* menurut Le Blanc dan Nguyen (1999), yakni: 1) *Functional Value*, yakni Berkaitan dengan kemampuan ekonomi sehubungan dengan gelar yang akan diperolehnya dan nilai bagi mahasiswa untuk melihat pekerjaan di masa mendatang, dalam hal ini bagaimana responden menilai bahwa gelar yang akan mereka peroleh merupakan investasi yang bagus dan membuat mereka merasa bahwa fakultas ini memenuhi harapannya dan mereka puas karenanya. 2) *Epistemic Value*, yakni terkait dengan kemampuan perguruan tinggi untuk menawarkan layanan pendidikan yang berkualitas kepada melalui pengetahuan dan bimbingan yang disediakan fakultas. 3) *Emotional Value*, yakni yang berkaitan erat dengan keadaan afektif mahasiswa dalam bentuk perasaan positif yang mereka rasakan terhadap bidang studi yang mereka pilih, pengalaman-pengalaman selama perkuliahan yang akan memberikan perasaan puas terhadap mahasiswa. 4) *Price Value* berkaitan

dengan harga yang mereka bayarkan dan kualitas yang mereka dapat, dalam hal ini mahasiswa memperoleh sesuai dengan yang mereka bayarkan. 5) *Social Value* yakni merupakan utilitas dimana mahasiswa memiliki teman, kelompok atau aktivitas sosial yang berguna selama mereka menempuh pendidikan di perguruan tinggi tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gaston Le Blanc dan Nguyen (1999) nilai sosial inilah yang memberikan pengaruh paling besar terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa selama menjalani masa pendidikan mereka.

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Armstrong (2005) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tingkatan dimana produk dirasakan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen terhadap pembelian tergantung pada kinerja produk aktual sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja suatu produk di bawah harapan pembeli, maka pembeli tersebut merasa tidak puas. Sebaliknya jika sesuai dengan harapan, maka konsumen akan menjadi puas. Jadi kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja produk dengan harapannya.

Terdapat lima tingkatan dimensi kepuasan konsumen (Barnes, 2001) dimulai dari hirarki terbawah yang kemudian berkembang sampai dengan yang teratas atau tingkatan kelima. Tingkatan tersebut adalah:

1. Kepuasan terhadap wujud produk atau pelayanan itu sendiri sebagai elemen yang paling mendasar
2. Kepuasan terhadap layanan pendukung atas produk atau jasa yang ditawarkan seperti pengiriman, sistem pembayaran, kemudahan akses, dan lain-lain
3. Kepuasan terhadap konsistensi pelayanan, antara janji-janji perusahaan dengan faktanya
4. Kepuasan terhadap elemen-elemen yang berperan dalam interaksi dengan konsumen seperti kecepatan pelayanan, cara karyawan memperlakukan konsumen, dan sebagainya
5. Kepuasan konsumen terhadap seluruh dimensi pelayanan (dari tingkat 1 sampai tingkat 4) akan menciptakan kepuasan emosional, yaitu tingkat kepuasan konsumen yang sesungguhnya

Kajian Penelitian Terdahulu

Hubungan antara *Perceived Value* dengan Kepuasan Konsumen telah banyak diteliti oleh para ahli maupun peneliti sebelumnya. Diantaranya

adalah : hasil penelitian yang dilakukan oleh Fomell *et al* (1996); Cronin, *et al* (2000), Sloan Consortium (2001), Andreas Eggert dan Wolfgang Ulaga (2002), Kardisudinoto (2010), yang menyimpulkan bahwa *Perceived Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin tinggi *Perceived Value* maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Model ACSI (Indeks Kepuasan Konsumen di Amerika Serikat) di dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Fornell dan rekan-rekan (1996) menunjukkan bahwa kepuasan adalah sesuatu yang dihasilkan dari kualitas dan bukan oleh harga, namun *Perceived Value* juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Gaston Le Blanc dan Nguyen (1999) menyatakan bahwa diantara 5 nilai yang terdapat pada *Perceived Value*, nilai sosial (*social value*) lah yang memberikan pengaruh paling besar terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa selama menjalani masa pendidikan mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Cronin dan rekan-rekan(2000)menyimpulkanbahwa*Perceived Value* adalah sebuah faktor predictor atau penilaian yang sangat penting bagi kepuasan. Sejalan dengan itu, dalam salah satu artikelnya Sloan Consortium (2001) Andreas Eggert dan Wolfgang Ulaga (2002) dalam penelitian mereka menemukan bahwa *Perceived Value* bukanlah pengganti *Customer Satisfaction*, melainkan sebuah unsur yang berbeda dan *Customer Perceived Value* memiliki hubungan langsung dengan *Customer Satisfaction* dan dapat diukur berbeda dan saling melengkapi. Selanjutnya Kardi Sudinoto dalam judul penelitiannya “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas dan Perpindahan Merek” menyatakan bahwa *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, artinya semakin tinggi *Perceived Value*, maka akan semakin tinggi juga *Customer Satisfaction*.

Hasil-hasil penelitian diatas juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Arianto Pribadi (Fakultas Teknik UI, 2010) yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan positif mempengaruhi *Perceived Value* dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika suatu perusahaan memberikan kualitas layanan yang baik, *Perceived Value* dan kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan. Nilai kualitas layanan yang lebih tinggi dapat menyebabkan pelanggan yang memiliki *Perceived Value* dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan sebaliknya

bahwa *Perceived Value* juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan kata lain nilai yang lebih tinggi berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan yang juga tinggi.

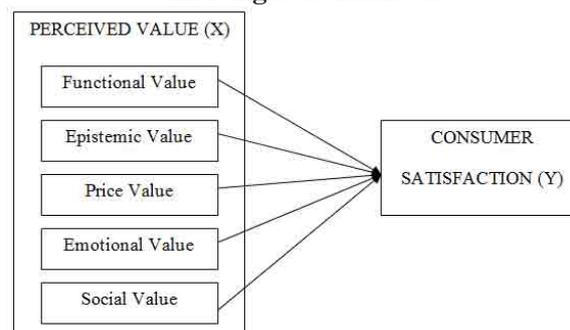
Penelitian yang dilakukan oleh Hatanae Samuel dan Nadya Wijaya (2009) dengan judul “*Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Trust and Loyalty*” menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung positif secara signifikan antara *Perceived Value* dengan tingkat kepuasan.

Konsisten dengan hal diatas, Neneng Syamsiah (2009) juga menyimpulkan bahwa *Perceived Value* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh pelanggan.

Endah Pri Ariningsih dari Universitas Muhammadiyah Purworejo dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Perceived Value* pada Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dan dimoderatori oleh Gender” menyimpulkan bahwa *Perceived Value* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas konsumen. Untuk itu, sebaiknya dari awal pemasar membuat suatu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai pada produk yang dijual. Selain itu, pemasar juga harus mengetahui nilai apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen mereka.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah *Perceived value* dapat berpengaruh positif kepada kepuasan konsumen, dimana hipotesa yang terbentuk adalah:

Ho : Tidak ada pengaruh positif *Perceived value* terhadap kepuasan konsumen.

Hi : Ada pengaruh positif *Perceived value* terhadap kepuasan konsumen.

Perumusan Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka dapat ditarik suatu hipotesis sebagai berikut:

1. *Consumer Perceived Value* adalah variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pada Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Kebutuhan mahasiswa terhadap gelar, ilmu pengetahuan, nilai emosional, harga atau kualitas dan nilai sosial secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pada Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Nilai-nilai yang ada *Perceived Value* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Perumusan hipotesis tersebut diatas sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fomell et al (1996); Cronin, et al (2000), Sloan Consortium (2001), Andreas Eggert dan Wolfgang Ulaga (2002), Kardisudinoto (2010), H.M, Noor Sembiring (2010) yang menyimpulkan bahwa *Perceived Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin tinggi *Perceived Value* maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan adanya hipotesis yang hendak diuji, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pengambilan data survey secara langsung. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel Bebas/Independen (X) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah : *Consumer Perceived Value* yaitu nilai yang dirasakan oleh mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta saat mereka menempuh pendidikannya. Nilai-nilai tersebut akan adalah *Functional Value, Epistemic Value, Price Value, Emotional Value* dan *Social Value*. Variabel bebas dalam penelitian ini diwakili oleh

pertanyaan no 1-10 di dalam bagian pertanyaan untuk *Perceived Value*.

2. Variabel Terikat/Dependen (Y) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah: Kepuasan Mahasiswa yaitu kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana. Variabel terikat di dalam kuisisioner ini diwakili oleh pertanyaan no. 1-10 di dalam bagian pertanyaan untuk Kepuasan Mahasiswa.

Skala nominal digunakan untuk data diri responden. Sedangkan untuk data-data tentang *Perceived Value* dan Kepuasan Mahasiswa menggunakan skala ordinal. Skala ordinal yaitu menempatkan data dalam urutan ranking dari yang tertinggi sampai terendah (Wirawan, 2009).

Teknik skala yang dipilih adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2008), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dalam skala Likert ini mempunyai gradasi, dari sangat positif sampai sangat negative yang dapat berupa kata-kata. Penelitian ini menggunakan klasifikasi jawaban 5 untuk Sangat Setuju, 4 untuk setuju, 3 untuk netral, 2 untuk tidak setuju, dan 1 untuk sangat tidak setuju.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan menyebarkan kuisisioner (*Questionnaire*), yaitu teknik pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti, dimana pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis (Indriantoro dan Supomo, 1999:154). Kuisisioner akan diberikan langsung oleh peneliti kepada responden untuk mengetahui bagaimana sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dalam kuisisioner.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin, dimana untuk ukuran populasi sebanyak 2195 orang, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96 orang, namun untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat kuisisioner dibagikan untuk 150 orang responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap responden. Dalam penelitian ini akan digunakan metode Purposive Sampling dimana peneliti mengambil sampel dengan tujuan tertentu yang sudah ditentukan dan sudah tersedia rencana sebelumnya. Kriteria yang digunakan dalam memilih sampel adalah sebelum menyebarkan kuisisioner, penulis terlebih dahulu memastikan bahwa sampel tersebut adalah mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana baik yang tersebar di kampus Meruya Jakarta Barat dan kampus Menteng Jakarta Pusat.

Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan adalah analisa statistik deskriptif dan regresi linier sederhana. Analisa statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan presentase responden sedangkan regresi linier sederhana digunakan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam satu persamaan linier (Indriantoro dan Supomo 2002:211).

Untuk melihat kejelasan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, peneliti menggunakan metode perhitungan regresi linier sederhana dan menggunakan SPSS. Adapun model regresinya adalah:

$$Y = a + b1X1 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Mahasiswa
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi linier
- X = Perceived Value

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2007:45). Uji validitas dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel (df) = n-2, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Untuk uji validitas penulis menggunakan *Pearson Correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dan menunjukkan konsistensi dari suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menghitung reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk menghitung reliabilitas alat pengukur pada kuisisioner yang memiliki skala rentang nilai dalam pernyataannya 1-3, 1-5, 1-7, (Supramono, 2003).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Suatu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat P-Plot. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Sedangkan untuk menguji hipotesis dilakukan dengan dua cara yaitu melalui uji F dan uji t-test. Uji F digunakan untuk mengetahui bilamana variabel independen (secara bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Keseluruhan teknik diatas menggunakan program SPSS 16.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	wanita	63	42.0	42.0	42.0
	pria	87	58.0	58.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin wanita adalah 63 orang atau 42% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 87 orang atau 58%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 tahun	82	54.7	54.7	54.7
	26-30 tahun	68	45.3	45.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat bahwa responden yang berusia 20-25 tahun adalah sebanyak 82 orang (54,7%), dan responden yang berusia 26-30 tahun adalah sebanyak 68 (45,3%) orang. Dalam penelitian ini tidak ada responden yang berusia lebih dari 30 tahun.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manajemen	96	64.0	64.0	64.0
	akuntansi	46	30.7	30.7	94.7
	3.00	8	5.3	5.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang mengambil jurusan S1 Manajemen adalah sebanyak 96 orang (64%), S1 Akuntansi sebanyak 46 (37%) orang dan ada 8 orang responden yang tidak mengisi jurusannya.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	perusahaan swasta	119	79.3	79.3	79.3
	perusahaan BUMN	24	16.0	16.0	95.3
	pegawai negeri sipil	7	4.7	4.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 119 orang responden yang bekerja di perusahaan swasta (79,3%), 24 orang responden yang bekerja di

perusahaan BUMN (16%), dan 7 orang responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau sebesar 4,7%.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Identitas Responden

		jenis kelamin	jurusan	usia	pekerjaan
N	Valid	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0
Std. Deviation		49521	49949	59287	53328
Variance		245	249	351	284
Minimum		1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum		2.00	2.00	3.00	3.00

Dari hasil olah data kuesioner masih banyak fasilitas-fasilitas kampus yang menimbulkan rasa ketidakpuasan bagi mahasiswa seperti fasilitas perpustakaan, hot spot area yang masih sulit diakses, pelayanan bagian administrasi/front liners yang seringkali memberikan pelayanan yang kurang menyenangkan bagi mahasiswa.

Dari sisi kemudahan pembayaran uang kuliah, rata-rata mahasiswa menyatakan perasaan puas, hal ini dapat menjadi “nilai jual” bagi pihak Universitas Mercu Buana dimana biaya kuliah yang relatif mahal tidak terlalu memberatkan mahasiswa karena adanya program cicilan.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Jawaban Responden

Variabel	Dimensi	Minimum	Maksimum	Rata-Rat
Perceived Value	Functional Value	1=10 orang	4=70 Orang	4
	Epistemic Value	2	4 (setuju)	4
	Price Value	1	4	4
	Emotional Value			
	Social Value			
Customer Satisfaction				

Dengan menggunakan teknik analisa regresi sederhana dan dibantu dengan program SPSS versi 16.0 *for windows*, maka diperoleh data yang sudah diolah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value

		PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	PV6	PV7	PV8	PV9	PV10	totPV
PV1	Pearson Correlatio	1	.307**	.317**	.287**	.344**	.330**	.518**	.156	.144	.211**	.560*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.056	.079	.008	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV2	Pearson Correlatio	.307**	1	.517**	.541**	.358**	.421**	.362**	.503**	.393**	.456**	.730*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV3	Pearson Correlatio	.317**	.517**	1	.457**	.218**	.363**	.288**	.404**	.318*	.390**	.645*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV4	Pearson Correlatio	.287**	.541**	.457**	1	.439**	.388**	.481**	.411**	.350**	.564**	.738*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV5	Pearson Correlatio	.344**	.358**	.218**	.439**	1	.478**	.443**	.272**	.131	.305**	.617*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000		.000	.000	.001	.111	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV6	Pearson Correlatio	.330**	.421**	.363**	.388**	.478**	1	.421**	.412**	.191*	.489**	.677*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.019	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV7	Pearson Correlatio	.518**	.362**	.288**	.481**	.443**	.421**	1	.240**	.192*	.456**	.679*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.018	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV8	Pearson Correlatio	.156	.503**	.404**	.411**	.272**	.412**	.240**	1	.523**	.381**	.663*
	Sig. (2-tailed)	.056	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV9	Pearson Correlatio	.144	.393**	.318**	.350**	.131	.191*	.192*	.523**	1	.328**	.567*
	Sig. (2-tailed)	.079	.000	.000	.000	.111	.019	.018	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV10	Pearson Correlatio	.211**	.456**	.390**	.564**	.305**	.455**	.455**	.381**	.328**	1	.692*
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
totPV	Pearson Correlatio	.560**	.730**	.645**	.738**	.617**	.677**	.679**	.663**	.657**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

Untuk (perceived value) PV1 sampai PV 10 nilai sig (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima (valid). Yang artinya bahwa instrument pertanyaan yang ada dalam variabel Perceived Value valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

		KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	totk
KK1	Pearson Correlat	1	.622**	.594**	.563**	.447**	.492**	.552**	.450**	.419**	.438**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK2	Pearson Correlat	.622**	1	.596**	.609**	.554**	.476**	.439**	.407**	.371**	.430**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK3	Pearson Correlat	.594**	.596**	1	.666**	.704**	.544**	.513**	.564**	.440**	.576**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK4	Pearson Correlat	.563**	.609**	.666**	1	.672**	.525**	.536**	.536**	.518**	.447**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK5	Pearson Correlat	.447**	.554**	.704**	.672**	1	.598**	.571**	.502**	.457**	.538**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK6	Pearson Correlat	.492**	.476**	.544**	.525**	.598**	1	.754**	.548**	.535**	.643**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK7	Pearson Correlat	.552**	.439**	.513**	.536**	.571**	.754**	1	.626**	.665**	.697**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK8	Pearson Correlat	.450**	.407**	.564**	.536**	.502**	.548**	.626**	1	.752**	.751**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK9	Pearson Correlat	.419**	.371**	.440**	.518**	.457**	.535**	.665**	.752**	1	.765**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK10	Pearson Correlat	.438**	.430**	.576**	.447**	.538**	.643**	.697**	.751**	.765**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
totk	Pearson Correlat	.729**	.716**	.801**	.785**	.774**	.781**	.811**	.790**	.763**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

Untuk variabel Kepuasan Mahasiswa KK1 sampai KK10 nilai sig (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima (valid). Yang berarti bahwa semua butir pertanyaan variabel Kepuasan Mahasiswa valid.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perceived Value

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PV1	33.5400	21.901	.430	.844
PV2	33.8200	21.357	.657	.824
PV3	34.0400	21.623	.545	.833
PV4	33.7067	21.068	.661	.823
PV5	33.5067	21.393	.496	.838
PV6	33.7000	21.487	.586	.829
PV7	33.4000	21.007	.576	.830
PV8	33.9400	21.560	.555	.832
PV9	34.0133	21.705	.417	.847
PV10	33.7733	21.277	.603	.828

Maka berdasarkan hasil statistik nilai dari Cronbach Alpha Perceived Value sebesar $0,847 > 0,6$. Berarti konsisten jawaban responden (reliabel). Maka pengujian dapat di lanjutkan.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK1	32.0467	29.400	.648	.922
KK2	32.2967	30.072	.640	.921
KK3	32.2333	29.509	.746	.915
KK4	32.1133	29.457	.725	.917
KK5	32.0733	30.122	.718	.917
KK6	31.8867	29.980	.726	.917
KK7	31.9067	30.300	.767	.915
KK8	32.0667	29.553	.733	.916
KK9	31.9933	29.685	.698	.918
KK10	31.9733	29.207	.753	.915

Maka berdasarkan hasil statistik nilai dari Cronbach Alpha Kepuasan Mahasiswa sebesar $0,925 > 0,6$. Berarti konsisten jawaban responden (reliabel). Maka pengujian dapat di lanjutkan.

Tabel 11. Model Summary Tabel

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.611	3.76456

a. Predictors: (Constant), perceivedvalue

Goodness of fit model (adjusted R²) nilainya sebesar : 0,613 yang artinya variasi dari variabel independent (*perceived value*) mampu menjelaskan variasi dari variabel dependent (kepuasan mahasiswa) sebesar 61,3 %. Sedangkan sisanya (100%- 61,3% yaitu sebesar 38,7 % adalah variasi dari variabel independen lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

Tabel 12. Tabel Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.896	2.287		.392	.696
	perceivedvalue	.926	.060	.783	15.319	.000

a. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Uji t untuk Perceived Value diperoleh nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 Ha diterima, Ho ditolak, berarti terdapat terdapat pengaruh antara perceived value dengan kepuasan mahasiswa. Artinya hipotesis yang diajukan di awal penelitian dapat diterima.

Kemudian untuk t tabel adalah 1,960 jika dibandingkan dengan t hitung dimana: t hitung = 15,319 > t tabel 1,960, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak.

Tabel 13. Tabel Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3325.897	1	3325.897	234.682	.000 ^a
	Residual	2097.443	148	14.172		
	Total	5423.340	149			

a. Predictors: (Constant), perceivedvalue

b. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Dari pengujian regresi dengan melihat tabel Anova dapat diketahui bahwa nilai F (F hitung) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan yang diuji dalam penelitian fit atau sesuai dengan data empiris. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara seluruh variabel independen (*Perceived Value*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Mahasiswa).

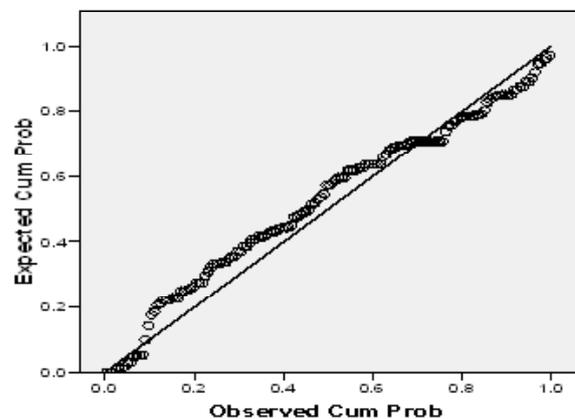
Kemudian dengan menggunakan rumus analisa regresi sederhana yaitu:

$$Y = a + b x_1 + e$$

Maka didapat persamaan regresinya yaitu $Y = 0,896 + 0,926 X$

Tabel 14. Uji Normalitas

Dependent Variable: kepuasankonsumen



Dilihat dari grafik normalitas di atas (*Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*) terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan terhadap hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara Perceived Value dengan Kepuasan Mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Kemudian melalui perhitungan tersebut juga diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 0,896 + 0,926 X$. Hal ini berarti bahwa konstanta (harga Y bila nilai X=0) atau Kepuasan Mahasiswa yaitu sebesar 0,896. Lalu koefisien regresi (positif) 0,926 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan Perceived Value akan berpengaruh kepada Kepuasan Mahasiswa yang juga akan ikut naik.

Secara nilai angka dapat dilihat pada angka R square yaitu 0,613 yang artinya variasi dari variabel independent (*perceived value*) mampu menjelaskan variasi dari variabel dependent (kepuasan mahasiswa) sebesar 61,3 %. Sedangkan sisanya (100%- 61,3% = 38,7%) sebesar adalah variasi dari variabel independen lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

Dari penelitian ini juga terlihat bahwa nilai yang dirasakan oleh mahasiswa selama mereka mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana yang berkaitan dengan nilai kebutuhan mereka akan

gelar akademik, kebutuhan terhadap pengetahuan, citra dan reputasi Universitas Mercu Buana di mata masyarakat, nilai emosional seperti kebanggaan dan rasa percaya diri, nilai terhadap kualitas pengajaran yang diterima yang berkaitan dengan harga yang mereka bayar dan nilai sosial yang mereka dapat selama menempuh pendidikan seperti sosialisasi yang baik dan pergaulan yang positif dengan teman-teman sebaya berkorelasi positif dan kuat terhadap kepuasan mahasiswa selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.

Sedangkan diantara kelima nilai (*value*) tersebut diatas yang paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah nilai akan harga (*Price Value*) dimana mahasiswa merasa puas terhadap kemudahan cara pembayaran uang kuliah yang bisa dicicil setiap bulan dan nilai sosial (*Social Value*) yang berkaitan dengan interaksi dan hubungan pertemanan dengan teman-teman sesama mahasiswa di kampus.

Saran

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa nilai-nilai yang terdapat pada *Perceived Value* yaitu *Functional Value* yang berkaitan dengan nilai untuk memperoleh gelar yang diinginkan dan pentingnya gelar tersebut untuk memperoleh pekerjaan dan karir yang lebih baik, *Epistemic Value* yang berhubungan dengan kapasitas universitas tersebut untuk memberikan pendidikan yang berkualitas bagi mahasiswa, *Price Value* yang berhubungan dengan harga yang dibayarkan mahasiswa untuk menempuh pendidikan, *Emotional Value* yaitu perasaan positif mahasiswa terhadap proses belajar yang mereka jalankan dan *Social Value* yang menggambarkan nilai yang diperoleh mahasiswa dari interaksi dengan teman-teman di bangku kuliah ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Universitas Mercu Buana untuk dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan cara meningkatkan *Perceived Value* yang mereka rasakan selama menjalani perkuliahan.

Dari hasil olah data kuesioner masih banyak fasilitas-fasilitas kampus yang menimbulkan rasa ketidakpuasan bagi mahasiswa seperti fasilitas perpustakaan, hot spot area yang masih sulit diakses, pelayanan bagian administrasi/front liners yang seringkali memberikan pelayanan yang kurang menyenangkan bagi mahasiswa.

Dari sisi kemudahan pembayaran uang kuliah, rata-rata mahasiswa menyatakan perasaan puas, hal ini dapat menjadi "nilai jual" bagi pihak Universitas Mercu Buana dimana biaya kuliah yang relatif

mahal tidak terlalu memberatkan mahasiswa karena adanya program cicilan.

Saran lain yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah meningkatkan kualitas pendidikan dengan memberikan materi-materi yang dapat langsung diterapkan mahasiswa dalam pekerjaannya, menyesuaikan materi kuliah dengan kebutuhan dalam pekerjaannya, menambah jumlah dosen berpengalaman baik secara teori maupun secara praktek, memberikan penjelasan yang lebih rinci kepada semua mahasiswa mengenai program-program yang ditawarkan pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana serta menitikberatkan kegiatan-kegiatan dalam Proses Belajar Mengajar pada aktivitas kelompok yang mengutamakan nilai-nilai interaksi antar sesama mahasiswa karena hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai dari *Price Value* dan *Social Value* lah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Waktu yang relatif singkat untuk melakukan penelitian ini, dimana untuk program kelas karyawan yang menjadi responden dalam penelitian ini, pembagian kuesioner hanya dapat dilakukan di hari Sabtu-Minggu.
2. Jumlah item pertanyaan yang terbatas, sehingga ada baiknya untuk penelitian yang akan datang perlu menambah jumlah pertanyaan dalam kuesioner sehingga memperoleh gambaran yang lebih baik terhadap permasalahan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, ada baiknya untuk menambah jumlah sampel dan disarankan untuk memperluas penelitian tidak hanya di Fakultas Ekonomi, tetapi juga di fakultas-fakultas lain di lingkungan Universitas Mercu Buana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali dan Fuad. 2007. *Structural Equation Modelling*. U NDIP. Semarang
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE. Yogyakarta
- Kotler dan Armstrong, G.2005. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Cetakan Kesembilan. PT.Indeks..

- Jakarta
- Lupioyadi dan Hamdani, 2009. Manajemen Pemasaran Jasa.LPFE UI. Jakarta
- Sugiyono. 2006. Statistik untuk Penelitian. Cetakan Kesembilan. CV.Alfabeta. Bandung
- Supramono. 2005. Desain Proposal Penelitian. Andi. Yogyakarta

-oOo-

PERANAN KOMITMEN ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN BERDASARKAN *THE INDONESIAN INSTITUTE FOR CORPORATE GOVERNANCE (IICG)*

Eni Wuryani

Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Surabaya 60231 Indonesia
e-mail : eniwuryani_bm@yahoo.com

ABSTRACT

Organizational commitment included an element of loyalty to the organization, involvement in work, and the identification of the values and goals of the organization. While organization commitment could be seen as the company's formulating organizational initiatives and strategies and corporate policies. The application of Good Corporate Governance (GCG) concept and sincerity to achieve an organization commitment, and this can be felt as well as to encourage the members of the companies to do it. Company that seeks to improve the performance will conduct accountability (responsibility) that is sincerity organ accountable enterprises in the whole process of reaching performance in a transparent and fair, including accountable for the entire process in formulating, implementing and evaluating strategies and corporate policies, and sincerity can be felt as well as to encourage the members of the companies to do it.

Keywords: *Organizational Commitment, Corporate Performance, Good Corporate Governance*

ABSTRAK

Komitmen organisasional mencakup unsur loyalitas terhadap organisasi, keterlibatan dalam pekerjaan, dan identifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Sedangkan komitmen organisasi ditunjukkan dengan kesungguhan organisasi perusahaan dalam merumuskan inisiatif dan strategi serta kebijakan perusahaan. Penerapan konsep *Good Corporate Governance* (GCG) dan kesungguhan untuk mencapainya merupakan komitmen organisasi, dan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Perusahaan yang berupaya meningkatkan kinerja perusahaan akan melakukan akuntabilitas (pertanggungjawaban) yaitu kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Kata kunci: *Komitmen Organisasi, Kinerja Perusahaan, Good Corporate Governance*

PENDAHULUAN

Komitmen organisasi dapat merupakan alat bantu psikologis dalam menjalankan organisasinya untuk pencapaian kinerja yang diharapkan (Nouri dan Parker, 1996). Komitmen organisasi yang kuat akan mendorong para manajer bawahan berusaha keras mencapai tujuan organisasi Porter *et al.*, (1974). Komitmen yang tinggi menjadikan individu lebih mementingkan organisasi daripada kepentingan pribadi dan berusaha menjadikan organisasi menjadi lebih baik. Komitmen organisasi yang rendah akan membuat individu untuk berbuat untuk kepentingan pribadinya. Komitmen organisasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja

yang tinggi, Randall (1990) dalam Nouri dan Parker (1998).

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang paling mampu menarik, mengembangkan dan menjaga individu yang memiliki *skill*, perspektif, dan pengalaman yang cukup untuk menggerakkan bisnis global, untuk itu kekayaan intelektual diperlukan untuk menciptakan dan mendistribusikan produk dan jasa ke bisnis global. Untuk mencapai kinerja perusahaan secara maksimal dan keunggulan kompetitif diperlukan sumber daya dan kapabilitas organisasi meliputi kemampuan untuk membentuk dan menjaga sumber daya manusia yang memiliki kapabilitas dan komitmen, Becker *et al.* (2000). Komitmen

organisasi (*organization commitment*) adalah kemampuan dan kemauan untuk menyelaraskan perilaku pribadi dengan kebutuhan, prioritas dan sasaran organisasi. Ini mencakup cara-cara mengembangkan tujuan atau memenuhi kebutuhan organisasi.

KOMITMEN ORGANISASI

Komitmen berasal dari kata latin *committere* yang berarti menggabungkan, mempercayai dan mengerjakannya. Organisasi adalah entitas sosial yang dibangun untuk mencapai tujuan tertentu, berisi posisi-posisi yang saling berinteraksi dan secara sengaja distrukturisasi dan dikoordinasikan, serta berada di dalam lingkungan sosial yang lebih besar, Bedeian(1991:7). Hal ini berarti organisasi berisikan kumpulan orang yang berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi. Komponen dari suatu organisasi antara lain meliputi manajer maupun pegawai dan pihak-pihak yang terkait yang berinteraksi dan terkoordinasi.

Ada dua pendekatan dalam merumuskan definisi komitmen dalam berorganisasi. Yang pertama melibatkan usaha untuk mengilustrasikan bahwa komitmen dapat muncul dalam berbagai bentuk, maksudnya arti dari komitmen menjelaskan perbedaan hubungan antara anggota organisasi dan entitas lainnya (salah satunya organisasi itu sendiri). Yang kedua melibatkan usaha untuk memisahkan diantara berbagai entitas di mana individu berkembang menjadi memiliki komitmen. Kedua pendekatan ini tidak *compatible* namun dapat menjelaskan definisi dari komitmen, bagaimana proses perkembangannya dan bagaimana implikasinya terhadap individu dan organisasi, Meyer & Allen (1997).

Komitmen organisasi didefinisikan sebagai keyakinan dan dukungan yang kuat terhadap nilai dan sasaran yang ingin dicapai organisasi. Konsep dari komitmen organisasi didasarkan pada premis bahwa individu-individu membentuk suatu *attachment* pada organisasi, Ketchand & Strawser(1998:109). Komitmen organisasi dapat didefinisikan sebagai "*relative strength of an individual's identification with and involvement in a particular organization*" (Porter, *etal.*, 1998: 109).Salancik dalam Kwon (2002) menyatakan bahwa komitmen organisasi didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seorang individu menjadi terikat atas apa yang dilakukan dan, melalui kegiatan yang dilakukan, untuk kepercayaan yang mempertahankan kegiatan dan keterlibatannya.

Komitmen organisasi merupakan sebuah ekspresi dari keinginan seseorang untuk menunjukkan prilakunya. Pada saat

seseorang komit terhadap organisasi, seseorang tersebut akan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk berperilaku berdasarkan norma institusional dibandingkan mereka yang tidak komit. Sebagai hasilnya, komitmen memperkuat keinginan seseorang untuk menunjukkan perilaku yang diinginkan oleh organisasi. Sebaliknya, komitmen yang rendah akan menghilangkan kecenderungan orang akan berperilaku sesuai dengan apa yang diinginkan organisasi. Komitmen organisasi merefleksikan kekuatan relatif dari sebuah indentifikasi individual seseorang dalam keterlibatannya didalam organisasi, Steers, 1977 dalam Randal (1987: 461). Komitmen organisasi dapat digambarkan dalam tiga komponen utama: (a) keyakinan yang kuat dari seseorang dan sebuah keyakinan terhadap tujuan organisasi; (b) keinginan seseorang untuk memberikan usaha yang sesuai untuk kepentingan organisasi; (c) hasrat yang jelas dari seseorang untuk memelihara keanggotaan, Randal(1987: 461). Semakin kuat komitmen organisasi seseorang, semakin kuat pula kecenderungan seseorang untuk diarahkan dalam tindakannya oleh standard internal yang ada.

Menurut Robbin (2003:94) komitmen pada organisasi merupakan suatu sikap kerja, didefinisikan sebagai keadaan dimana karyawan mengaitkan dirinya ke organisasi tertentu dan sasaran-sasarannya, serta berharap mempertahankan keanggotaan dalam organisasi itu. Menurut O'Reilley dalam Staw (1991: 299) komitmen terhadap organisasi adalah rasa keterikatan seseorang kepada organisasi, termasuk perasaan terlibat dalam pekerjaan, loyalitas, dan kepercayaan pada nilai-nilai organisasi. Steers (1985:50) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi) dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang pegawai terhadap organisasinya. Steers berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan kondisi dimana pegawai sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-nilai, dan sasaran organisasinya. Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan. Berdasarkan definisi ini, dalam komitmen organisasi tercakup unsur loyalitas terhadap organisasi, keterlibatan dalam pekerjaan, dan identifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.

Meyer dan Allen (1991) merumuskan suatu definisi mengenai komitmen dalam berorganisasi sebagai suatu konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk melanjutkan keanggotaannya dalam berorganisasi. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan anggota yang memiliki komitmen terhadap organisasinya akan lebih dapat bertahan sebagai bagian dari organisasi dibandingkan anggota yang tidak memiliki komitmen terhadap organisasi. Komitmen memiliki arti penerimaan yang kuat individu terhadap tujuan dan nilai-nilai perusahaan, di mana individu akan berusaha dan berkarya serta memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan di perusahaan tersebut.

PEMBENTUKAN KOMITMEN ORGANISASI

Menurut O'Reilley dalam Staw (1991: 299) terdapat tiga proses atau tahapan pembentukan komitmen organisasi, yakni: *compliance*, *identification*, dan *internalization*. Pada tahap pertama, *compliance*, seseorang menerima pengaruh dari orang lain, karena suatu alasan misalnya pembayaran. Tahapan yang ke dua, *identification*, ketika seseorang menerima pengaruh orang lain dengan tujuan untuk menjaga sesuatu yang memuaskan orang lain, mendefinisikan hubungan. Orang-orang merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan. Tahapan akhir pembentukan komitmen adalah *internalization*, yakni individu menemukan nilai-nilai organisasi yang secara intrinsik memberikan imbalan karena nilai-nilai organisasi sesuai dengan nilai-nilai personal. Mengingat komitmen sebagai proses internalisasi maka beragamnya budaya organisasi mencerminkan tingkatan komitmen di antara para anggotanya. Organisasi-organisasi dapat dikelompokkan berdasarkan komitmen para karyawannya. Budaya organisasi yang kuat dicirikan oleh para anggotanya yang mengidentifikasi dirinya dengan organisasi, karena organisasi menjunjung tinggi nilai-nilai yang dihargai oleh para karyawan.

Menurut Kreitner dan Kinicki (1995 : 162) komitmen organisasi merupakan akibat yang ditimbulkan oleh kepuasan kerja. Komitmen organisasi mencerminkan adanya identifikasi individu dengan suatu organisasi dan adanya komitmen terhadap tujuan-tujuan organisasi. Meyer and Allen (1997), menyatakan bahwa pegawai yang memiliki hubungan yang baik dengan atasan langsungnya memiliki tingkat komitmen yang lebih tinggi. Mereka berpendapat bahwa jika pegawai memiliki komitmen yang tinggi terhadap kelompok

kerjanya maka komitmen terhadap organisasi secara keseluruhan juga tinggi. Lio dalam Kwon (2002) mengatakan komitmen pekerja yang tinggi berkorelasi dengan keamanan kerja yang mereka dapatkan.

Koopman dalam Kwon (2002) mengatakan bahwa gaya manajemen dapat berpengaruh terhadap tingkat komitmen para pegawai. Para pegawai yang lebih menyukai gaya manajer mereka juga lebih menyukai organisasi, sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap komitmen mereka terhadap organisasi. Nierhoff *et al.* dalam Kwon (2002) menyatakan bahwa budaya dan gaya yang dilakukan oleh manajemen tingkat atas (top management) memiliki korelasi yang kuat dengan tingkat komitmen para pegawai. Hubungan tersebut menunjukkan pentingnya memiliki manajer-manajer karena peranan mereka dalam organisasi secara keseluruhan.

Eisenberger *et al.* dalam Kwon (2002) menyatakan bahwa karyawan yang merasa diperhatikan dan mendapatkan kepedulian dari organisasi dan para manajer bukan hanya memiliki komitmen yang tinggi tetapi juga mereka lebih sadar tentang tanggung jawab pekerjaannya, memiliki keterlibatan yang tinggi, dan lebih inovatif. Para manajer dan organisasi harus memberikan imbalan dan dukungan karena pegawai yang memperoleh dukungan akan menyebabkan para karyawan lebih percaya kepada organisasi.

Dessler dalam Sunarto (1999) menyampaikan praktek-praktek kunci untuk menciptakan komitmen karyawan yang disebut dengan *commitment wheel*. Menciptakan komitmen memerlukan suatu perencanaan yang komprehensif, terdapat delapan hal yang harus dilakukan, yakni :

1. *People-first values*; yaitu komitmen karyawan akan terwujud apabila top manajemen memiliki nilai-nilai yang mengutamakan adanya kepercayaan dan mengutamakan manusia dan menghargai keberadaannya.
2. *Double-talk*; yaitu adanya kemauan untuk mendengarkan dan didengarkan atau menggunakan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah membantu terwujudnya *trust* (kepercayaan).
3. *Communion*; yaitu mendorong terwujudnya suatu perasaan keterhubungan satu sama lain di antara karyawan, rasa memiliki dan partisipasi secara keseluruhan. Hal ini akan membuat para karyawan melihat bahwa mereka adalah merupakan bagian dari suatu komunitas yang akrab dan memuaskan, dan mereka merasakan senasib.
4. *Transcendental-mediation*; yaitu

memformulasikan ideologi transendental dalam misi dan nilai-nilai, membuat suatu mekanisme untuk mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut kepada para karyawan. Hal ini akan membuat para karyawan bertindak sebagai seorang pejuang karena melakukan sesuai dengan ideologi transendental.

5. *Value-based hiring*; yaitu perusahaan memilih atau menseleksi karyawan yang memiliki nilai-nilai yang cocok dengan nilai-nilai perusahaan. Proses pemilihan dimulai dengan menyatakan ideologi perusahaan secara jelas, sehingga dapat disusun dan diterjemahkan dalam pernyataan-pernyataan yang konkrit, test dan pelatihan-pelatihan sehingga dibuat sebagai bagian dari proses skrining perusahaan.
6. *Securitizing*; yaitu menyatakan secara jelas bahwa manajemen berkomitmen untuk melakukan dengan sebaik mungkin untuk mewujudkan keamanan pekerjaan (*job security*).
7. *Hard-side rewards*; yaitu menawarkan gaji di atas rata-rata dan dikombinasikan dengan insentif-insentif dan keuntungan kestensif.
8. *Actualizing*; yaitu melibatkan karyawan, dengan tujuan untuk menjamin bahwa semua karyawan memiliki kesempatan untuk menggunakan segenap keahliannya pada pekerjaan, dan berjuang sekuat tenaga dalam menjalankan pekerjaannya.

DIMENSI KOMITMEN ORGANISASI

Berdasarkan pandangan dikotomis antara komitmen behavioral dengan attitudial, Meyer and Allen dalam Kwon (2002) membuat konseptualisasi komitmen sebagai konstruk multidimensional. Konstruk multidimensional tentang komitmen terdiri tiga komponen komitmen yakni afektif, kontinuans, dan normatif yang merupakan integrasi antara komitmen attitudial dan behavioral. Allen and Meyer dalam Robbins (2003: 300) menyatakan terdapat tiga dimensi komitmen organisasi yakni komitmen afektif, komitmen normatif dan komitmen kontinuans. Komitmen organisasi dibangun melalui identifikasi individual dengan tujuan organisasi (*affective commitment*) dan biaya terkait dengan tetap tinggalnya seseorang pada suatu organisasi (*the "side-bet" theory* atau *continuance commitment*) serta apa yang sebaiknya dilakukan (*normatif commitment*), Meyer (1990:1).

1. Komitmen Afektif ((Affective Commitment).

Komitmen afektif adalah komitmen yang berkaitan dengan emosional, identifikasi dan keterlibatan pegawai di dalam suatu organisasi.

Dalam hal ini individu menetap dalam suatu organisasi karena keinginannya sendiri. Komitmen Afektif merupakan dimensi dari komitmen organisasi yang lebih menekankan pada emosional individu. Pada dimensi komitmen organisasi ini, anggota organisasi tertarik lebih masuk organisasi atau perusahaan disebabkan oleh dorongan afektifnya daripada kognitifnya. Pada dimensi komitmen afektif ini, anggota organisasi memilih organisasi lebih disebabkan adanya dedikasi yang tinggi agar perusahaan menjadi berkembang. Dimensi ini biasanya tumbuh subur pada perusahaan organisasi dengan adanya kesamaan sikap, dengan kepercayaan yang kuat dalam penerimaan tujuan dan nilai-nilai organisasi (*identification*), kemauan untuk mengerahkan usahanya atas nama organisasi (*involvement*), dan keinginan yang kuat untuk tetap bersama organisasi (*loyalty*) didorong adanya kesamaan sikap yang lebih diwarnai oleh faktor afektif anggota organisasi.

Para pekerja yang mempunyai perasaan positif tentang seluruh pekerjaan organisasi, mempunyai lebih sedikit jumlah absen dalam bekerja dan tidak mau meninggalkan organisasi untuk bekerja pada yang lain dibandingkan dengan pekerja yang mempunyai tingkah laku negatif terhadap organisasi. *Affective commitment* berkaitan dengan hubungan emosional anggota terhadap organisasinya, identifikasi dengan organisasi, dan keterlibatan anggota dengan kegiatan di organisasi. Anggota organisasi dengan *affective commitment* yang tinggi akan terus menjadi anggota dalam organisasi karena memang memiliki keinginan untuk itu, Allen and Meyer (1997).

Hackett *et al.* (1994) mengatakan bahwa individu yang memiliki komitmen organisasi yang merupakan *affective commitment* melaksanakan perannya karena hasrat yang ingin dilakukan. Hasrat ini berdasarkan identifikasinya pada organisasi dan keinginannya untuk membantu organisasi mencapai tujuan, Strawser dan Ketchand (1998: 111). Kwon (2002) menyatakan bahwa komitmen afektif lebih banyak diteliti dibandingkan komitmen normative. Penelitian tentang komitmen telah dilakukan di berbagai setor ekonomi, baik sektor pemerintah, swasta, sektor profit dan non profit. Para pegawai di badan-badan pemerintah biasanya memiliki komitmen normative dimana mereka merasakan pekerjaan sebagai tanggung jawab moral. Hal ini disebabkan karena bekerja di badan-badan milik pemerintah memiliki tingkat keamanan yang tinggi

terhadap risiko kehilangan pekerjaan.

1.1 Proses terbentuknya Affective Commitment

Ada beberapa penelitian mengenai *antecedents* dari *affective commitment*. Berdasarkan penelitian tersebut didapatkan tiga kategori besar. Ketiga kategori tersebut yaitu :

a. Karakteristik Organisasi.

Karakteristik organisasi yang mempengaruhi perkembangan *affective commitment* adalah sistem desentralisasi, {Bateman and Strasser(1984); Morris and Steers(1980)}, adanya kebijakan organisasi yang adil, dan cara menyampaikan kebijakan organisasi kepada individu, Allen and Meyer(1997). Dalam penelitian ini karakteristik organisasi gereja yang dilihat adalah aliran gereja yang digunakan, bagaimana praktek kelompok sel dalam gereja tersebut dan bagaimana kedudukan kelompok sel sebagai strategi gereja.

b. Karakteristik Individu.

Ada beberapa penelitian yang menyatakan bahwa gender mempengaruhi *affective commitment*, namun ada pula yang menyatakan tidak demikian, Mathieu and Zajac dalam Allen and Meyer(1997). Selain itu usia juga mempengaruhi proses terbentuknya *affective commitment*, meskipun tergantung dari beberapa kondisi individu sendiri, Allen and Meyer (1993), organizational tenure Mathieu and Zajac dalam Allen and Meyer(1997), status pernikahan, tingkat pendidikan, kebutuhan untuk berprestasi, etos kerja, dan persepsi individu mengenai kompetensinya, Allen and Meyer(1997)

c. Pengalaman Kerja.

Pengalaman kerja individu yang mempengaruhi proses terbentuknya *affective commitment* antara lain Job scope, yaitu beberapa karakteristik yang menunjukkan kepuasan dan motivasi individu, Hackman and Oldham (1980) dalam Allen and Meyer, (1997). Hal ini mencakup tantangan dalam pekerjaan, tingkat otonomi individu, dan variasi kemampuan yang digunakan individu. Selain itu peran individu dalam organisasi tersebut Mathieu and Zajac(1990) dalam Allen and Meyer(1997) dan hubungannya dengan atasan. Pengalaman berorganisasi individu didapatkan dari pelayanan yang dilakukannya dalam gereja

dan interaksi dengan anggota gereja lain seperti pemimpinnya.

1.2 Indikator Affective Commitment

Individu dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki kedekatan emosional yang erat terhadap organisasi, hal ini berarti bahwa individu tersebut akan memiliki motivasi dan keinginan untuk berkontribusi secara berarti terhadap organisasi dibandingkan individu dengan *affective commitment* yang lebih rendah. Berdasarkan beberapa penelitian *affective commitment* memiliki hubungan yang sangat erat dengan seberapa sering seorang anggota tidak hadir atau absen dalam organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal *role-job performance*, atau hasil pekerjaan yang dilakukan, individu dengan *affective commitment* akan bekerja lebih keras dan menunjukkan hasil pekerjaan yang lebih baik dibandingkan yang komitmennya lebih rendah. Kim dan Mauborgne Allen and Meyer(1997) menyatakan individu dengan *affective commitment* tinggi akan lebih mendukung kebijakan perusahaan dibandingkan yang lebih rendah. *Affective commitment* memiliki hubungan yang erat dengan pengukuran *self-reported* dari keseluruhan hasil pekerjaan individu, Sager and Johnston dalam Allen and Meyer(1997).

Berdasarkan penelitian yang didapat dari *self-report* tingkah laku, Pearce dalam Allen and Meyer(1997) dan assesment tingkah laku, Munene; Shore and Wayne dalam Allen and Meyer, (1997) karyawan dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki tingkah laku *organizational citizenship* yang lebih tinggi daripada yang rendah.

Berdasarkan penelitian Ghirschman (1970) dan Farrell (1983), Meyer *et al.* (1993) meneliti tiga respon ketidakpuasan, yaitu *voice*, *loyalty*, dan *neglect*. Dalam penelitian yang diadakan pada perawat, *affective commitment* ditemukan memiliki hubungan yang positif dengan keinginan untuk menyarankan suatu hal demi kemajuan (*voice*) dan menerima sesuatu hal sebagaimana adanya mereka (*loyalty*) dan berhubungan negatif dengan *tendency* untuk bertingkah laku pasif ataupun mengabaikan situasi yang tidak memuaskan (*neglect*). Individu dengan *affective commitment* yang tinggi cenderung untuk melakukan internal *whistle-blowing* (yaitu melaporkan kecurangan kepada bagian yang berwenang dalam perusahaan) dibandingkan external *whistle-blowing* (yaitu melaporkan kecurangan atau kesalahan perusahaan pada pihak yang berwenang). Berdasarkan beberapa penelitian *affective commitment* yang tinggi berkorelasi

negatif dengan keadaan stress yang dialami anggota organisasi, Kozlowski; Reilly & Orsak dalam Allen and Meyer (1997).

2. Komitmen Kontinuans (Continuance Commitment)

Komitmen kontinuans adalah perasaan bahwa biaya untuk meninggalkan jauh lebih mahal, atau berdasarkan persepsi pegawai tentang kerugian yang akan dihadapinya jika ia meninggalkan organisasi. Individu memutuskan untuk menetap pada suatu organisasi karena menganggap hal tersebut sebagai suatu pemenuhan kebutuhan. Pada dimensi komitmen organisasi ini, komitmen kontinuan adalah berbeda dengan komitmen afektif. Komitmen kontinuan menunjukkan komitmen anggota organisasi lebih disebabkan biaya hidup. Dengan demikian, semakin besar perolehan pendapatan karyawan dari perusahaan maka akan semakin besar kepuasan kerja, prestasi kerja (*performance*), dan sebaliknya akan semakin kecil kemangkiran dan intensiti turnover. Tetapi secara prinsip baik dimensi komitmen afektif maupun komitmen kontinuan, komitmen organisasi yang baik dan jelas sangat penting artinya, sebab sebagaimana komitmen organisasi berhubungan dengan tingkah laku dari berhenti bekerja berkorelasi secara negatif. Oleh sebab itu sangat beralasan jika komitmen organisasi cukup mempengaruhi prestasi kerja karyawan. Individu yang memiliki bentuk komitmen organisasi berupa *continuance commitment* berdasarkan Becker's (1960) mengenai *side-bets theory* individu tetap bekerja untuk organisasi mereka mengakumulasi benefit yang lebih tinggi daripada mereka mencari.

2.1 Proses Terbentuknya Continuance Commitment

Continuance commitment dapat berkembang karena adanya berbagai tindakan atau kejadian yang dapat meningkatkan kerugian jika meninggalkan organisasi. Beberapa tindakan atau kejadian ini dapat dibagi ke dalam dua variable, yaitu investasi dan alternatif. Selain itu proses pertimbangan juga dapat mempengaruhi individu, Allen and Meyer(1997). Investasi termasuk sesuatu yang berharga, termasuk waktu, usaha ataupun uang, yang harus individu lepaskan jika meninggalkan organisasi. Sedangkan alternatif adalah kemungkinan untuk masuk ke organisasi lain. Proses pertimbangan adalah saat di mana individu mencapai kesadaran akan investasi dan alternatif, dan bagaimana dampaknya bagi mereka sendiri, Allen and Meyer(1997). Investasi dan

alternatif yang dialami individu dalam organisasi gereja berbeda dengan organisasi lain. Investasi dan alternatif yang terjadi lebih terkait dengan kegiatan-kegiatan khas gereja dibandingkan keuntungan materi atau kedudukan yang bisa didapat dari organisasi profit biasa.

2.2. Indikator Continuance Commitment

Individu dengan *continuance commitment* yang tinggi akan bertahan dalam organisasi, bukan karena alasan emosional, tapi karena adanya kesadaran dalam individu tersebut akan kerugian besar yang dialami jika meninggalkan organisasi. Berkaitan dengan hal ini, maka individu tersebut tidak dapat diharapkan untuk memiliki keinginan yang kuat untuk berkontribusi pada organisasi. Jika individu tersebut tetap bertahan dalam organisasi, maka pada tahap selanjutnya individu tersebut dapat merasakan putus asa dan frustrasi yang dapat menyebabkan kinerja yang buruk. Meyer and Allen (1991) menyatakan bahwa *continuance commitment* tidak berhubungan atau memiliki hubungan yang negatif pada kehadiran anggota organisasi atau indikator hasil pekerjaan selanjutnya, kecuali dalam kasus-kasus di mana job retention jelas sekali mempengaruhi hasil pekerjaan. *Continuance commitment* berkaitan dengan kesadaran anggota organisasi akan mengalami kerugian jika meninggalkan organisasi. Anggota organisasi dengan *continuance commitment* yang tinggi akan terus menjadi anggota dalam organisasi karena mereka memiliki kebutuhan untuk menjadi anggota organisasi tersebut, Allen and Meyer(1997).

Individu dengan *continuance commitment* yang tinggi akan lebih bertahan dalam organisasi dibandingkan yang rendah, Allen and Meyer(1997). *Continuance commitment* tidak mempengaruhi beberapa hasil pengukuran kerja Morrman *et al.* dalam Allen and Meyer(1997). Berdasarkan beberapa penelitian *continuance commitment* tidak memiliki hubungan yang sangat erat dengan seberapa sering seorang anggota tidak hadir atau absen dalam organisasi. *Continuance commitment* tidak berhubungan dengan tingkah laku *organizational citizenship*, Meyer *et al.*, dalam Allen and Meyer(1997), sedangkan dalam penelitian lain, kedua hal ini memiliki hubungan yang negatif. *Continuance commitment* juga dianggap tidak berhubungan dengan tingkah laku *altruism* ataupun *compliance*, di mana kedua tingkah laku tersebut termasuk ke dalam *organizational citizenship* ataupun *extra-role*. Komitmen juga berhubungan dengan bagaimana anggota organisasi merespon ketidakpuasannya dengan kejadian-kejadian dalam pekerjaan, Allen

and Meyer(1997). *Continuance commitment* tidak berhubungan dengan kecenderungan seorang anggota organisasi untuk mengembangkan suatu situasi yang tidak berhasil ataupun menerima suatu situasi apa adanya, Allen and Meyer(1997). Hal menarik lainnya, semakin besar *continuance commitment* seseorang, maka ia akan semakin bersikap pasif atau membiarkan saja keadaan yang tidak berjalan dengan baik.

3. Komitmen Normatif (Normative Commitment)

Komitmen normatif adalah suatu perasaan akan suatu tanggung jawab atau kewajiban terhadap organisasi. Individu tetap tinggal pada suatu organisasi karena merasa wajib untuk loyal kepada organisasi tersebut. Komponen normatif dari komitmen ditekankan pada perasaan loyalitas terhadap organisasi tertentu yang terbentuk dari pendalaman tekanan-tekanan normatif yang mendesak dari seseorang. Dalam penerimaan pengaruh oleh seseorang di dalam organisasi, pendalaman terjadi saat nilai-nilai yang tertanam dalam diri seseorang dan grup atau organisasi adalah sama. Sebagai akibat persamaan nilai tersebut, seseorang akan melakukan tingkah laku yang komit karena mereka percaya bahwa hal itu merupakan hak mereka dan hal yang baik untuk dilakukan (Allen and Meyer, 1991).

Normative commitment menggambarkan perasaan keterikatan untuk terus berada dalam organisasi. Anggota organisasi dengan *normative commitment* yang tinggi akan terus menjadi anggota dalam organisasi karena merasa dirinya harus berada dalam organisasi tersebut Allen and Meyer, (1997). Pola pikir ini konsisten dengan pandangan beberapa penulis yang menyatakan bahwa norma-norma pribadi (didefinisikan sebagai kewajiban moral dalam diri) adalah merupakan faktor utama terhadap perilaku, termasuk menjadikan organisasi tersebut sebagai pilihan untuk bekerja. Allen and Meyer (1991) menyebutkan definisi komitmen normatif (yang dikenal sebagai komitmen moral) yang membedakannya dari komponen komitmen afektif dan komitmen kontinuan.

Komitmen normatif sebagai suatu tingkatan dimana seseorang terikat secara psikologis pada organisasi yang memperkerjakannya melalui pendalaman tujuan organisasi, nilai-nilai, dan misinya. Bentuk komitmen ini berbeda dari komitmen afektif karena merefleksikan perasaan tugas, kewajiban dan panggilan untuk bekerja pada organisasi, namun tidak menjadikannya sebagai keterikatan emosional. Menurut Allen and Meyer (1990) karyawan dengan tingkat komitmen

normatif yang tinggi merasa bahwa mereka harus berada dalam organisasi. Karyawan seperti itu dapat diharapkan untuk menunjukkan kesediaannya menempatkan tujuan organisasi diatas tujuan pribadinya.

3.1 Proses terbentuknya Normative Commitment

Allen and Meyer, (1997) menyatakan *normative commitment* terhadap organisasi dapat berkembang dari sejumlah tekanan yang dirasakan individu selama proses sosialisasi (dari keluarga atau budaya) dan selama sosialisasi saat individu baru masuk ke dalam organisasi. Selain itu *normative commitment* juga berkembang karena organisasi memberikan sesuatu yang sangat berharga bagi individu yang tidak dapat dibalas kembali, Scholl dalam Allen and Meyer, (1997). Faktor lainnya adalah adanya kontrak psikologis antara anggota dengan organisasinya Schein dalam Allen and Meyer(1997). Kontrak psikologis adalah kepercayaan dari masing-masing pihak bahwa masing-masing akan timbal balik memberi.

3.2 Indikator Normative Commitment

Individu dengan *normative commitment* yang tinggi akan tetap bertahan dalam organisasi karena merasa adanya suatu kewajiban atau tugas. Meyer and Allen (1991) menyatakan bahwa perasaan semacam itu akan memotivasi individu untuk bertingkah laku secara baik dan melakukan tindakan yang tepat bagi organisasi. Namun adanya *normative commitment* diharapkan memiliki hubungan yang positif dengan tingkah laku dalam pekerjaan, seperti *job performance*, *work attendance*, dan *organizational citizenship*. *Normative commitment* akan berdampak kuat pada suasana pekerjaan, Allen and Meyer, (1997).

Hubungan antara *normative commitment* dengan ketidakhadiran seseorang jarang sekali mendapat perhatian. *Normative commitment* dianggap memiliki hubungan dengan tingkat ketidakhadiran dalam suatu penelitian Meyer *et al.*, dalam Allen and Meyer, (1997). Namun suatu penelitian lain menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kedua variable tersebut, Somers dalam Allen and Meyer(1997).

Sedikit sekali penelitian yang mengukur *normative commitment* dan *role-job performance*. Berdasarkan hasil penelitian *normative commitment* berhubungan positif dengan pengukuran hasil kerja, Randall *et al.*, dalam Allen and Meyer(1997) dan pengukuran laporan kerja dari keseluruhan pekerjaan Ashfort and Saks dalam Allen and Meyer (1997). *Normative commitment* memiliki

hubungan dengan tingkah laku *organizational citizenship* (Allen & Meyer, 1997). Walaupun demikian hubungan antara *normative commitment* dengan tingkah laku *extra-role* lebih lemah jika dibandingkan *affective commitment*.

Berdasarkan beberapa penelitian, sama seperti *affective commitment*, *normative commitment* yang tinggi berkorelasi negatif dengan keadaan stress anggota organisasi Reilly and Orsak dalam Allen and Meyer, (1997). Beberapa hasil penelitian menunjukkan hubungan yang negatif antara komitmen terhadap organisasi dengan intensi untuk meninggalkan organisasi dan actual turnover, Tett and Meyer dalam Allen and Meyer, (1997). Meskipun hubungan terbesar terdapat pada *affective commitment*, terdapat pula hubungan yang signifikan antara komitmen dan *turn over variable* diantara ketiga dimensi komitmen Allen and Meyer (1997). Sebagian besar organisasi menginginkan anggota yang berkomitmen dan tidak hanya bertahan dalam organisasi.

KOMITMEN ORGANISASI DAN KINERJA PERUSAHAAN

Nicoloet *al.* (2008) menyatakan *Index Corporate Governance Quality* (CGQ) meliputi 3 indikator yaitu: *Accounting Standards* (AS), *Earnings Smoothing* (ES), and *Stock Price Synchronicity* (SPS). Index CGQ merupakan 3 proxi pengukuran hasil *corporate governance* dalam dimensi pengungkapan akuntansi dan transparansi. Pengungkapan akuntansi dan transparansi diperlukan untuk menuju GCG karena tingkat informasi asimetri antara para manajer dan stakeholder ditunjukkan dengan *corporate governance*.

Perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dengan meningkatnya harga saham. Hal ini sesuai dengan pernyataan Van Horne (1991:215) dalam Dewi (2004) yang mengatakan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan dimulai dengan meningkatkan harga saham, berarti memberi peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham. Dengan adanya kondisi yang demikian ini harga saham dan volume perdagangan saham pada perusahaan yang masuk sepuluh besar *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) akan lebih tinggi dibandingkan perusahaan Non sepuluh besar CGPI.

Pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) di Indonesia dilakukan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG). *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) didirikan pada tanggal 2 Juni 2000 merupakan sebuah lembaga

independen yang melakukan kegiatan diseminasi dan pengembangan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) di Indonesia. Pernyataan visi menjadi lembaga yang independen dan bermanfaat untuk mendorong terciptanya perilaku bisnis yang sehat, menjadi inspirasi IICG untuk senantiasa berupaya mensyarakatkan konsep, praktik dan manfaat GCG kepada dunia bisnis khususnya masyarakat luas pada umumnya. Kegiatan utama yang dilakukan IICG adalah melaksanakan riset penetapan penerapan GCG, yang hasilnya berupa *Corporate Governance Perception Index* (CGPI).

Peserta pemeringkatan CGPI yang dilakukan oleh IICG diikuti oleh perusahaan terbuka, BUMN, BUMD dan perusahaan swasta. Hasil riset IICG berupa skor dan indeks persepsi penerapan GCG pada Perusahaan Publik, Swasta, Perbankan, dan BUMN di Indonesia. Menurut IICG (2005), IICG (2006), IICG (2007), IICG (2008), IICG (2009) pemeringkatan CGPI disusun berdasarkan kategori tingkat kepercayaan dengan selang nilai yang telah ditetapkan, yaitu terdiri dari 3 kategori: tidak terpercay (skor 55-69), terpercay (skor 70-84), dan sangat terpercay (skor 85-100).

Aktivitas GCG melalui penerapan prinsip dasar *transparency, accountability, responsibility, independensi* dan *fairness*. *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) melakukan pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) melalui 4 (empat) tahap, yaitu (1) *self assessment* dengan nilai 15% (persen), (2) kelengkapan dokumen dengan nilai 25% (persen), (3) makalah dan presentasi dengan nilai 12% (persen) dan (4) observasi perusahaan dengan nilai 48% (persen).

Self assesment adalah sebuah proses penilaian objektif dari perusahaan atas dirinya sendiri yang berkaitan dengan penyelarasan sistem GCG dalam semua proses bisnis melalui penetapan, pelaksanaan dan evaluasi strategi perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan yang berkelanjutan (manajemen strategik). *Self assesment* dilaksanakan melalui pengisian kuesioner oleh seluruh stakeholder perusahaan. IICG (2009) aspek penilaian *self-assessment* secara lebih rinci menilai faktor-faktor sebagai berikut: komitmen, transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, keadilan, kompetensi, kepemimpinan, kemampuan bekerjasama, pernyataan visi, misi dan tata nilai, moral dan etika, strategi. Penilaian *self assessment* sebesar 15% (persen) dari total penilaian pelaksanaan GCG.

Komitmen, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam merumuskan inisiatif dan strategi serta kebijakan perusahaan dalam rangka menerapkan konsep *Corporate Governance* (CG), dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Transparansi, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menyampaikan berbagai informasi perusahaan secara tepat waktu dan akurat, termasuk informasi tentang proses merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Akuntabilitas, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Responsibilitas, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menjamin terlaksananya peraturan perundang-undangan dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, termasuk dalam menjamin terlaksananya proses perumusan, implementasi serta evaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Independensi, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menjamin tidak adanya dominasi atau intervensi dari satu partisipan terhadap partisipan lainnya, termasuk dalam menjamin tidak adanya dominasi dan intervensi dari satu partisipan manapun dalam proses merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Keadilan, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada seluruh pemegang saham (*shareholders*), termasuk mempertimbangkan kepentingan seluruh stakeholders dalam proses merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong pemegang saham minoritas untuk berpartisipasi dalam proses tersebut secara

bersama-sama.

Kompetensi, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya dalam menggunakan otoritasnya sesuai dengan peran dan fungsinya, inovatif dan kreatif, termasuk menunjukkan kemampuannya untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG secara tepat, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk melakukannya secara bersama-sama.

Kepemimpinan, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menunjukkan corak kepemimpinan yang dapat mentransformasikan perusahaan ke arah yang lebih baik, termasuk dalam menunjukkan corak kepemimpinan yang dapat membimbing anggota perusahaan untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Kemampuan Bekerjasama, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam membangun kerjasama guna mencapai tujuan bersama secara bermartabat, termasuk dalam membangun kerjasama untuk merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Pernyataan Visi, Misi dan Tata Nilai, yaitu acuan dalam mewujudkan, Kesungguhan organ perusahaan untuk memahami pokok-pokok yang terkandung di dalam pernyataan visi, misi dan tata nilai perusahaan dan menjadikan pokok-pokok tersebut sebagai panduan perusahaan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat menumbuhkan tekad dan semangat para anggota perusahaan untuk mencapai pokok-pokok tersebut secara bersama-sama.

Moral dan Etika, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan untuk menerapkan nilai-nilai moral dan etika dalam setiap proses bisnis, termasuk dalam proses merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk

ikut melakukannya secara bersama-sama.

Penilaian makalah dan presentasi, makalah disusun menurut sistematika penyusunan yang ditetapkan guna mempermudah prosedur penilaian dan selanjutnya akan membantu penulisan publikasi praktik GCG di perusahaan sebagai rangkaian kelanjutan pelaksanaan program CGPI. Membuat makalah terdiri dari abstrak, pendahuluan (latar belakang, tujuan aktualisasi GCG sebagai sistem, sasaran aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem, manfaat aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem), proses penyelarasan sistem (pendekatan dan pentahapan aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem), mekanisme aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem), hasil aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem dan penutup. Penilaian makalah dan presentasi sebesar 12% (persen) dari nilai total penilaian pelaksanaan GCG.

Observasi perusahaan merupakan salah satu bagian penting penilaian dan mempunyai nilai yang paling besar dari proses riset dan pemeringkatan CGPI. Observasi merupakan kegiatan peninjauan langsung ke perusahaan peserta CGPI. Didalam observasi membahas sejauh mana perusahaan telah menyempurnakan CGPI sebagai sebuah sistem. Tim peneliti riset dan pemeringkatan CGPI dapat langsung melakukan verifikasi data dan dokumentasi perusahaan yang dibutuhkan untuk kepentingan riset dan pemeringkatan CGPI. Pihak perusahaan yang diminta untuk hadir pada saat observasi adalah perwakilan dari Dewan Komisaris, Dewan Direksi *Corporate Secretary*, dan manajer-manajer terkait dalam implementasi GCG. Penilaian observasi ke perusahaan sebesar 48% (persen) dari nilai total penilaian pelaksanaan GCG.

KESIMPULAN

Faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen dalam berorganisasi adalah pribadi individu, karakteristik organisasi, dan pengalaman selama berorganisasi. Komitmen organisasi secara tradisional memisahkan antara komitmen attitudinal dengan komitmen behavioral. Konstruksi multidimensional tentang komitmen terdiri tiga komponen komitmen yakni afektif, kontinuans, dan normatif yang merupakan integrasi antara komitmen attitudinal dan behavioral. Pada dimensi komitmen afektif ini, anggota organisasi memilih organisasi lebih disebabkan adanya dedikasi yang tinggi agar perusahaan menjadi berkembang. Dimensi komitmen kontinuan menunjukkan komitmen anggota organisasi lebih disebabkan biaya hidup. Dimensi komitmen normatif adalah suatu perasaan akan suatu tanggung jawab atau

kewajiban terhadap organisasi. Individu tetap tinggal pada suatu organisasi karena merasa wajib untuk loyal kepada organisasi tersebut.

Komitmen dalam berorganisasi sebagai suatu konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dalam berorganisasi. Anggota yang memiliki komitmen organisasi terhadap organisasinya akan lebih bertahan sebagai bagian dari organisasi dibandingkan anggota yang tidak memiliki komitmen terhadap organisasi. Tingkat komitmen organisasi seorang individu berhubungan terbalik dengan pengunduran diri karyawan. Komitmen yang rendah berakibat pada rendahnya kualitas kerja dan kurangnya loyalitas pada perusahaan. Komitmen karyawan yang rendah akan memicu perilaku karyawan yang kurang baik. Komitmen organisasi yang kuat akan mendorong para manajer bawahan berusaha keras mencapai tujuan organisasi. Komitmen yang tinggi menjadikan individu lebih mementingkan organisasi daripada kepentingan pribadi dan berusaha menjadikan organisasi menjadi lebih baik. Komitmen organisasi yang rendah akan membuat individu untuk berbuat untuk kepentingan pribadinya. Komitmen organisasi dapat merupakan alat bantu psikologis dalam menjalankan organisasinya untuk pencapaian kinerja yang diharapkan. Komitmen organisasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja yang tinggi.

Perusahaan yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik akan melakukan tata kelola yang baik dalam operasional perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dengan meningkatnya harga saham. Memaksimalkan kinerja perusahaan dimulai dengan meningkatkan harga saham, berarti memberi peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham. Pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* di Indonesia dilakukan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG)*. IICG merupakan sebuah lembaga independen yang melakukan kegiatan diseminasi dan pengembangan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) di Indonesia. Pernyataan visi menjadi lembaga yang independen dan bermanfaat untuk mendorong terciptanya perilaku bisnis yang sehat, menjadi inspirasi IICG untuk senantiasa berupaya mensyarakatkan konsep, praktik dan manfaat GCG (*Good Corporate Governance*) kepada dunia bisnis khususnya masyarakat luas pada umumnya. Peserta pemeringkatan CGPI yang dilakukan oleh IICG diikuti oleh perusahaan terbuka, BUMN, BUMD dan perusahaan swasta. Hasil riset IICG

berupa skor dan indeks persepsi penerapan GCG pada Perusahaan Publik, Swasta, Perbankan, dan BUMN di Indonesia. Peningkatan CGPI disusun berdasarkan kategori tingkat kepercayaan dengan selang nilai yang telah ditetapkan, yaitu terdiri dari 3 kategori: sangat terpercaya (skor 55-69), terpercaya (skor 70-84), dan cukup terpercaya (skor 85-100).

Komitmen organisasi ditunjukkan dengan kesungguhan organ perusahaan dalam merumuskan inisiatif dan strategi serta kebijakan perusahaan dalam rangka menerapkan konsep *Corporate Governance* (CG), dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, perusahaan melakukan operasional perusahaan sesuai kompetensi, yaitu kesungguhan organ perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya dalam menggunakan otoritasnya sesuai dengan peran dan fungsinya, inovatif dan kreatif, termasuk menunjukkan kemampuannya untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG secara tepat, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk melakukannya secara bersama-sama.

Perusahaan yang berupaya meningkatkan kinerja perusahaan dengan melakukan akuntabilitas (pertanggungjawaban) yaitu kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, N., J. Meyer. (1990), "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization", *Journal of Occupational Psychology*, Vol.63, pp.1-18.
- Becker, H. (1960), Notes on the Concept of Commitment, *American Journal of Sociology*, Vol. 66, pp. 32-42.
- Bateman, T. Strasser, S. S. (1984), A longitudinal Analysis of the Antecedents of Organizational commitment, *Academy of Management Journal*, Vol. 27, pp. 95 – 112.
- Bedeian, Arthur G., Zammuto, Raymond F. (1991). *Organizations: Theory and Design*, The Dryden Press. Chicago.
- Chong, V. K. (1996), Management Accounting Systems, Task Uncertainty and Managerial Performance, a Research Note, *Accounting, Organization and Society*, Vol. 21, pp. 415–421.
- Dewi, Lina A., 2004, Analisis Pengaruh Trading Volume dan Variance Return Saham terhadap Bid-Ask Spread Saham Perusahaan LQ-45 Periode 2001-2002, Thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- IICG (The Indonesian Institute for Corporate Governance), 2000, Corporate Governance atau Corporate Failure?
- _____, 2005, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2004, Internalisasi Good Corporate Governance dalam Proses Bisnis.
- _____, 2006, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2005, Mewujudkan Good Corporate Governance sebagai Sebuah Sistem.
- _____, 2007, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2006, Menyempurnakan Good Corporate Governance sebagai Sebuah Sistem.
- _____, 2008, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2007, Aktualisasi Good Corporate Governance sebagai Sebuah Sistem.
- Kechand, Alice A., Jerry R Strawser, (1998), The Existence of Multiple Measures of Organizational Commitment and Experience-Related Differences in a Public Accounting Setting, *Behavioral Research in Accounting*.
- Kwon, Yongsoo. (2002), "A Process Model of Organizational Commitment of Korean

- Government Employees: The Effects of Organizational Practices, Role of Ambiguity, and Trust on Altruism”, *International Review of Public Administration*, Vol.7 No.2, pp. 81-97.
- Mathieu, J. E., Zajac, D.M., (1990), A Review and Meta Analysis of the Antecedents, correlates, Consequences of Organizational Commitment, *Psychological bulletin*, Vol. 108, pp. 171-194.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., (1997), *Commitment in the Workplace Theory Research and Application*. California: Sage Publications.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L., (2002), Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta – Analysis of Antecedents Correlates and Consequences, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 61, pp. 20 -52.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., (1984), Testing the “Side – Bet Theory” of Organizational Commitment: Testing Methodological considerations, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 69, pp. 372 – 378.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steeras, R. (1982). *Organizational Linkages : The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. San Diego, California : Academic Press.
- Nicolo, Gianni De, Luc Laeven, and Kenichi Ueda. 2008. Corporate governance quality: Trends and real effects. *Journal of Financial Intermediation*. Vol. 17. pp. 198–228.
- Nouri, H., Parker, R., (1998). The Relationship between Budget Participation and Job Performance: The Roles of Budget Adequacy and Organizational Commitment. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 23, pp. 467- 483.
- O’Reilly, C. A., & Caldwell, D.F. The Commitment and Job tenure of new Employees: Some Evidence of Post-Decision Justification. *Administrative Science Quarterly*, 1981, Vol. 26, pp. 597-616.
- Porter, L., Steer, R., Mowday, R., Boulian, P. (1974), *Organization Commitment, Job Satisfaction and Turn Over among Psychiatric Technicians*, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 59, pp. 603 – 609.
- Randal, Donna M. (1987), *Commitment and Organization: The Organization Man Resited*, *Academy of Management Review*, Vol. 12, No. 3.
- Robbin, Stephen P. (2003), *Perilaku Organisasi, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta, PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Robbins, S. P. (2003), *Organizational behavior (10thed)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Sopiah, (2009), *Perilaku Organisasional*, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Staw, Barry M., (1991). *Psychological Dimensions of Gorganizational Behavior*. New York. Prentice Hall.
- Steers, R. M. (1977), Antecedents and Outcomes of Organizational Effectiveness, *Administrative Science Quarterly*, Vol.22, pp. 40-56.
- Sunarto, (2004), *Perilaku Organisasi*, Penerbit Amus, Yogyakarta

ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PROSES BELAJAR MENGAJAR DOSEN TETAP DENGAN DOSEN TIDAK TETAP PADA UNIVERSITAS MERCU BUANA

Hesti Maheswari, SE., M.Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

e-mail: hesti.maheswari@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to compare student satisfaction on the quality of the learning process between the Fulltime Parttime Lecturer. For Lecturers: negative gap of several indicators to prove the level of interest (customer importance) is far above the level of satisfaction (customer satisfaction performance). Performance with a negative gap reached 26 (twenty six) indicators. Indicator with a negative gap (-1) is Openness in assessing the exam. Whereas for Parttime Lecturer / Home base: The largest negative gap are 8 (eight) indicators. Indicators that are in group A (top priority) Cartesian diagram analysis, according to students is important but not satisfied: Timeliness out of the classroom; Availability module lectures; Education Lecturer in assessing duties; Education Lecturer in assessing the exam; willingness of students to buy books, and seriousness student preparing for exams. Student satisfaction on the quality of teaching and learning for Parttime Lecturers and home base shows the negative gap terbesar -0.64 tripled compared to unsatisfactory performance of the fulltime ones.

Keywords: *Quality, Satisfaction, Interest, Faculty Performance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kepuasan mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar antara Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap. Untuk Dosen Tetap: gap negatif dari beberapa indikator membuktikan tingkat kepentingan (*customer importance*) jauh berada di atas tingkat kepuasannya (*customer satisfaction performance*). Kinerja dengan gap negatif mencapai 26 (dua puluh enam) indikator. Indikator dengan gap negatif (-1) adalah Keterbukaan dalam menilai ujian. Sedangkan untuk Dosen Tidak Tetap/Home base: Gap negatif terbesar terdapat 8 (delapan) indikator. Indikator yang berada pada ruang A (prioritas utama) analisis diagram kartesius karena menurut mahasiswa penting namun tidak terpuaskan adalah: Ketepatan waktu keluar kelas; Ketersediaan modul perkuliahan; Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas; Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian; Ketersediaan mahasiswa membeli buku; dan keseriusan mahasiswa mempersiapkan ujian. Kepuasan mahasiswa atas kualitas proses belajar mengajar untuk dosen tidak tetap dan home base menunjukkan gap negatif terbesar -0,64 yaitu tiga kali lipat tidak memuaskan dibandingkan kinerja dosen tetap.

Kata kunci: *Kualitas, Kepuasan, Kepentingan, Kinerja Dosen.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis termasuk Perguruan Tinggi saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat sehingga persaingan di dunia usaha pendidikan pun menjadi semakin hebat, serta kondisi perekonomian global yang tidak menentu kerap membuat perguruan tinggi pencetak sumber daya manusia semakin sulit untuk berkembang. Berbagai pengaruh perubahan yang terjadi menuntut organisasi dunia pendidikan untuk membuka diri terhadap perubahan dan berupaya menyusun strategi dan kebijakan yang selaras dengan perubahan tersebut. Perguruan tinggi-

yang tidak mampu mengikuti perubahan secara cepat dalam mengelola bisnisnya akan mengalami kemunduran bahkan kehancuran. Perubahan selera konsumen dalam hal ini mahasiswa dalam sebuah perguruan tinggi juga mengalami perubahan yang cukup spektakuler. Hal ini terbukti dengan tuntutan yang lebih dari mahasiswa atas kampus tempat mereka menimba ilmu.

Kepuasan mahasiswa selama dalam proses perkuliahan sebenarnya menjadi kunci sukses sebuah perguruan tinggi. Perilaku yang biasanya muncul setelah merasakan bahwa sebuah pelayanan memuaskan adalah mempublikasikan pelayanan tersebut tanpa diminta oleh perusahaan pemberi

layanan. Begitu pula dengan reaksi yang akan muncul jika mahasiswa-mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana terlayani dengan baik terutama pada saat mereka kuliah, baik dalam hal kemampuan Dosen mentransfer ilmu, kesungguhan memotivasi mahasiswanya belajar, mengerjakan ujian dan menggali ilmu maupun dari segi fasilitas pendukung yang dibangun perguruan tinggi, seperti kelengkapan alat peraga, koleksi buku sampai lingkungan kampus yang bersih dan nyaman. Kondisi seperti ini membutuhkan pemimpin-pemimpin yang tangguh dan kukuh pada pendiriannya bahwa kualitas lebih harus diutamakan. Pembentukan lulusan yang berkualitas membutuhkan tenaga-tenaga pendidik yang mempunyai loyalitas tinggi untuk mempunyai kemauan mentrasfer ilmu (*willingness to teach*) dan mampu mata kuliah dengan baik. Selanjutnya adalah Dosen dalam sebuah perguruan tinggi yang terdiri atas Dosen Tetap maupun Dosen Tidak Tetap menggunakan gayanya masing-masing dalam mengajar yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa tersebut. Dengan latar belakang inilah, penulis sangat tertarik untuk meneliti tentang “Analisis perbandingan kepuasan Mahasiswa terhadap proses belajar-mengajar oleh Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana”.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
2. Menganalisis kualitas proses belajar mengajar Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Menganalisis perbandingan kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Mengevaluasi kepuasan mahasiswa terhadap proses belajar mengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Kepuasan Pelanggan

Pengertian kepuasan menurut Kotler (2009): “*The buyer satisfaction is a function of the closers between the buyers product expectation and product performance.*” Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) mendefinisikan sebagai berikut: “Bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian

yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.” Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja nyata produk yang dirasakan pelanggan setelah memakainya.

Sudut Pandang Pelanggan terhadap Kepuasan

Kepuasan merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Adapun alasan bahwa kepuasan merupakan sesuatu yang dikejar oleh individu karena kepuasan merupakan kondisi akhir yang diinginkan individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan muncul sebagai konsekuensi yang tidak dapat dielakan dari proses pembelian. Pembelian yang memuaskan merupakan suatu prestasi yang akan memberikan suatu stabilitas dan ketenangan hidup. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Tjiptono (2008), jika pelanggan merasa puas terhadap kinerja produk perusahaan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dengan cara promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) agar mencoba produk tersebut. Dari uraian tersebut di atas dapat disimpulkan juga bahwa kepuasan akan menciptakan kesetiaan pelanggan.

Strategi Kepuasan Pelanggan

Upaya perbaikan dan penyempurnaan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan konsumen akan menyebabkan pesaing bekerja keras dan memerlukan biaya yang tinggi untuk merebut konsumen. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008), yaitu :

1. *Relationship marketing*, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus, sehingga dapat terjadi bisnis ulangan.
2. *Superior customer service*, berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada pesaingnya.
3. *Unconditional guarantees*, komitmen memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan.
4. Penanganan keluhan yang efektif, penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas bahkan menjadi

- pelanggan abadi.
5. Peningkatan kinerja perusahaan, strategi melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan secara berkesinambungan, sistem penilaian kinerja, penghargaan dan promosi karyawan didasarkan pada kontribusi mereka, memberdayakan karyawan sehingga mereka dapat mengambil keputusan tertentu yang berkaitan dengan tugasnya.
 6. *Quality function deployment*, praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen.

Kerangka Pemikiran

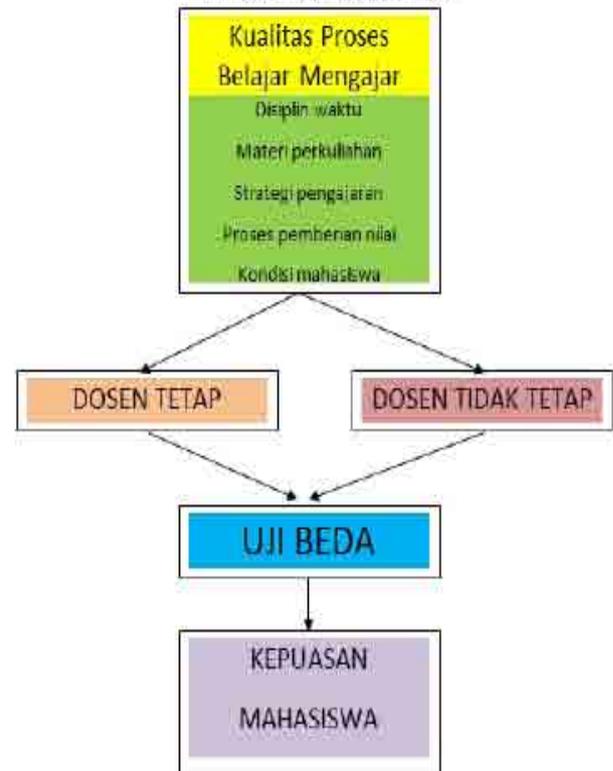
Mutu produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain. Sifat-sifat produk adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya (ciri yang memberikan tambahan manfaat dari suatu produk). Rancangan produk yang baik dapat menarik perhatian konsumen, memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan menambah keunggulan bersaing. Walaupun perguruan tinggi tumbuh seperti jamur, tetapi konsumen dapat secara selektif memilih produk yang diinginkan karena terdapat keistimewaan dan keunikan tersendiri.

Kepuasan merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Adapaun alasan bahwa kepuasan merupakan sesuatu yang dikejar oleh individu karena kepuasan merupakan kondisi akhir yang diinginkan individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan muncul sebagai konsekuensi yang tidak dapat dielakkan dari proses pembelian. Seperti yang disebutkan sebelumnya, jika pelanggan merasa puas pada saat memakai produk tersebut serta terpenuhinya harapan pelanggan, dalam hal ini konfirmasi harapan terhadap suatu produk yang dikonsumsi. Apabila hal tersebut tercapai diharapkan konsumen akan melakukan pembelian ulang, mempunyai kemauan merekomendasikan dengan cara promosi dari mulut ke mulut agar konsumen lain mau mencoba produk tersebut.

Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dalam penelitian ini, masing-masing memiliki gaya tersendiri dalam mengampu mata kuliah. Namun gaya dosen dalam mengajar akan berpengaruh pada kepuasan mahasiswanya. Banyak pernyataan dari pejabat struktural FEB bahwa Dosen Tidak Tetap mempunyai kinerja lebih baik

dan mudah diatur dibandingkan dengan Dosen Tetap, namun untuk memuaskan mahasiswa yang merupakan konsumen sesungguhnya, benarkan Dosen Tidak Tetap lebih unggul daripada Dosen Tetap? Dosen dengan tugas utama mengajar harus mempunyai dedikasi yang tinggi dalam hal kemauan mereka untuk mentransfer ilmu. Kecerdasan Dosen, kepintaran dan keahliannya tidak berguna tanpa ada kemauan untuk mengajar dengan baik. Salah satu alat ukur kemauan Dosen untuk mengajar dengan baik adalah kepuasan mahasiswa terhadap proses

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



belajar mengajar yang diselenggarakan oleh Dosen tersebut dikelas. Jika digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran, alur penelitian ini menjadi :

Objek Penelitian

Dalam rangka penelitian ini, penulis berusaha mengumpulkan data secara lengkap serta melakukan riset dan penelitian pada Universitas Mercu Buana yang terletak di Jalan Raya Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah metode *survey explanatory*, yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan komparatif dan pengujian hipotesis. Tujuan penelitian ini ingin memperoleh gambaran atau deskripsi tentang bagaimana kepuasan mahasiswa atas proses belajar mengajar yang diselenggarakan oleh Dosen Tetap

dibandingkan dengan Dosen Tidak Tetap, serta menguji hipotesis perihal perbandingan perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa.

Desain penelitian yang tergambar di bawah ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komponen-komponen input analisis mencakup kinerja Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
2. Dari input analisis yang demikian itu, dilakukan proses analisis dengan menggunakan Metode Analisis Statistik Inferensial, digunakan untuk mengukur kinerja Dosen FEB Universitas Mercu Buana dalam rangka pengujian Hipotesis.

3. Output analisis data tersebut adalah pokok-pokok kesimpulan dan saran.
4. Outcomes analisis adalah rekomendasi yang disusun berdasarkan pokok-pokok kesimpulan dan saran yang didapat dari pembahasan hasil penelitian.
5. Dengan desain penelitian yang demikian itu, maka diasumsikan bahwa terdapat perbedaan atau tidak terdapat perbedaan antara kinerja Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai

Tabel 1. Variabel dan Skala Pengukuran

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kinerja Dosen		Ketepatan waktu masuk kelas	Ordinal
		Ketepatan waktu keluar kelas	Ordinal
		Ketepatan penyerahan nilai UTS	Ordinal
		Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	Ordinal
		Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	Ordinal
		Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	Ordinal
Materi perkuliahan		Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	Ordinal
		Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	Ordinal
		Kemutakhiran materi kuliah	Ordinal
		Kesediaan modul perkuliahan	Ordinal
		Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	Ordinal
Strategi Pengajaran		Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	Ordinal
		Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	Ordinal
		Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	Ordinal
		Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	Ordinal
		Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	Ordinal
		Penggunaan LCD dan komputer	Ordinal
		Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	Ordinal
		Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	Ordinal
		Kemauan Dosen mentransfer ilmu	Ordinal
		Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	Ordinal
Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	Ordinal		
Proses pemberian nilai		Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	Ordinal
		Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	Ordinal
		Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	Ordinal
		Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	Ordinal
		Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	Ordinal
Kondisi Mahasiswa		Keinginan bertanya	Ordinal
		Pemahaman	Ordinal
		Kesediaan membeli buku	Ordinal
		Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	Ordinal
		Keseriusan mempersiapkan tugas	Ordinal
		Keseriusan mempersiapkan ujian	Ordinal

berikut :

“Diduga terdapat perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa atas kinerja Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.”

Variabel dan Skala Pengukuran

Satuan ukuran dengan skala likert: untuk mengungkapkan kinerja karyawan Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap, skor 5 untuk pernyataan “Sangat Setuju”, skor 4 untuk pernyataan “Setuju”, skor 3 untuk pernyataan “Ragu-ragu”, skor 2 untuk pernyataan “Tidak Setuju”, dan skor 1 untuk pernyataan “Sangat Tidak Setuju”.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Dosen Tetap dan Dosen tidak Tetap Universitas Mercu Buana. Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari karyawan Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dengan cara convenience sampling proporsional, agar setiap karyawan Ukuran sampel : (Harun, 2001).

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

N = Populasi n = sampel
e = persentase ukuran kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik statistik Inferensial. Sebelum angket digunakan untuk pengambilan data yang sesungguhnya, diadakan uji coba instrumen terlebih dahulu. Dengan harapan agar diketahui apakah butir-butir pertanyaan dalam angket dapat dipahami oleh responden.

Analisa Validitas Data

AVD merupakan proses pengujian suatu alat ukur untuk menentukan sejauh mana alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Pengujian validitas yang digunakan adalah analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir. Dalam hal analisis item ini masrun menyatakan ”teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan”. Teknik korelasi yang dipakai adalah

Korelasi Pearson Product Moment dengan rumus: (Bilson,2005).

Analisa Reliabilitas Data

Analisis reliabilitas data merupakan proses pengujian suatu alat ukur untuk menentukan ukuran keajekan (konsistensi) suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Analisis reliabilitas ini dilakukan menggunakan internal consistency dengan teknik belah dua (split half) yang dianalisis dengan rumus spearman brown. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan teknik ini makan butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap. Selanjutnya skor data tiap kelompok itu disusun secara terpisah. Skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari koefisien korelasinya. Setelah diperoleh nilai koefisien, kemudian nilai koefisien korelasi ini dimasukkan ke dalam rumus spearman brown. (Bilson, 2005). Semakin besar nilai reliabilitas (semakin mendekati angka 1), maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan instrument tersebut. Bila nilai bawahnya 0.60 maka dapat dikatakan instrument memiliki reliabilitas rendah; 0.6 - 0.8 reliabilitas sedang; diatas 0.8 reliabilitas tinggi.

Metode Analisa Data

Customer Satisfaction Index

Untuk mengetahui tingkat kepuasan adalah dengan mengukur respon kepuasan konsumen dimana menurut (Cronin and Taylor, 1992; Engel, et al., 1990; Tse and Wilton, 1988; Pawitra, 1993; Parasuraman, et al., 1994; Tears, 1994) yang dikuti oleh Fandy Tjiptono (2005) adalah salah satunya dengan membandingkan antara skor harapan dengan skor kinerja, sehingga apabila dibuat rumusan adalah sebagai berikut :

$$IKK = (PP : EX) \times 100\%$$

IKK = Indeks Kepuasan Konsumen.
PP = Perceived performance, yaitu skor penilaian kinerja terhadap jasa yang diterima dan Kenyataan yang sebenarnya dirasakan oleh konsumen .
EX = Expectation, yaitu skor harapan merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang kualitas produk yang akan diterimanya.

Kemudian hasil dari perbandingan tersebut dianalisis menggunakan analisis pembobotan, yang didapat dengan menentukan interval 0% (skor terendah) sampai 100% (skor tertinggi) dengan rincian sebagai berikut : 0% sampai 20%, artinya respon konsumen

tidak puas dan atribut produk dipersepsikan tidak baik. 21% sampai 40%, artinya respon konsumen kurang puas dan atribut produk yang dipersepsikan kurang baik. 41% sampai 60%, artinya respon konsumen cukup puas/netral dan atribut produk dipersepsikan cukup baik. 61% sampai 80%, artinya respon konsumen puas, dan atribut produk dipersepsikan baik. 81% sampai 100%, artinya respon konsumen sangat puas dan atribut produk dipersepsikan sangat baik. Nilai rata-rata dari masing-masing atribut tersebut kemudian dibandingkan antara 2 kelompok yaitu kinerja Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap, untuk mengetahui siapakah yang paling memuaskan mahasiswa dalam proses belajar mengajar.

Method of Successive Interval

Adapun teknik pengolahan data yang akan dilakukan adalah dengan mengolah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden adalah dengan menggunakan pembobotan skala likert. Setiap jawaban responden dinilai dengan arah pertanyaan sebagai berikut: untuk pertanyaan positif, skala yang digunakan adalah 5-4-3-2-1, dan untuk pernyataan negatif skala yang digunakan adalah 1-2-3-4-5, pengukuran ini dilakukan pada kuesioner tertutup yang berskala ordinal.

Method of successive interval perlu digunakan untuk

mentransformasi data yang diperoleh dengan ukuran ordinal menjadi interval. Proses ini dilakukan dengan menggunakan software MSI.

Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian yang diuji adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan mahasiswa atas kinerja Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap.

H1 : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan mahasiswa atas kinerja Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap.

Pengujian ini menggunakan uji hipotesis dengan analisa t hitung (t) dengan tingkat keyakinan 95% berarti ($\alpha = 0,05$), dengan rumus :

$$t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$$

Dimana :

rs : koefisien korelasi

n : ukuran sampel

tingkat kebebasan dk = n-2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Indikator	Correlation	Kriteria
Ketepatan waktu masuk kelas	.365	.002
Ketepatan waktu keluar kelas	.488	.000
Ketepatan penyerahan nilai UTS	.646	.000
Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	.505	.000
Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	.532	.000
Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	.556	.000
Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	.490	.000
Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	.533	.000
Kemutakhiran materi kuliah	.650	.000
Kesediaan modul perkuliahan	.401	.001
Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	.340	.004
Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	.362	.002
Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	.515	.000
Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	.306	.009
Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	.391	.001
Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	.601	.000
Penggunaan LCD dan komputer	.497	.000
Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	.674	.000
Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	.581	.000
Kemauan Dosen mentransfer ilmu	.444	.000
Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	.550	.000
Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	.593	.000
Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	.537	.000
Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	.372	.002
Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	.384	.001
Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	.306	.000
Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	.536	.000
Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	.505	.000
Kemudahan pemahaman	.631	.000
Kesediaan mahasiswa membeli buku	.478	.000
Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	.421	.000
Keseriusan mempersiapkan tugas	.646	.000
Keseriusan mempersiapkan ujian	.573	.000

Sumber : Data diolah

Perbandingan antara kelompok Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu 48 Dosen Tetap dan 61 Dosen termasuk dalam kelompok Dosen Home Base dan Dosen Tidak Tetap. Pada penelitian ini, kami akan melihat perbandingan kualitas proses belajar mengajar untuk kedua kelompok dosen ini yang dimulai dengan menganalisis dosen tetap terlebih dahulu. Sebelum melakukan analisis, dilakukan pengujian instrumen penelitian: Dari seluruh indikator yang digunakan untuk menganalisis kualitas proses belajar mengajar, ternyata seluruh indikator tersebut valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Indikator-indikator ini juga digunakan untuk mengukur kualitas kerja kelompok dosen tidak tetap dan atau dosen home base.

Uji reliabilitas instrumen menghasilkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan

reliabel dengan hasil 0,796, hal ini berarti instrumen penelitian tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian yaitu kualitas kerja.

Langkah selanjutnya adalah menganalisis kualitas kerja kelompok Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Seluruh item kuesioner dalam penelitian ini bernilai positif, artinya tidak ada item bernilai negatif, sehingga dengan merekapitulasi jawaban responden kemudian mengkalkulasikannya, diperoleh hasil bahwa jawaban responden pada kategori setuju dan sangat setuju secara total untuk 32 indikator dipilih sebanyak 652 dan 651 responden. Dengan kata lain sebanyak 67,86% responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap item atau indikator kualitas proses belajar mengajar yang diselenggarakan oleh kelompok Dosen Tetap. Pernyataan setuju dan sangat setuju mencerminkan bahwa kualitas proses belajar mengajar kelompok

Tabel 3. Kualitas Proses Belajar Mengajar Dosen Tetap & Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis

Indikator	TS (1)	KS (2)	S (3)	SS (4)
Ketepatan waktu masuk kelas	13/4	5/5	24/24	18/27
Ketepatan waktu keluar kelas	17/11	8/15	18/21	17/13
Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	2/2	11/3	24/25	23/30
Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	2/2	14/1	17/26	27/31
Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	8/16	16/18	19/14	17/12
Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	12/18	13/13	21/14	14/15
Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	3/22	8/12	23/14	26/12
Kemutakhiran materi kuliah	6/8	5/12	25/18	24/22
Kesediaan modul perkuliahan	14/18	12/20	16/12	18/10
Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	0/24	3/22	31/8	26/6
Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	8/21	4/15	24/12	24/12
Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	12/28	16/22	18/8	14/2
Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	16/12	18/17	14/14	12/17
Membenkan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	6/21	14/16	18/18	22/5
Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	0/2	5/12	26/18	29/28
Penggunaan LCD dan komputer	2/4	6/11	28/18	24/27
Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	6/21	12/16	24/12	18/11
Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	6/14	14/18	16/18	24/10
Kemauan Dosen mentransfer ilmu	18/16	9/15	12/14	21/15
Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	14/18	11/21	22/12	13/9
Membenkan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	18/4	14/12	12/18	16/26
Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	4/4	2/2	23/25	31/29
Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	2/6	2/16	23/18	33/20
Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	18/28	21/20	12/6	9/6
Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	13/18	16/22	15/16	16/4
Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	8/21	12/16	22/12	18/11
Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	5/12	8/14	21/21	26/15
Kemudahan pemahaman	12/12	16/16	18/18	14/14
Kesediaan mahasiswa membeli buku	18/4	22/12	11/18	9/26
Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	5/16	8/13	21/18	26/13
Keseriusan mempersiapkan tugas	2/5	8/11	26/21	24/23
Keseriusan mempersiapkan ujian	8/12	6/10	28/16	18/22
Jumlah	278/424	339/448	652/527	651/521
Total			1920	
	14,48/22,09	17,66/23,33	33,98/27,45	33,90/27,13

TS = tidak setuju, KS = kurang setuju, dan SS = sangat setuju
 Sumber : data diolah

Dosen Tetap adalah baik. Kesimpulan kualitas proses belajar mengajar yang baik ini didukung pula dengan pembuktian lain bahwa hanya 32,14% dari responden yang menyatakan tidak setuju dan kurang setuju. Beberapa indikator sangat ekstrim dijawab oleh responden tidak setuju atau kurang setuju adalah pada indikator ketepatan waktu keluar dan masuk kelas, efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah, kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh, mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah, kemauan dosen mentransfer ilmu, Memberikan kuis pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa, keterbukaan Dosen menilai tugas, keterbukaan Dosen menilai kuis, kemampuan dosen memberikan pemahaman, dan Kesiediaan mahasiswa membeli buku. Walaupun secara totalitas rata-rata sudah memuaskan, namun untuk 11 indikator ini sangat perlu ditingkatkan kembali.

Dari hasil analisis pada tabel 3 pernyataan yang dijawab oleh responden tidak setuju dan kurang setuju, dimana seluruh pernyataan adalah pernyataan positif, mencapai 45,42%. Hal ini berarti bahwa banyak responden menganggap bahwa proses belajar mengajar kelompok dosen yang kedua berdasarkan indikator-indikator yang ada cenderung kurang dan tidak memuaskan. Dari 32 indikator pengukur kualitas proses belajar mengajar, terdapat 19 indikator yang berada pada area berbahaya ini, diantaranya adalah ketepatan waktu keluar kelas, Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah, Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan, Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini, Kesiediaan modul perkuliahan, Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah, Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas, Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori), Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan, Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan, Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi, Kemauan Dosen mentransfer ilmu, Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar, Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi, Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas, Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz, Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian, Kemudahan pemahaman, dan Kesiediaan memiliki bahan kuliah(modul). Banyak keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa yang tidak mendapatkan solusi dari para pemangku jabatan seperti ketua program studi, sekretaris program studi sampai pada level Dekan. Keluhan mahasiswa

biasanya hanya ditanggapi setengah hati, solusi tidak didapat, dan biasanya mereka diminta untuk mengikuti saja kemauan dosennya.

Perbandingan kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Uji Signifikansi Perbedaan Dua Sampel yang Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Mann Whitney karena Uji Mann Whitney sebesar -0,770, maka untuk hipotesisnya dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima. Dengan kata lain tidak ada perbedaan kualitas proses belajar mengajar antara Dosen Tetap dengan kelompok kedua yaitu Dosen *Home Base* dan Dosen Tidak Tetap. Di samping itu keputusan juga dapat diambil dengan melihat nilai Asymp Sig (2-tailed). Nilai Asymp Sig (2-tailed) = 0,441 > setengah $\alpha = 0,025$, maka H_0 diterima.

Kepuasan mahasiswa terhadap proses belajar mengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Kinerja yang baik terlihat pada enam indikator dengan gap positif, diantaranya adalah memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan, penyampaian materi menarik dan tidak membosankan, soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan, meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa, kemudahan pemahaman, dan kesiediaan memiliki bahan kuliah(modul).

Sebaliknya kinerja yang masih kurang atau dengan gap negatif mencapai dua puluh enam indikator. Indikator dengan gap negatif tertinggi (-1) adalah keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai ujian. Dari hasil analisis ini ternyata masih banyak Dosen Tetap yang tidak membagikan lembar jawaban ujian yang sudah dikoreksi. Mereka memang mengumumkan hasil ujian melalui sia mercu buana, kalau memang diberikanpun mahasiswa tidak tahu mengapa nilainya kurang atau tidak mendapat nilai penuh karena mereka tidak tahu jawaban yang benar seperti apa. Sebaiknya pada sesi pertama setelah ujian tengah semester (UTS) adalah minggu untuk membahas soal ujian dan jangan masuk ke materi baru. Minggu ini juga menjadi minggu evaluasi terhadap materi-materi yang dikuasai dengan baik oleh mahasiswa.

Hasil analisis ini dipetakan ke dalam diagram cartesius agar dapat kita lihat mana indikator yang menjadi prioritas utama (ruang A), yang berlebihan (ruang D), prioritas rendah (ruang

Tabel 4: Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Belajar Mengajar Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu Buana

No	Indikator	Customer Satisfaction Performance (Y _i)	Customer Importance (X _i)	\bar{Y}	\bar{X}
1.	Ketepatan waktu masuk kelas	238	242	3,97	4,03
2.	Ketepatan waktu keluar kelas	179	236	2,98	3,93
3.	Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	227	233	3,78	3,88
4.	Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	228	250	3,80	4,17
5.	Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	233	233	3,88	3,88
6.	Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	228	234	3,80	3,90
7.	Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	210	228	3,50	3,80
8.	Kemutakhiran materi kuliah	196	207	3,27	3,45
9.	Kesediaan modul perkuliahan	209	249	3,48	4,15
10.	Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	191	214	3,18	3,57
11.	Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	201	218	3,35	3,63
12.	Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	192	197	3,20	3,28
13.	Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	162	192	2,70	3,20
14.	Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	241	201	4,02	3,35
15.	Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	249	250	4,15	4,17
16.	Penggunaan LCD dan komputer	238	246	3,97	4,10
17.	Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	244	211	4,07	3,52
18.	Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	238	242	3,97	4,03
19.	Kemauan Dosen mentransfer ilmu	247	249	4,12	4,15
20.	Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	186	211	3,10	3,51
21.	Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	210	244	3,50	4,07
22.	Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	251	249	4,18	4,15
23.	Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	243	248	4,05	4,13
24.	Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	221	250	3,68	4,17
25.	Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	247	250	4,12	4,17
26.	Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	188	248	3,13	4,13
27.	Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	247	244	4,12	4,07
28.	Kemudahan pemahaman	248	250	4,13	3,83
29.	Kesediaan mahasiswa membeli buku	214	244	3,57	4,06
30.	Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	176	244	4,40	4,07
31.	Keseriusan mempersiapkan tugas	246	249	4,10	4,13
32.	Keseriusan mempersiapkan ujian	194	241	3,23	4,01
Jumlah				119	124,71
\bar{X} dan \bar{Y}				3,72	3,90
GAP				-0,18	

Sumber : data diolah peneliti

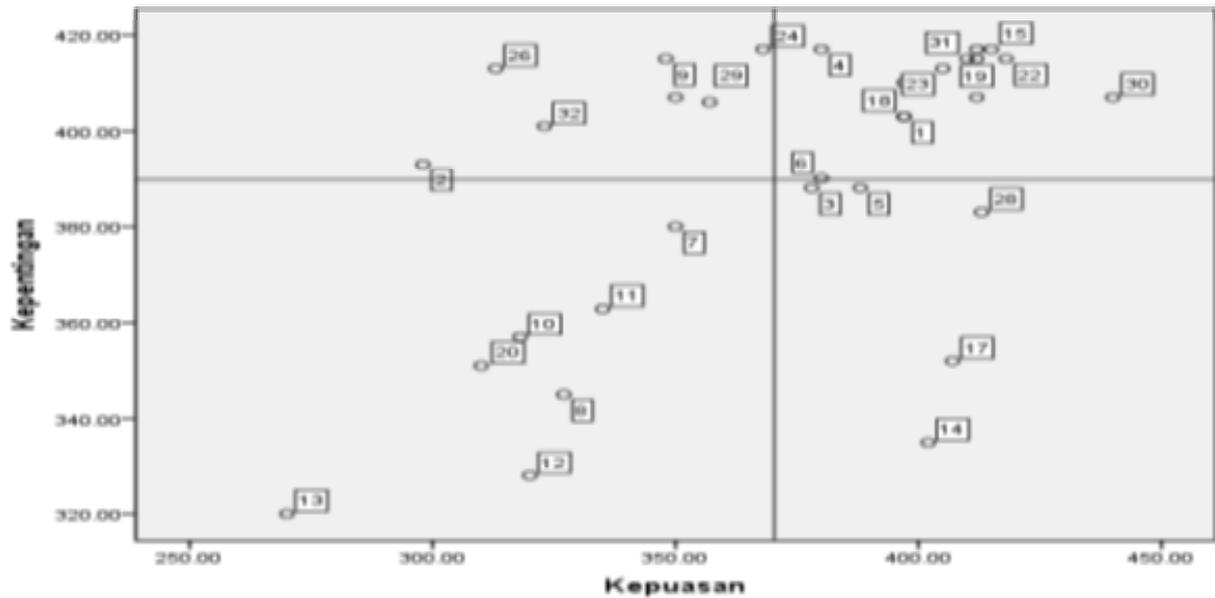
C), dan atau pertahankan prestasi (ruang B).

Indikator Ketepatan waktu keluar kelas (2), Ketersediaan modul perkuliahan (9), Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai tugas (24), Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai ujian (26), Kesiediaan mahasiswa membeli buku (29), dan Keseriusan mahasiswa mempersiapkan ujian (32) adalah indikator yang menjadi prioritas utama (ruang A) untuk segera diperbaiki, karena pada ruang ini menunjukkan bahwa menurut mahasiswa hal ini penting tapi tingkat kepuasan mahasiswa yang

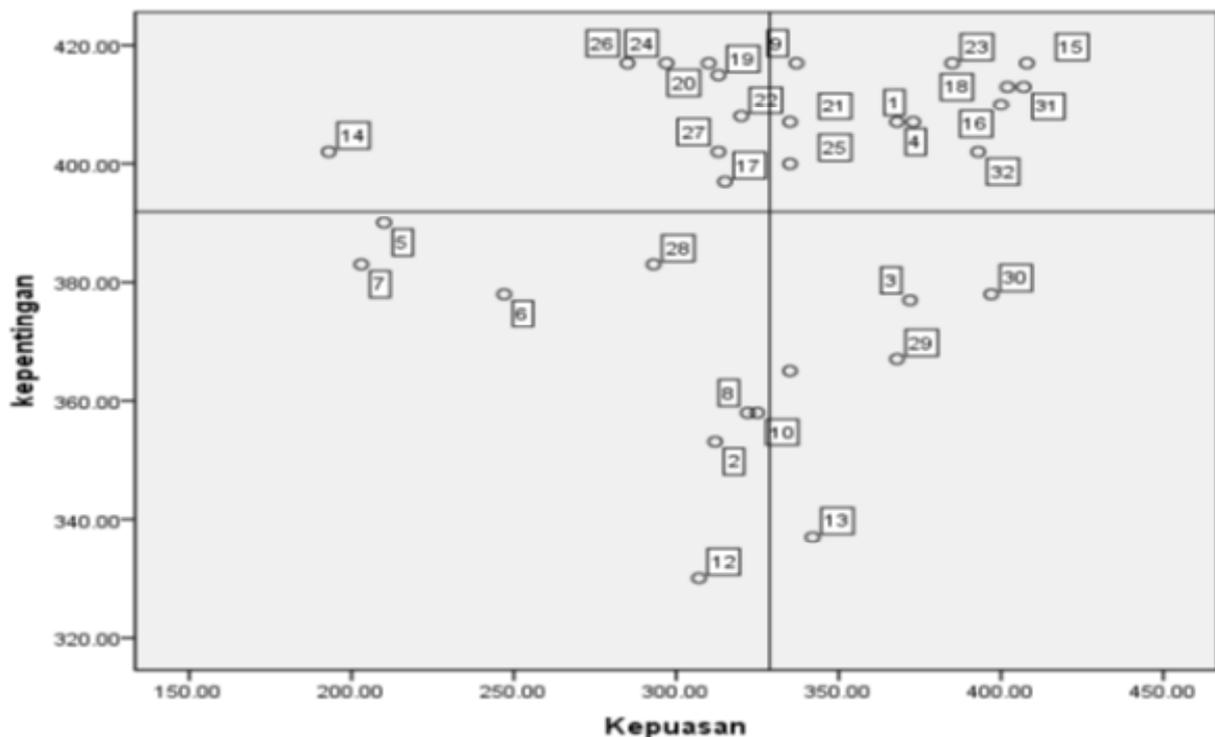
merupakan konsumen UMB kurang memuaskan.

Terdapat 5 indikator yang pelayanannya berlebihan (ruang D), yaitu Ketepatan waktu dalam mengawas UTS (3), Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah (5), Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan (14), Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan (17), Kemudahan pemahaman/mahasiswa mudah memahami materi yang disampaikan (28).

Gambar 4.1. Diagram Kartesius : Analisis Kepuasan



Gambar 4.2. Diagram Cartesius Kinerja Dosen Tidak Tetap & Home Base



Langkah terakhir dalam penelitian ini dilakukan analisis kepuasan mahasiswa atas kualitas proses belajar mengajar untuk kelompok kedua yaitu Dosen Tidak Tetap dan Dosen Home base. Dari tabel 4.8. di bawah ini gap negatif mencapai -0,64,

jika dibandingkan dengan kinerja Dosen Tetap, angka ini cukup tinggi mencapai tiga kali lipat tidak memuaskan.

Pada gambar 4.2. dapat diketahui bahwa terdapat 7

Tabel 5. Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Belajar Mengajar Dosen Tidak Tetap dan Dosen Home Base Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu

No	Indikator	Customer Satisfaction Performance (Y ₁)	Customer Importance (X ₁)	\bar{Y}	\bar{X}
1.	Ketepatan waktu masuk kelas	224	244	3,73	4,07
2.	Ketepatan waktu keluar kelas	187	212	3,12	3,53
3.	Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	223	226	3,72	3,77
4.	Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	221	244	3,68	4,07
5.	Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	126	234	2,10	3,9
6.	Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	148	227	2,47	3,82
7.	Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	122	230	2,03	3,83
8.	Kemutakhiran materi kuliah	193	215	3,22	3,58
9.	Kesediaan modul perkuliahan	202	250	3,37	4,17
10.	Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	195	215	3,25	3,58
11.	Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	201	219	3,35	3,65
12.	Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	184	198	3,07	3,3
13.	Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	205	202	3,42	3,37
14.	Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	116	241	1,93	4,01
15.	Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	245	250	4,08	4,17
16.	Penggunaan LCD dan komputer	240	246	4,00	4,10
17.	Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	189	238	3,15	3,97
18.	Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	241	248	4,02	4,13
19.	Kemauan Dosen mentransfer ilmu	188	249	3,13	4,15
20.	Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	186	250	3,10	4,17
21.	Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	201	244	3,35	4,07
22.	Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	192	245	3,20	4,08
23.	Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	231	250	3,85	4,17
24.	Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	178	250	2,97	4,17
25.	Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	201	240	3,35	4,00
26.	Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	171	250	2,85	4,17
27.	Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	188	241	3,13	4,02
28.	Kemudahan pemahaman	176	230	2,93	3,83
29.	Kesediaan mahasiswa membeli buku	221	220	3,68	3,67
30.	Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	238	227	3,97	3,78
31.	Keseriusan mempersiapkan tugas	244	248	4,07	4,13
32.	Keseriusan mempersiapkan ujian	236	241	3,93	4,01
Jumlah				105,22	125,40
\bar{X} dan \bar{Y}				3,28	3,92
GAP				-0,64	

Sumber : data diolah peneliti

indikator yang berada pada ruang A Prioritas Utama, yaitu Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan (14), Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan (17), Kemauan Dosen mentransfer ilmu (19), Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar (20), Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan (22), Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas (24), dan Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa (27).

Indikator dengan indikasi pelayanan yang berlebihan adalah Ketepatan waktu dalam mengawas UTS, Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas, Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori), Kesiediaan mahasiswa membeli buku, dan Kesiediaan memiliki bahan kuliah(modul).

Dari tabel 4.8. dapat diketahui bahwa terdapat 8 indikator dengan dengan tingkat gap negatif terbesar, yang akan diuraikan berikut ini dari mulai yang paling buruk kinerjanya, yaitu: Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan -2,08 (14), Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah -1,8 (5), Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini -1,8 (7), Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan (6), Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian (26), Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas (24), Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar (20), Kemauan Dosen mentransfer ilmu(19).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil analisis dan pembahasan atas kondisi kualitas belajar mengajar dari Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta kondisi kepuasan dari mahasiswa sebagai konsumennya menunjukkan bahwa:

1. Kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap berada pada angka 67,86% dimana kemutakhiran materi kuliah, penyelesaian kasus, PR dan tugas; Kemampuan komunikasi dan bahasa; Penggunaan LCD Komputer; Soal ujian sesuai materi kuliah; serta keseriusan mempersiapkan tugas merupakan indikator-indikator yang memberikan kontribusi besar terhadap persentase tersebut. Sedangkan Dosen dianggap kurang berkualitas sebesar 32,14% terutama untuk indikator Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas; Pemberian kuis untuk menilai kemampuan mahasiswa; kemauan Dosen untuk transfer ilmu; Mewajibkan mahasiswa presentasi; serta Ketepatan Dosen keluar kelas perkuliahan.

2. Kualitas proses belajar mengajar Dosen Tidak Tetap dan Home Base sebesar 54,58% dimana ketepatan waktu masuk kelas; ketepatan waktu mengawas UTS/UAS; Kemampuan komunikasi dan bahasa; dan soal ujian sesuai dengan materi kuliah memberikan kontribusi besar terhadap kualitas tersebut. Sebesar 45,42% dianggap kurang berkualitas dan indikator yang berkontribusi besar untuk kondisi tersebut seperti Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata; Kesempatan berdiskusi; Memberikan kasus untuk dipresentasikan; Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan; serta keterbukaan menilai kuis dan ujian.
3. Membandingkan kualitas proses belajar mengajar kelompok Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap/home base dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas Dosen Tetap lebih baik dari pada Dosen Tidak Tetap dan *Home base* namun dengan indikator pendukung kualitas yang berbeda. Kualitas Dosen Tetap dan *Home Base* anatar lain dari indikator Ketepatan waktu masuk kelas dan Ketepatan waktu mengawas UTS/UAS, dimana indikator tersebut bukan merupakan pendukung besar untuk kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap. Keterbukaan menilai kuis dan tugas baik Dosen Tetap maupun Dosen Tidak Tetap/*Home Base* sama-sama kurang baik kualitasnya.
4. Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis belum sepenuhnya dapat memuaskan mahasiswa dalam proses belajar mengajar dikelas. Beberapa indikator menunjukkan gap negatif yang berarti membuktikan tingkat kepentingan (*customer importance*) jauh berada di atas tingkat kepuasannya (*customer satisfaction performance*). Sedangkan kinerja yang baik terlihat pada 6 (enam) indikator dengan gap positif, diantaranya adalah: Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan; Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan; Soal ujian sesuai dengan materi kuliah yang disampaikan; Meningkatkan keinginan bertanya bagi mahasiswa; Kemudahan pemahaman; dan Kesiediaan memiliki bahan kuliah (modul). Sedangkan kinerja dengan gap negatif mencapai 26 (dua puluh enam) indikator. Indikator dengan gap nilai tertinggi (-1) adalah Keterbukaan dalam menilai ujian.
5. Dosen Tidak Tetap dan Home base ternyata masih menunjukkan kinerja kurang baik dimana terdapat 8 (delapan) indikator dengan tingkat gap negatif terbesar dan yang paling buruk

kinerjanya, adalah: Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh Mahasiswa kemudian dipresentasikan sebesar -2,08; Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah -1,8; dan Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini -1,8

6. Prioritas utama (ruang A) menunjukkan bahwa menurut mahasiswa hal ini penting namun tingkat kepuasan mahasiswa sebagai konsumen kurang memuaskan, yaitu untuk indikator Ketepatan waktu keluar kelas; Ketersediaan modul perkuliahan; Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai tugas; Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai ujian; Kesiapan mahasiswa membeli buku; dan Keseriusan mahasiswa mempersiapkan ujian.
7. Analisis kepuasan mahasiswa atas kualitas proses belajar mengajar untuk Dosen Tidak Tetap dan Home Base menunjukkan bahwa gap negatif mencapai -0,64. Jika dibandingkan dengan kinerja Dosen Tetap, angka ini mencapai tiga kali lipat tidak memuaskan.

Saran

Beberapa perbaikan yang perlu ditindaklanjuti untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam hal ini mahasiswa sebagai berikut:

1. Indikator yang digunakan perlu dikelompokkan ke dalam kelompok akademik dan non-akademik misalnya pengembangan sumber daya manusia baik dalam hal ini Dosen maupun mahasiswa. Pengelompokkan tersebut diperlukan agar perbaikan lebih fokus penanganan perbaikannya mengingat bahwa di UMB terdapat beberapa bidang yang ditangani oleh unit yang berbeda dengan kewenangan masing-masing.
2. Salah satu indikator, Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan yang bagi Dosen Tetap memiliki gap positif perlu dipertahankan, yang dapat dilakukan dengan memberikan training bagi para Dosen agar dalam menyusun materi selalu dapat mengikuti perkembangan teknologi pembuatan power point. Sedangkan gap negatif

yang cukup besar bagi Dosen Tidak Tetap perlu dikaji lebih dalam penyebabnya, untuk jangka pendek diperlukan monitoring dan evaluasi terus-menerus dari pihak fakultas atau program studi agar mereka dapat memperbaiki kinerjanya dan tidak menggunakannya lagi sebagai pengampu jika tidak menunjukkan perbaikan.

3. Indikator-indikator lain yang berada pada ruang diagram yang berbeda dapat menjadi acuan untuk dilakukan perbaikan oleh unit-unit yang berwenang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, John 2008, *Kepemimpinan Yang Memotivasi*, Jakarta, Gramedia.
- Danim, Sudarwan, 2004, *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Dessler, Gary, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Indeks.
- Kotler Philip and Armstrong, G (2008), "Prinsip-Prinsip Dasar Pemasaran." Jilid II (12th ed.), Jakarta Erlangga.
- Kotler Philip and Keller lane (2009), "Marketing Management." (13th ed.), Upper Sadler River, NJ: Prentice Hall.
- Riberu J, 2003, *Dasar-Dasar Kepemimpinan*, Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya.
- Samsudin, Sadili, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung, Pustaka Setia.
- Sugiono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfa Beta CV.
- Umar, Husein, 2003, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, Rajawali Pers.

PENGARUH INFORMASI ARUS KAS TERHADAP HARGA SAHAM (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN JASA KEUANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI)

Suprpto, Nurul Hidayah, dan Tri Wahyuni
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
e-mail: suprpto@mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Cash flow information in the form of operating, investing, and financing will affect investor expectations on the prospects of a company, this causes investors reacted to purchase or sell shares in order to optimize profits. The purpose of this study in detail are (1) to analyze the significance of the effect of cash flow information (operating, investing, and financing activities) to the stock price, the partial and (2) analyze the significance of the combined effect of these three activities cash flow of information to the stock price? The method used is causal, whereas sampling is done by purposive sampling. Research shows that only partially cash flow investments have a significant effect on stock prices, although pengaruhnya negative. While simultaneously, cash flow information has a significant effect on stock prices.

Keywords: *cash flow, operating activities, investing activities, financing, and stock prices*

ABSTRAK

Kandungan informasi arus kas yang berasal dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan akan mempengaruhi pengharapan investor terhadap prospek suatu perusahaan, dengan demikian akan menyebabkan investor bereaksi untuk melakukan pembelian atau penjualan saham dalam rangka mengoptimalkan keuntungan. Adapun tujuan penelitian ini secara detail adalah (1) menganalisis signifikansi pengaruh informasi arus kas (aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan) terhadap harga saham, secara partial dan (2) menganalisis signifikansi pengaruh gabungan ketiga aktivitas informasi arus kas terhadap harga saham? Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode kausal, sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya arus kas investasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham, walaupun pengaruhnya negatif. Sedangkan secara serentak, informasi arus kas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Kata kunci: *arus kas, aktivitas operasi, aktivitas investasi, pendanaan, dan harga saham*

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan sarana bagi perusahaan yang menjual sahamnya kepada masyarakat (*go public*) untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan dalam rangka pembiayaan dan pengembangan usahanya. Pasar modal juga merupakan wadah bagi pemodal (investor) dalam menanamkan modalnya melalui pembelian surat berharga (saham/obligasi) baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, seorang investor pun harus memiliki perencanaan investasi yang efektif agar memperoleh keuntungan di pasar modal. Perencanaan ini meliputi pertimbangan keputusan yang diambil untuk mengakulasikan dana yang dimiliki dalam bentuk aktiva tertentu dengan harapan akan mendapatkan adalah teori yang telah diuji secara empiris dan dapat

menjelaskan kenyataan yang ada. Dengan demikian untuk memberikan justifikasi pemberlakuan PSAK No.2 perlu dilakukan penelitian empiris yang menguji apakah informasi arus kas yang diisyaratkan tersebut mempengaruhi perilaku para pelaku pasar modal. Investor akan mendasarkan keputusan investasinya pada informasi-informasi yang dimilikinya termasuk informasi akuntansi, dengan demikian penelitian ini akan mengaitkan informasi arus kas yang termasuk adalah teori yang telah diuji secara empiris dan dapat menjelaskan kenyataan yang ada. Dengan demikian untuk memberikan justifikasi pemberlakuan PSAK No.2 perlu dilakukan penelitian empiris yang menguji apakah informasi arus kas yang diisyaratkan tersebut mempengaruhi perilaku para pelaku pasar modal. Investor akan mendasarkan keputusan investasinya pada informasi-informasi yang dimilikinya termasuk

informasi akuntansi, dengan demikian penelitian ini akan mengaitkan informasi arus kas yang termasuk dalam informasi akuntansi dengan harga saham di pasar modal yang mengidentifikasi perilaku para pelaku pasar modal. Pemberlakuan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No. 2 IAI mengenai perubahan penyajian laporan perubahan posisi keuangan yang semula "Laporan arus dana" menjadi "Laporan arus kas" didasari anggapan bahwa informasi arus kas history berguna menunjukkan jumlah, waktu, dan kepastian arus kas masa depan dan meneliti kecermatan taksiran arus kas masa depan. Uraian tersebut memberikan makna bahwa informasi mengenai arus kas diperlukan untuk analisis mengenai keuangan perusahaan dan melakukan prediksi arus kas dimasa mendatang.

Laporan arus kas menyajikan informasi tentang sumber dan penggunaan arus kas bersih dari aktivitas operasi, investasi, dan pembiayaan. Efek bersih dari arus kas dan setara kas tersebut dalam suatu periode dapat dilaporkan sehingga saldo awal dan akhir kas dan setara kas dapat direkonsiliasikan. Aktivitas investasi termasuk melakukan penagihan pinjaman, pembelian, dan penjualan aktiva tetap serta pembelian utang dan saham perusahaan lain. Aktivitas pendanaan meliputi penerimaan dana-dana ekuitas dan memberikan pengembalian/return kepada pemilik atas investasinya. Pendanaan dari pinjaman dan penjelasan utang serta menentukan dan membayar untuk sumber-sumber lain yang diperoleh dari kreditur atas kredit yang tidak lancar. Aktivitas operasi berkaitan dengan pengolahan (*manufacture*) dan penjualan barang/menyediakan jasa-jasa tidak untuk fungsi-fungsi investasi dan pendanaan.

Aktivitas-aktivitas usaha suatu perusahaan sebagian besar akan melibatkan kas dan setara kas sehingga dengan melakukan analisa terhadap laporan arus kas akan diketahui kinerja suatu perusahaan dalam suatu periode. Kinerja perusahaan yang baik menurut pandangan investor jika perusahaan memberikan pengembalian (*retun*) yang tinggi atas investasinya. Pengembalian atas investasi diberikan dalam bentuk deviden yang ditentukan berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). RUPS akan menetapkan jumlah deviden yang dibagikan sesuai dengan kondisi likuiditas dan rencana penggunaan kas di masa yang akan datang. Jadi, jika laba yang tinggi tidak akan menjamin pembagian deviden yang tinggi pula, tergantung penggunaan kas yang direncanakan dengan laporan arus kas dapat dianalisis perolehan kas dan penggunaannya, sehingga dapat diestimasikan pengembalian yang akan diberikan oleh perusahaan.

Investor sendiri mempunyai pengharapan

pengembalian atas investasi yang dilakukan oleh pengembalian investasi direalisasikan dalam bentuk deviden sehingga deviden menjadi parameter hasil investasi bagi investor. Deviden sebagai realisasi pengembalian investasi menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi yang mengakibatkan meningkatnya minat investor, dengan meningkatkan minat investasi ini akan meningkatkan permintaan atas saham yang memberikan deviden tinggi, yang berarti permintaan atas saham pun meningkat. Kemudian sesuai teori permintaan dan penawaran yang tinggi akan mengakibatkan harga meningkat, karena saham yang beredar dalam jumlah terbatas secara teknikal dalam harga saham tersebut terkandung tingkat deviden tingkat pertumbuhan deviden sebagai cerminan dari pengembalian dan estimasi pengendalian dimasa yang akan datang atas saham tersebut. Oleh karena itu laporan arus kas yang mengandung informasi mengenai kinerja perusahaan termasuk laba dan komponen pengembalian investasi akan mempengaruhi harga saham. Berdasarkan hal atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Menganalisis signifikansi pengaruh informasi arus kas (aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan) terhadap harga saham, secara parsial.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh gabungan ketiga aktivitas informasi arus kas terhadap harga saham, secara serentak.

LANDASAN TEORI

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari suatu proses pencatatan, yang merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Pengertian laporan keuangan sendiri menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Indonesia (2007:1) adalah laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan, dimana laporan keuangan yang lengkap adalah yang meliputi neraca, laporan perubahan posisi keuangan yang dapat disajikan dalam berbagai cara, misalnya sebagai laporan arus kas atau laporan arus dana. Catatan juga termasuk *schedule* dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan segmen jasa dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Dari pengertian diatas laporan keuangan dibuat sebagai bagian dari proses pelaporan keuangan yang lengkap, dengan tujuan untuk mempertanggung jawabkan tugas-tugas yang

dibebankan kepada manajemen. Penyusunan laporan keuangan disiapkan mulai dari berbagai sumber data, terdiri dari faktur-faktur, bon-bon, nota kredit, salinan faktur penjualan, laporan bank dan sebagainya, tetapi dapat juga digunakan untuk membuktikan keabsahan transaksi.

Tujuan laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam Standar Akuntansi Keuangan (2007:3) adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Sedangkan tujuan laporan keuangan menurut *The Accounting Principles Board Statement No.4*, seperti yang dikutip oleh Belkaoui et.al (2006:224) bahwa tujuan laporan keuangan dapat diikhtisarkan sebagai berikut:

- a. Tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan secara wajar dan sesuai prinsip akuntansi yang dapat diterima umum, posisi keuangan, hasil keuangan, dan perubahan lain dalam posisi keuangan.
- b. Tujuan umum laporan keuangan adalah sebagai berikut:
 1. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya tentang sumber daya ekonomi dan kewajiban suatu usaha bisnis dengan tujuan untuk:
 - a. Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan
 - b. Menunjukkan pendanaan dan investasi
 - c. Mengevaluasi kemampuan perusahaan memenuhi komitmen.
 - d. Menunjukkan basis sumber daya untuk pertumbuhan.
 2. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya tentang perubahan sumber daya bersih sebagai hasil dari aktivitas- aktivitas perusahaan dalam menghasilkan profit dengan tujuan untuk:
 - a. Menunjukkan tingkat pengembalian dividen.
 - b. Menunjukkan kemampuan operasi untuk membayar kreditor, dan pemasok menyediakan pekerjaan bagi karyawan, membayar pajak dan menghasilkan dana untuk ekspansi.
 - c. Menyediakan informasi bagi manajemen untuk perencanaan dan pengendalian.
 - d. Menunjukkan profitabilitas jangka panjang.
- c. Tujuan kualitatif adalah sebagai berikut:
 1. Relevansi, yang artinya pemilihan informasi yang memiliki kemungkinan paling besar untuk memberikan bantuan kepada para

pengguna dalam keputusan ekonomi mereka.

2. Dapat dimengerti, yang artinya selain informasi tersebut harus jelas, tetapi para pengguna juga harus dapat memahaminya.
3. Dapat diversifikasi, yang artinya hasil akuntansi dapat didukung oleh pengukuran pengukuran yang independen, dengan menggunakan metode-metode pengukuran yang sama.
4. Netralitas, yang artinya informasi akuntansi ditunjukkan kepada kebutuhan umum dari pengguna, bukannya kebutuhan-kebutuhan tertentu dari pengguna-pengguna yang spesifik.
5. Ketetapan waktu, yang artinya komunikasi informasi secara lebih awal, untuk menghindari adanya kelambatan atau penundaan dalam pengambilan keputusan ekonomi.
6. Komprabilitas (daya banding), yang secara langsung berarti perbedaan-perbedaan yang terjadinya seharusnya bukan diakibatkan oleh perbedaan perlakuan akuntansi keuangan yang ditetapkan.
7. Kelengkapan, yang artinya adalah telah dilaporkannya seluruh informasi yang "secara wajar" memenuhi persyaratan dari tujuan kualitatif yang lain

Sedangkan manfaat laporan keuangan bagi pihak manajemen menurut Munawir (2004:2) adalah berguna untuk menyusun neraca yang lebih baik, memperbaiki sistem pengawasannya. Bagi perusahaan menilai sukses tidaknya manager dalam memimpin perusahaannya yaitu dinilai dan diukur dengan laba yang diperoleh perusahaan. Bagi investor dapat mengetahui prospek keuntungan dimasa mendatang dan perkembangan perusahaan selanjutnya. Bagi kreditor dapat mengetahui penentuan kebijakan modal apakah perusahaan mempunyai prospek yang cukup baik dan akan di peroleh keuntungan/*Rate of Return* yang cukup baik. Bagi pemerintah dapat menentukan besarnya pajak yang ditanggung perusahaan.

Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan ikhtisar arus masuk dan arus keluar kas untuk satu periode. Walaupun arus kas didasarkan pada data yang sama seperti neraca dan laporan laba rugi, laporan ini lebih dapat diandalkan dan kurang dapat dimanipulasi dibandingkan laporan laba rugi.

Menurut Soemarso, (2002:22) “Laporan arus kas adalah suatu laporan yang menyediakan informasi mengenai penerimaan kas dan pengeluaran kas oleh suatu entitas selama periode tertentu”. Menurut Wibowo et.al (2003:24).

PSAK No.2 (par.5) menyatakan pengertian arus kas sebagai berikut: “Arus kas adalah arus masuk dan arus keluar kas atau setara kas”. Kas terdiri dari saldo kas (*cash on hand*) dan rekening giro, sedangkan setara kas (*cash equivalent*) adalah investasi yang sifatnya sangat likuid, berjangka pendek, dan yang dengan cepat dijadikan kas dalam jumlah tertentu tanpa menghadapi risiko perubahan nilai yang signifikan.

Laporan arus kas dapat memberikan informasi mengenai arus kas historis suatu perusahaan sehingga dapat diketahui berapa arus kas masuk dan arus kas keluar perusahaan. Laporan arus kas dapat memberikan informasi mengenai dari mana perusahaan mendanai aktivitas operasinya. Laporan arus kas juga dapat digunakan untuk menilai atau mengevaluasi kinerja perusahaan. Laporan arus kas menurut PSAK No.2 tahun 2004, memisahkan transaksi arus kas dalam 3 kategori, yaitu:

1. Arus kas yang berasal dari aktivitas operasi

Aktivitas ini melibatkan pengaruh kas dari transaksi yang dilibatkan dalam penentuan laba bersih, seperti penerimaan kas, penjualan barang dan jasa, serta pembayaran kas kepada pemasok dan karyawan untuk memperoleh persediaan serta membayar beban. Menurut Kieso et al (2002:375) dan PSAK No.2 (2007:12,13), jumlah arus kas yang berasal dari aktivitas operasi merupakan indikator yang menentukan apakah dari operasinya perusahaan dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar dividen dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan pada sumber pendanaan dari luar. Informasi mengenai unsur tertentu arus kas historis bersama dengan informasi lain, berguna dalam memprediksi arus kas operasi masa depan.

Arus kas dari aktivitas operasi terutama diperoleh dari aktivitas penghasil utama pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, arus kas tersebut pada umumnya berasal dari transaksi dan peristiwa lain yang mempengaruhi penetapan laba atau rugi bersih.

Beberapa contoh arus kas dari aktivitas operasi adalah:

1. Penerimaan kas dari penjualan barang dan jasa; termasuk penerimaan dari piutang akibat

penjualan, baik jangka panjang atau jangka pendek.

2. Penerimaan kas dari royalti, fees, komisi dan pendapatan lain.
3. Pembayaran kas kepada pemasok barang dan jasa;
4. Pembayaran kas kepada karyawan
5. Penerimaan dan pembayaran kas oleh perusahaan asuransi sehubungan dengan premi,
6. Klaim, anuitas dan manfaat asuransi lainnya;
7. Pembayaran kas atau penerimaan kembali (restitusi) pajak penghasilan kecuali jika dapat diidentifikasi secara khusus sebagai bagian dari aktivitas pendanaan dan investasi.
8. Penerimaan dan pembayaran kas dari kontrak yang diadakan untuk tujuan transaksi usaha dan perdagangan.
9. Penerimaan dari bunga pinjaman atas penermaan dari surat berharga lainnya seperti bunga dan deviden.

2. Arus kas yang berasal dari aktivitas investasi

Aktivitas ini umumnya melibatkan aktiva jangka panjang dan mencakup pemberian serta penagihan pinjaman, perolehan serta pelepasan investasi dan aktiva produktif jangka panjang. Menurut PSAK No.2 (2007:15) yaitu pengungkapan terpisah arus kas yang berasal dari aktivitas investasi perlu dilakukan sebab arus kas tersebut mencerminkan penerimaan dan pengeluaran kas, sehubungan dengan sumber daya yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan dan arus kas masa depan. Beberapa contoh arus kas yang berasal dari aktivitas investasi adalah:

1. Pembayaran kas untuk membeli aktiva tetap, aktiva tak berwujud, dan aktiva jangka panjang lain, termasuk biaya pengembangan yang dikapitalisasi dan aktiva tetap yang dibangun sendiri;
2. Penerimaan kas dari penjualan tanah, bangunan dan peralatan, aktiva tak berwujud dan aktiva jangka panjang lain.
3. Perolehan saham atau instrumen keuangan perusahaan lain.
4. Uang muka dan pinjaman yang diberikan kepada pihak lain serta pelunasannya (kecuali yang dilakukan oleh lembaga keuangan).
5. Pembayaran kas sehubungan dengan *futures contracts*, *forward contracts*, *option contracts* dan *swap contracts* kecuali apabila kontrak tersebut dilakukan untuk tujuan perdagangan (dealing or trading), atau apabila pembayaran tersebut diklasifikasikan sebagai aktivitas

pendanaan.

6. Penjualan saham baik saham sendiri maupun saham dalam bentuk investasi.
7. Pembelian saham perusahaan lain atau perusahaan sendiri.

3. Arus kas yang berasal dari aktivitas pembiayaan

Aktivitas melibatkan pos-pos kewajiban dan ekuitas pemegang saham serta mencakup, perolehan kas dari kreditor dan pembayaran kembali pinjaman, serta perolehan modal dari pemilik dan pemberian tingkat pengembalian atas, dan pengembalian dari investasi. Pengungkapan terpisah arus kas yang timbul dari aktivitas pendanaan perlu dilakukan sebab berguna untuk memprediksi klaim terhadap arus kas masa depan oleh para pemasok modal perusahaan. Beberapa contoh arus kas yang berasal dari aktivitas pendanaan adalah:

1. Penerimaan dan pengeluaran surat berharga dalam bentuk equity.
2. Penerimaan dan pengeluaran obligasi, hipotek, wesel, dan pinjaman jangka pendek lainnya.
3. Pembayaran dividen dan pembayaran bunga kepada pemilik akibat adanya surat berharga (equity).
4. Pelunasan pinjaman.
5. Pembayaran kas oleh penyewa guna usaha (lessee) untuk mengurangi saldo kewajiban yang berkaitan dengan sewa guna usaha pembiayaan (finance lease)

Metode Penyajian Laporan Arus Kas

Berbeda dengan laporan keuangan utama lainnya, laporan arus kas tidak disiapkan dari neraca saldo yang telah disesuaikan. Informasi untuk menyiapkan laporan ini biasanya berasal dari tiga sumber:

1. Neraca Komperatif, menyajikan jumlah perubahan aktiva, kewajiban, dan ekuitas dari awal hingga akhir.
2. Laporan rugi/laba periode berjalan, berisi data yang membantu pembaca menentukan jumlah kas yang diterima dari atau digunakan oleh operasi selama periode berjalan
3. Data transaksi tertentu, dari buku besar umum memberikan informasi tambahan terinci yang dibutuhkan untuk menentukan bagaimana kas diterima dan digunakan selama periode berjalan.

Menyiapkan laporan arus kas dari sumber-sumber data diatas melibatkan tiga langkah utama:

1. Langkah 1, menentukan perubahan kas. Prosedur ini bersifat langsung karena perbedaan

antara saldo kas awal dan akhir dapat dengan mudah dihitung dengan neraca komparatif.

2. Langkah 2, menentukan arus kas bersih dari kegiatan operasi. Prosedur ini rumit karena melibatkan analisis atas laporan laba rugi tahun berjalan dan neraca komperatif serta data transaksi tertentu.
3. Langkah 3, menentukan arus kas bersih dari kegiatan investasi dan pendanaan. Semua perubahan lain dalam akun neraca harus dianalisis untuk menentukan pengaruhnya terhadap kas.

Dalam penyajian laporan arus kas ada 2 metode yang di gunakan, yaitu metode langsung dan metode tidak langsung.

1. Keunggulan utama dari metode langsung menurut Kieso et.al (2007: 496) adalah bahwa metode ini menyajikan penerimaan dan pembayaran kas operasi. Yaitu metode langsung lebih konsisten dengan tujuan laporan arus kas untuk menyediakan informasi tentang penerimaan kas dan pembayaran kas dibandingkan dengan metode tidak langsung yang tidak melaporkan penerimaan kas dan pembayaran kas operasi. Dalam metode ini kelompok utama dari penerimaan kas bruto pada aktivitas operasi diungkapkan.
2. Serta keunggulan utama dari metode tidak langsung adalah bahwa metode ini berfokus pada perbedaan antara laba bersih, dan arus kas bersih dari kegiatan operasi, misalnya metode tidak langsung memberikan hubungan yang bermanfaat antara laporan arus kas dan laporan laba rugi serta neraca. Dalam metode ini laba atau rugi bersih disesuaikan dengan mengoreksi pengaruh dari transaksi bukan kas, penangguhan (*deferral*) atau akrual dari penerimaan atau pembayaran kas untuk operasi di masa lalu dan masa depan, dan unsure penghasilan atau beban yang berkaitan dengan arus investasi dan pendanaan.

Saham

Secara sederhana saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan. Investor yang menyertakan dananya sebagai modal bagi suatu perseroan terbatas tentu memerlukan bukti yang menjelaskan bahwa ia atau mereka telah menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Untuk itu dikeluarkanlah surat bukti kepemilikan/ penyertaan modal pada suatu perseroan terbatas yang disebut saham.

Perusahaan yang sudah Go Publik

menawarkan sahamnya kepada public untuk meraih dana dari masyarakat penanam modal. Alasannya bisa bermacam-macam, misalnya untuk ekspansi usaha, mengakuisisi perusahaan lain, membayar hutang dan lain sebagainya. Pada dasarnya mereka menawarkan kesempatan kepada public untuk memiliki sebagian perusahaannya secara proporsional. Pemilik perseroan terbatas merupakan kumpulan pihak-pihak yang menyertakan modalnya pada perseroan tersebut yang disebut sebagai pemegang saham (stockholder). Setiap pemegang saham mempunyai hak suara dalam RUPS yang diadakan sesuai dengan besarnya penyertaan kepada perusahaan. Selain itu pemegang saham sebaiknya mencermati setiap perubahan atau kejadian yang signifikan pada perusahaan tersebut.

Selain itu ada beberapa pengertian saham menurut beberapa ahli adalah Widiatmodjo (2006:239) saham adalah “surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan yang go public”. Sjahrial (2006:22), pengertian saham adalah “surat berharga yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas atau yang biasa disebut emiten”.

Secara garis besar saham dapat dibedakan menurut cara peralihannya dan manfaat yang diterima pemegang saham. Menurut Vonny (2000:12) Jenis-jenis saham dibedakan menurut cara peralihannya dan manfaat yang diperoleh pemegang saham adalah:

a. Saham menurut cara peralihannya

Ditinjau dari cara peralihannya saham dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Saham atas unjuk (*Barer Stock*), diatas sertifikat saham ini tidak tertulis nama pemiliknya, pemilik sangat mudah untuk mengalihkan saham unjuk atau memindahkan kepada orang lain, karena sifatnya mirip seperti uang. Siapa saja yang memegang saham atas unjuk ini dianggap sebagai pemiliknya dan berhak untuk mengalihkannya, berhak atas deviden yang dibagikan dan berhak hadir untuk memberikan suara dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).
2. Saham atas nama (*Register Stock*), diatas sertifikat saham tertulis nama pemiliknya. Tidak dapat dengan mudah untuk dialihkan kepemilikannya. Jika sertifikat saham hilang pemiiik dapat memintakan ganti kepada perusahaan karena namanya sudah tercatat dalam daftar pemilik perusahaan.

b. Saham menurut manfaat yang diterima pemegangnya

Ditinjau dari manfaaat yang diterima

pemegangnya saham dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Saham biasa, saham biasa adalah saham biasa yang dimiliki oleh kebanyakan investor sebagai modal suatu perusahaan. Saham biasa menerima dividen sisa dari dividen yang dibagikan terlebih dahulu kepada pemegang saham preferen
2. Saham preferen, Saham preferen disebut juga saham pendirian. Saham ini memiliki hak-hak lebih dari pada saham biasa.

Harga Saham

Harga saham merupakan harga atau nilai uang yang tersedia dikeluarkan untuk memperoleh kepemilikan atas suatu saham. Harga saham menurut Jogiyanto (2000:8) adalah Harga saham merupakan harga saham yang terjadi dipasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar bursa.

Meurut Panji dan Piji (2001:21) bahwasanya berdasarkan fungsinya, nilai suatu saham dibagi atas 3 jenis yaitu, sebagai berikut:

Par Value (Nilai Nominal/Stated Value/Face Value), nilai yang tercantum pada saham untuk tujuan akuntansi. Nilai nominal ini tidak digunakan untuk mengukur sesuatu dalam persentase akutasi. Nilai nominal dicatat sebagai modal ekuitas perseroan di dalam neraca.

Base Price (Harga Dasar), harga dasar adalah harga perdana yang digunakan dalam perhitungan indeks harga saham. Harga dasar akan berubah sesuai dengan aksi emiten, dimana untuk saham baru harga dasar merupakan harga perdananya.

Market Price (Harga Pasar), market price merupakan harga pada pasar rill dan merupakan harga yang paling mudak ditentukan, karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar sudah ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupan (closing price). Harga ini terjadi setelah harga tersebut dicatat di bursa. Harga pasar ini merupakan harga jual dari investor yang satu dan investor yang lain dan disebut sebagai harga dipasar sekunder. Harga pasar inilah yang menyatakan naik turunnya suatu saham dan setiap harinya diumumkan di bursa atau media koran.

METODOLOGI PENELITIAN

Deskripsi Objek dan Sumber Data

Perusahaan jasa dalam sektor keuangan merupakan perusahaan yang cukup banyak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Oleh karena itu,

penulis melakukan penelitian ini di Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) yang berada di Bursa Efek Indonesia. Lokasi penelitian ini berada di jalan Jenderal Sudirman Kav.52-53.

Perusahaan jasa keuangan itu sendiri menurut Evi (2007:3) adalah “perusahaan yang kegiatannya menyediakan kemudahan, kenyamanan, kenikmatan, keamanan, atau pelayanan dibidang keuangan”. Dan perusahaan jasa dirasakan lebih berkembang dan memiliki kinerja lebih baik dibandingkan jasa lainnya karena banyaknya konsumen/pelanggan yang menggunakan jasa dibidang keuangan. Sehingga kas yang masuk dalam perusahaan jasa bidang keuangan akan terlihat kenaikannya.

Jumlah emiten yang listing pada Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 414 emiten. Dari jumlah emiten yang terdaftar di BEI dengan berbagai kelompok, penulis memilih emiten dari kelompok perusahaan jasa keuangan untuk dijadikan populasi dalam penelitian ini. Data yang digunakan termasuk data sekunder dimana data-data yang akan diperoleh dari emiten ini adalah tanggal publikasi laporan keuangan, data harga saham 5 hari kerja/closing prise setelah tanggal publikasi laporan keuangan, dan data laporan arus kas.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kausal, yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independen variable*) terhadap variabel terikat tertentu (*dependen variable*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh informasi arus kas (dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan) terhadap harga saham pada perusahaan jasa keuangan di BEI.

Teknik penelitian sampel yang dipergunakan adalah purposive sampling yakni “populasi yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti (Hartono, 2004:20).

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang mendukung penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu mengumpulkan data sekunder mengenai perusahaan di pusat referensi pasar modal (PRPM) sumber informasi diperoleh dari idx statistik tahun 2009-2011 dan mengakses komputer di pojok bursa universitas Mercu Buana untuk memperoleh data harga saham. Sedangkan publikasi laporan keuangan tiap

emiten diperoleh dari divisi komunikasi BEI dan idx statistik.

2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu bertujuan memperoleh data sekunder untuk mendukung data primer. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan membaca literature literatur/jurnal-jurnal dan buku-buku mengenai teori-teori dan hal-hal lain yang berhubungan erat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penelitian yang dibahas. Penelitian kepustakaan juga bertujuan memenuhi landasan teoritis untuk mendukung penelitian ini.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah pernyataan penelitian yang memerlukan pengujian secara empiris.

- Ho1: Arus kas dari aktivitas operasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha1: Arus kas dari aktivitas operasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ho2: Arus kas dari aktivitas investasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha2: Arus kas dari aktivitas investasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ho3: Arus kas dari aktivitas pendanaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha3: Arus kas dari aktivitas pendanaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ho4: Arus kas dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha4: Arus kas dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Populasi dan Sampel Penelitian

Metode teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu metode penetapan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki peneliti. Penggunaan sampel hanya dari kelompok perusahaan jasa keuangan, dimaksudkan untuk membedakan sample dengan

penelitian sebelumnya. Adapun kriteria yang di tentukan oleh penulis yaitu:

- a. Perusahaan jasa keuangan yang termasuk dalam kelompok perbankan, lembaga pembiayaan, perusahaan efek, dan asuransi. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan kemiripan aktivitas keuangan.
- b. Perusahaan yang telah listing dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebelum tahun 2011. Pemilihan ini didasarkan dengan pertimbangan untuk mendapatkan data yang berkesinambungan.
- c. Perusahaan telah mempublikasikan laporan keuangan auditan per 31 Desember 2009-2011. Karena Laporan keuangan yang telah dipublikasikan tersebut akan membuat investor memiliki informasi yang komprehensif sehingga harga saham akan lebih akurat dan aktif diperdagangkan di bursa saham.
- d. Perdagangan saham perusahaan (*Trading Days*) diatas 200 hari selama setahun untuk setiap periode pengamatan. Pemilihan ini berarti saham perusahaan yang diperdagangkan adalah aktif.
- e. Perusahaan yang laporan arus kasnya lengkap memiliki aktivitas operasi, investasi dan pendanaan periode 2009-2011.
- f. Perusahaan yang memiliki nilai arus kas operasi positif, karena dengan positifnya nilai arus kas operasi akan membuat investor yakin bahwa kas operasional perusahaan tersebut baik dan benefit, sehingga efeknya investor akan melakukan penawaran yang akhirnya berdampak pada harga saham.

Pembatasan ini dilakukan untuk menghindari adanya ambiguitas yang disampaikan oleh informasi-informasi tersebut (Howe dan Lin, 1992). Semua itu bertujuan untuk menghindari misspesifikasi dalam penentuan sampel penelitian yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian. Dalam penelitian ini penulis pun menggunakan alat bantu SPSS17.

Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausalitas. Penelitian ini dilakukan untuk mempengaruhi antara satu/lebih variabel bebas (*independen variable*) dengan variabel terikat (*dependen variable*) yaitu pengaruh informasi laporan arus kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan terhadap harga saham. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*), dalam penelitian ini variable terikatnya adalah harga

saham (dinyatakan dalam uang rupiah) yang diukur dengan skala rasio. Harga saham (P) ~ perubahan harga saham rata-rata pada saat penutupan (*closing price*) pada periode lima hari setelah tanggal penyerahan laporan keuangan kepada pengelola bursa (BEI) yaitu periode 31 Desember. Informasi harga saham diperoleh dari pengumuman mengenai harga saham yang diterbitkan oleh pengelola bursa yang diterbitkan secara periodik harian. Perubahan harga saham ini diperlakukan sebagai variabel terikat dalam regresi berganda. Dalam analisis statistik harga saham dinyatakan dalam satuan rupiah.

2. Variabel Bebas (*Independen Variabel*), dalam penelitian ini variable bebasnya adalah arus kas dari aktifitas operasi, investasi, dan pendanaan (dinyatakan dalam mata uang rupiah) yang diukur dengan skala rasio. Dalam analisis ini pengaruh informasi arus kas dari aktivitas operasi, pendanaan, dan investasi terhadap harga saham secara individu dilakukan regresi berganda bersama-sama yang dimasukkan sebagai variabel bebas dalam regresi berganda ini adalah perubahan dalam satu tahun dari arus kas. Variabel bebas tersebut disajikan dalam laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh akuntan public.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Statistik Deskriptif, menjelaskan atau menggambarkan karakteristik data, seperti berapa *mean*/rata-rata, standar deviasi, nilai maximum, minimum, *range*, dan seberapa jauh data bervariasi.
2. Analisis Statistik Regresi Linear Berganda, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda (*multiple Regression*) yang merupakan pemasaran regresi dan menggunakan dua atau lebih variable bebas (*independen variable*).

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

dimana:

- Y = Variabel dependen (harga saham)
 a = Koefisien konstanta
 X1 = Variabel independen pertama (AKO)
 X2 = Variabel independen kedua (AKI)
 X3 = Variabel independen ketiga (AKP)
 b1 = Koefisien regresi pertama (AKO)
 b2 = Koefisien regresi kedua (AKI)

- b3 = Koefisien regresi ketiga (AKP)
e = Error

Diagnosis Model Analisis

Secara teoritis model regresi berganda akan menghasilkan nilai parameter yang sah bila dipenuhi asumsi klasik regresi yang terdiri dari uji normalitas, tidak terjadi autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedasitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek adalah perusahaan jasa keuangan seperti jasa perbankan, asuransi, perusahaan efek, dan juga lembaga pembiayaan semuanya berjumlah 96 perusahaan. Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011. Dari hasil penelitian didapat perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, periode 2009-2011 berjumlah 14 perusahaan dan sisanya dikeluarkan dalam sampel karena tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Emiten yang digunakan dalam sampel ini adalah daftar emiten yang memiliki harga saham aktif dimana trading yang dilakukan 200 hari secara berturut-turut, dan informasi tersebut dapat diperoleh dari divisi Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan untuk memperoleh informasi arus kas diperoleh dari laporan keuangan arus kas perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan rata-rata data, standar deviasi, varian, nilai maksimum, dan nilai minimum, yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Hs	42	50.0	5390.0	610.190	147.8545	958.2065
Ako	42	115075.0	4.8E11	5.136E10	1.8325E10	1.1876E11
Aki	42	-1.8E11	2.7E10	-7.579E9	4.5558E9	2.9525E10
Akp	42	-3.3E11	1.0E10	-2.200E10	1.1086E10	7.1848E10
Valid N (listwise)	42					

Berdasarkan data Tabel 1, $n = 42$ berarti jumlah data yang valid (sah untuk diproses) sebanyak 42 sampel, sedangkan data yang hilang (missing) adalah nol yang berarti bahwa semua data siap diproses.

1. Harga Saham (Y) menunjukkan nilai minimum 50 yang dimiliki oleh *Equity Development Investment.Tbk* (GSMF) dan Bank Artha Graha International.Tbk dan maximum 5390 terjadi pada Bank Mandiri.Tbk (BMRI), sedangkan nilai rata-rata dari harga saham adalah 610.190 dengan standar deviasi 147.854,5.
2. Mean atau rata-rata untuk AKO (X1) adalah sebesar 5.136.000.000 dengan standar eror 1.832.500.000 dan standar deviasi 1.187.600.000, AKI (X2) adalah sebesar -757.909.000 dengan standar eror 4.555.809.000 dan standar deviasi 2.952.000.000 AKP (X3) adalah sebesar -2.200.000.000 dengan standar eror 1.108.600.000 dengan deviasi 7.184.800.000 Standar Error of Mean digunakan untuk memperkirakan besar rata-rata populasi berdasarkan jumlah sample.

Uji Asumsi Klasik dan Linearitas

Hasil uji asumsi klasik regresi secara statistik terpenuhi dan menghasilkan nilai parameter yang sah yaitu pada uji normalitas dengan hasil data terdistribusi normal, tidak terjadi autokorelasi, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedasitas. Hasil uji linearitas dengan metode Durbin-Watson menunjukkan tidak adanya autokorelasi, baik positif maupun negative, maka spesifikasi model persamaan utama adalah benar atau linear.

Uji F- test

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan nilai F-tabel, apabila nilai F hitung $>$ Ftabel model regresi berganda antara variabel independen terhadap variabel independen. Selain itu dapat

juga membandingkan nilai Sig dengan Signifikan. Apabila nilai Sig lebih kecil dari pada t taraf signifikan (α) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak.

Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho: Secara bersama-sama variabel independen tidak memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Ha: Secara bersama-sama variabel independen memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Nilai kepercayaan 95 % dengan nilai kesalahan (a) = 5%

Asumsi: Tolak Ho bila nilai uji signifikan SPSS < 0.05 dan terima Ho bila nilai uji signifikan SPSS > 0.05.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.044E7	3	6811857.456	15.042	.000 ^a
	Residual	1.721E7	38	452867.687		
	Total	3.764E7	41			

a. Predictors: (Constant), akp, aki, ako

b. Dependent Variable: harga saham

Dari hasil analisis menunjukkan nilai F sebesar 15,042 dengan probabilitas 0.000. karena probabilitas jauh lebih kecil dari signifikan 0.05, maka disimpulkan Ho di tolak dan Ha diterima, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Harga saham atau dapat dikatakan bahwa Arus kas operasi, investasi, dan pendanaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham.

Uji T-test

Uji t dipakai untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individual terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain konstan. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.. Apabila nilai t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak artinya konstanta a signifikan atau dapat juga dengan membandingkan nilai sig dengan nilai signifikansi. Apabila sig < a sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Hal ini berarti juga bahwa konstanta a signifikan (Y). Sebagaimana hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : Suatu variabel independen tidak memiliki pengaruh yang Signifikan terhadap variabel dependen.

Ha : Suatu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Asumsi: Tolak Ho bila nilai uji signifikan SPSS < 0.05 dan terima Ho bila nilai uji signifikan SPSS > 0.05.

Tabel 3. Hasil Uji T-Test

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	481.135	114.245		4.211	.000		
	Ako	-1.203E-9	.000	-.149	-.952	.347	.490	2.041
	Aki	-2.510E-8	.000	-.773	-6.452	.000	.837	1.194
	Akp	-2.870E-11	.000	-.002	-.015	.988	.551	1.816

a. Dependent Variable: hs

a. Dari tabel koefisien diperoleh t hitung dari variabel Arus Kas Operasi (AKO) adalah -0.952 dengan signifikansi 0.347 atau 34,7% ,

hal ini berarti nilai probabilitas > 0.05 (0.347 > 0.05), Sehingga kesimpulannya Ho diterima (Ha ditolak), artinya tidak ada pengaruh antara variabel Arus Kas Operasi (AKO) terhadap harga saham. b.

b. Diketahui dari tabel koefisien diperoleh t hitung Arus Kas Investasi (AKI) adalah -6.452 dengan signifikansi sebesar 0.000 , hal ini berarti nilai probabilitas > 0.05 (0.000 > 0.05), sehingga kesimpulannya Ho ditolak (Ha diterima), artinya ada pengaruh antara variabel arus kas investasi terhadap harga saham .

c. Diketahui dari tabel koefisien diperoleh t hitung Arus Kas Pendanaan (AKP) adalah -0.15 dengan signifikansi sebesar 0.988 atau 98,8% Hal ini berarti nilai probabilitas > 0.05 (0.588 > 0.05). Sehingga kesimpulannya Ho diterima (Ha ditolak), artinya tidak ada pengaruh antara variabel Arus Kas Pendanaan (AKP) terhadap harga saham.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, Nilai R Square dikatakan baik jika diatas 0.5 karena nilai R Square berkisar 0 sampai 1.

Tabel 4. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.543	.507	672.9544	2.201

a. Predictors: (Constant), akp, aki, ako

b. Dependent Variable: harga saham

Pada Tabel 4 ditampilkan nilai R, R², Adjusted R², dan Standar Error. Dimana nilai R menunjukkan gabungan korelasi ketiga variabel bebas X_1, X_2 , dan X_3 terhadap Y adalah 0.737. Dan R² atau koefisien determinasi adalah 0.543, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan dari pengaruh secara bersama-sama (multiple regression antara X_1, X_2 , dan X_3 terhadap Y adalah hanya 54,3%, sedangkan sisanya 45.7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini akan dibuat model regresi yang terdiri dari variabel dependen yaitu harga saham dan variabel independen yang terdiri dari AKO (Arus Kas Operasi), AKI (Arus Kas Investasi), AKP (Arus Kas Pendanaan). Dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan, maka didapat model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 481.135 - 1.203X_1 - 2.510X_2 - 2.870X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa laba arus kas operasi, investasi, dan pendanaan memiliki hubungan yang berlawanan arah terhadap harga saham, Artinya setiap kenaikan Rp.1, arus kas operasi, investasi, dan pendanaan akan menyebabkan penurunan harga saham sebesar nilai koefisiennya masing-masing. Dan dari persamaan regresi diatas menjelaskan bahwa jika informasi arus kas operasi, investasi, dan pendanaan tidak ada maka harga saham untuk perusahaan jasa keuangan adalah Rp.481.135, dan koefisien regresi variabel arus kas dari aktivitas operasi (X_1) adalah sebesar -1.203, arus kas investasi (X_2) adalah -2.510, dan arus kas pendanaan (X_3) adalah -2.870. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap adanya penambahan sebesar Rp 1,- arus kas operasi akan mengalami penurunan harga saham sebesar Rp.1.203, arus kas investasi akan menurunkan sebesar Rp 2.501, dan setiap adanya penambahan Rp 1 arus kas pendanaan akan menurunkan harga sahamnya sebesar Rp 2.870.

PEMBAHASAN

Hasil analisis Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal, dan telah memenuhi uji asumsi klasik yang menyatakan bahwa data tidak mengandung autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, dan dalam uji linearitas membuktikan bahwa spesifikasi model yang digunakan adalah benar. Selain itu, hanya arus kas investasi yang memiliki pengaruh terhadap harga saham, hal ini dapat dilihat pada Uji-t dimana hanya arus kas investasi yang memiliki nilai probabilitasnya <0.05 maka H_0 ditolak, sebaliknya untuk arus kas operasi dan pendanaan nilai probabilitasnya >0.05 maka H_0 ditolak. Sedangkan untuk total arus kas, dari hasil analisis data membuktikan adanya pengaruh secara bersama-sama terhadap harga saham, hal ini dilihat dengan pengujian uji F (ANOVA) diketahui bahwa probabilitas >0.05 maka H_0 ditolak. Pengujian uji R dan R Square di mana nilai R = 0.737 dan R Square = 0.54% harga saham dipengaruhi oleh AKO, AKI, dan AKP sedangkan sisanya 45.7% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Variabel arus kas operasi menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hasil ini terlihat pada nilai probabilitasnya 0.347 di atas tingkat signifikansinya 0.05. Sehingga variabel arus kas operasi tidak dapat dijadikan indikator dalam memprediksi harga saham. Mungkin karena banyaknya penjaminan dari luar yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan bunga agar masyarakat lebih meningkatkan minatnya dalam tabungan sehingga arus operasinya berkurang dan tidak cukup untuk membayar deviden sehingga informasi yang terdapat dalam arus kas operasi tidak digunakan oleh investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dihasilkan oleh Yessi, (2009) yang mengatakan bahwa pemisahan dalam arus kas tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Variabel arus kas investasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hasil ini terlihat pada nilai

probabilitasnya 0.00 di bawah tingkat signifikansinya 0.05. Sehingga variabel arus kas investasi dapat dijadikan indikator dalam memprediksi harga saham. Mungkin karena banyaknya investasi yang dilakukan ui pendanaan menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hasil ini terlihat pada nilai probabilitasnya 0.988 di atas tingkat signifikansinya 0.05. Sehingga variabel arus kas investasi tidak dapat dijadikan indikator dalam memprediksi harga saham. Mungkin karena pelaporan arus kas dari aktivitas pendanaan berisi informasi aktivitas-aktivitas yang mengakibatkan perubahan dalam jumlah serta komposisi ekuitas dan pinjaman perusahaan. Investor dalam hal ini tidak melihat pelaporan arus kas dari aktivitas pendanaan tersebut sebagai informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan investasinya Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Kenni, (2008) bahwa tidak ada pengaruh terhadap arus kas pendanaan pada studi empiris perusahaan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KESIMPULAN

1. Total arus kas yang dimiliki oleh tiap emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sebagai perusahaan jasa keuangan memiliki pengaruh secara simultan, hal ini dirasakan karena investor mempertimbangkan banyaknya kas yang dimiliki oleh perusahaan sehingga investor mampu memprediksi kemampuan perusahaan dalam melakukan penawaran saham dengan kas yang dimiliki, sehingga akan mempengaruhi naik turunnya harga saham.
2. Arus kas operasi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham yang signifikan, hal ini kemungkinan disebabkan karena perbedaan harga yang besar pada setiap emiten.
3. Arus kas investasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham, walaupun dari penelitian ini pengaruhnya adalah negatif. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa factor, antara lain emiten kurang melakukan investasi karena kurang berani dalam mengambil resiko pengembalian. Sedangkan arus kas pendanaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono. 1992. *Ekonomi Internasional*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Halwani, Hendra dan Prijono Tjiptoherijanto. 2009. *Perdagangan Internasional Pendekatan Ekonomi Mikro dan Makro*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2010. *Stándar Akuntansi Keuangan (SAK) per 1 Juli 2009*. Salemba Empat. Jakarta
- Imam, Ghazali. 2005. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS, Edisi 3*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jeff Madura. 2007. *Pengantar Bisnis, Edisi 4*, Salemba Empat, Jakarta.
- Jogiyanto, H.M. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas, Edisi Kedua*, BPFE, Yogyakarta.
- Kadariah, L. Karlina dan C. Gray. 2010. *Pengantar Evaluasi Proyek*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*, Liberty, Yogyakarta.
- Raharjo, Ahmad dan Onny Untung. 2006. *Ikan Hias Ditantang Dunia*. Trubus 369. (Agustus, XXXI). PT. Trubus Swadaya. Jakarta.
- Santoso Singgih. 2000. *Statistik Parameter*. PT. Alex Media Komputerindo. Jakarta.
- Sofyan Syafri Harahap. 2007. *Teori Akuntansi, Edisi Revisi 9*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2004. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 1995. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suprpto dan Harri Irawan. 2011. *Pengaruh Laba Akuntansi dan Arus Kas Operasi terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Jakarta

Suprpto. 2010. Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan Go Publik di BEI. Jurnal Bulletin Penelitian. Jakarta

Widoatmodjo, Sawidji. 2002. Cara Sehat Investasi di Pasar Modal, Edisi 2000, Mpu Ajar Artha, Jakarta.

www.idx.com

-oOo-

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP LOYALITAS PERAWAT BAGIAN ANAK RUMAH SAKIT UMUM DAERAH TANGERANG

Evawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
e-mail: *evawati@yahoo.com*

ABSTRACT

Nurses in hospitals play an important role as a health care service, so it needs to be managed well, by fostering their loyalty through organizational culture. This research aims to analyze the influence of organizational culture on loyalty of the nurses at Tangerang General Hospital. The research variables were measured based on the perception of respondents using a Likert scale. The data obtained through the survey respondents by distributing questionnaires to Tangerang General Hospital as a nurse 30 respondents. Data were analyzed using simple linear regression models and processed with SPSS. Hypothesis test results shows there are significant influence of organizational culture on nurses' loyalty. Therefore, through this study we can conclude, if the factor is enhanced the organizational culture will influence the increase in RSUD Tangerang loyalty of the pediatric nurses.

Keywords : *simple linear regression, nurses' loyalty, Likert scale*

ABSTRAK

Tenaga perawat di rumah sakit memegang peranan penting sebagai pelaksana pelayanan kesehatan, sehingga perlu dikelola dengan baik antara lain dengan menumbuhkan loyalitas melalui budaya organisasi. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat di RSUD Tangerang. Variabel penelitian diukur berdasarkan persepsi responden dengan menggunakan skala Likert. Data responden diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 perawat RSUD Tangerang sebagai responden. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana yang diolah menggunakan program SPSS. Hasil Uji Hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat. Oleh karena itu melalui penelitian ini dapat disimpulkan, jika faktor budaya organisasi ditingkatkan maka akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas perawat anak RSUD Tangerang.

Kata Kunci : *regresi linier sederhana, loyalitas perawat, skala Likert*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pembangunan dan pelayanan kesehatan tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan yang lebih baik. Yang digambarkan dengan meningkatnya mutu pelayanan yang berkesinambungan serta ditunjang oleh kelengkapan sarana dan pra sarana yang lebih baik. Rumah Sakit Umum (RSU) Tangerang dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat di kabupaten tangerang dan sekitarnya. Dalam lingkungan bisnis saat ini, perusahaan memiliki ketergantungan kepada karyawan mereka yang lebih besar dibandingkan pada masa lalu dimana persaingan bisnis saat ini lebih tinggi. Perusahaan

dengan karyawan yang loyal memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dan tingkat yang lebih tinggi untuk bertahan hidup dibandingkan dengan perusahaan dengan karyawan kurang setia. Keberhasilan jangka panjang dari setiap perusahaan sangat bergantung pada kualitas dan loyalitas rakyatnya. Karyawan yang loyal adalah aset ke perusahaan, dan retensi mereka adalah kunci untuk nya keberhasilan, untuk satu, mereka membawa pelanggan setia. Mengingat pentingnya mereka, pengusaha harus mampu mengidentifikasi dan mempertahankan karyawan yang loyal.

Salah satu perbedaan utama antara rumah sakit dengan organisasi-organisasi lainnya adalah bahwa lingkungan rumah sakit biasanya dicirikan oleh campuran heterogen profesional dan staf non-

profesional. Rumah sakit juga ditandai dengan profesionalitas yang tinggi, suasana kekeluargaan serta tingkat keterlibatan yang tinggi dari karyawan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap mutu pelayanan kesehatan menyebabkan rumah sakit harus mampu memberikan pelayanan dan menjaga mutu pelayanan yang diberikan kepada pasien. Sebagai bagian integral dari proses pelayanan kesehatan di rumah sakit, pelayanan keperawatan memegang peranan sangat penting dalam menentukan baik buruknya mutu dan citra rumah sakit. Perawat merupakan tenaga kesehatan yang mempunyai waktu paling lama dalam berinteraksi dengan pasien dibandingkan tenaga kerja lain di rumah sakit, karena selama 24 jam sehari perawat selalu berada di sisi pasien. Profesi perawat dituntut untuk memberikan pelayanan keperawatan yang bermutu, memiliki landasan ilmu pengetahuan dan ketrampilan yang kuat, disertai sikap dan tingkah laku yang profesional dan berpegang kepada etika keperawatan.

Kinerja pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Tangerang perlu dipadukan dengan meningkatkan pelayanan yang efektif dan efisien, sehingga Rumah Sakit Umum Tangerang menghasilkan produk pelayanan bermutu dengan biaya relatif terjangkau oleh para pengguna jasa. Kualitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan terutama disiplin dan motivasi para perawat bagian anak di Rumah Sakit Umum Daerah Tangerang. Dalam kaitannya dengan loyalitas perawat bagian anak sebagai pelaksana pelayanan pengguna jasa rumahsakit, dibutuhkan SDM yang memiliki disiplin dan motivasi kerja yang baik, sehingga dapat mempengaruhi kinerja sesuai standar kualitas mutu pelayanan. Penulis tertarik meneliti dengan judul **“Pengaruh Budaya organisasi terhadap loyalitas Perawat bagian anak rumah sakit Tangerang”**.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat bagian anak RSUD Tangerang. Penelitian diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai budaya organisasi dan loyalitas perawat pada RSUT.
2. Penelitian diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan atau informasi bagi pihak Perawat bagian anak RSUT serta untuk menentukan kebijakan perusahaan mengenai pelaksanaan budaya organisasi, terutama untuk

meningkatkan loyalitas perawat.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan mengenai pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat anak RSUT.

LANDASAN TEORI

Fungsi Manajemen Sumberdaya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan konsep yang berkembang dari praktik manajemen personalia yang lebih bersifat administrative menjadi pengelolaan manusia sebagai sumberdaya paling utama dalam organisasi. Manajemen sumberdaya manusia terdiri dari kata manajemen dan sumberdaya manusia. Menurut Terry (2008) fungsi manajemen terdiri dari:

1. *Planning*, yakni menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan, termasuk kegiatan pengambilan keputusan.
2. *Organizing*, yakni membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan ke dalam kelompok-kelompok, membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengadakan pengelompokan tersebut dan menetapkan wewenang diantara kelompok atau unit-unit organisasi.
3. *Actuating*, atau disebut juga ‘gerakan aksi’ mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manager untuk mengawasi dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.
4. *Controlling*, yakni pengendalian, Mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana.

Sumberdaya manusia menurut Wirawan (2009:1) mencakup semua yang terdapat dalam diri manusia yang antara lain terdiri atas dimensi fisik, psikis, sifat dan karaktersitik, pengetahuan dan ketrampilan, serta pengalaman yang terkait dengan pekerjaan. Sedangkan Mangkunegara (2001:2) menggabungkan antara fungsi-fungsi manajemen dengan sumberdaya manusia sebagai tenaga kerja. Pengertian manajemen sumberdaya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pembelian imbalan, pengintegrasian antara karyawan dan fungsi-fungsi dalam organisasi, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dengan tujuan untuk pencapaian tujuan organisasi.

Fungsi Operasional Manajemen Sumberdaya Manusia

Menurut Hasibuan (2003:27) manajemen sumberdaya manusia merupakan ilmu dan seni dalam pengaturan hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan organisasi, tujuan karyawan maupun tujuan masyarakat. Selanjutnya dalam operasionalnya manajemen sumberdaya manusia terdiri dari 7 (tujuh) yang disebut juga sebagai fungsi operasional MSDM, yakni:

1. Pengadaan (*procurement*), yakni proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi dan induksi untuk mendapatkan perawat yang efektif dan efisien membantu tercapainya tujuan perusahaan.
2. Pengembangan (*development*). yakni suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoretis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoretis, konseptual, dan moral perawat, sedangkan latihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan perawat.
3. Kompensasi (*compensation*), adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima perawat sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan.
4. Pengintegrasian (*integration*) yakni kegiatan menyatupadukan keinginan perawat dan kepentingan perusahaan agar tercipta kerja sama yang memberikan kepuasan.
5. Pemeliharaan (*maintenance*), yakni usaha mempertahankan dan atau meningkatkan kondisi fisik, mental dan sikap perawat agar mereka tetap loyal dan bekerja produktif untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan.
6. Kedisiplinan (*discipline*), yakni kesadaran dan kesediaan seseorang (dalam hal ini perawat) menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku.
7. Pemberhentian (*separation*), yakni pemutusan hubungan kerja seseorang perawat dengan suatu organisasi perusahaan. Dengan pemberhentian, berarti berakhirnya perikatan antara pekerja dalam hal ini perawat dengan perusahaan tempat bekerja atau dalam hal ini rumah sakit.

Pengertian pemeliharaan (*maintenance*) menurut Hasibuan (2003:176), adalah usaha manajemen untuk mempertahankan dan atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan sikap

karyawan, agar para karyawan tersebut tetap loyal dan bekerja produktif untuk menunjang tercapainya tujuan-tujuan organisasi perusahaan. Pemeliharaan karyawan dilaksanakan melalui program-program kesejahteraan berdasarkan kebutuhan sebagian besar karyawan dan harus berpedoman pada aturan ketenagakerjaan serta praktik-praktik yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan sejenis. Pemeliharaan karyawan bisa juga berbentuk proses komunikasi antara manajemen dengan para pegawai, sehingga tercapai suatu pemahaman yang sama terkait dengan harapan-harapan pengusaha maupun para karyawan.

Kinerja Karyawan

Seseorang akan selalu mendambakan penghargaan terhadap hasil pekerjaannya dan mengharapkan imbalan yang adil. Penilaian kinerja perlu dilakukan seobyektif mungkin karena akan memotivasi karyawan dalam melakukan kegiatannya. Disamping itu penilaian kinerja dapat memberikan informasi untuk kepentingan pemberian gaji, promosi dan melihat perilaku karyawan.

Menurut Waldman (1994) kinerja merupakan gabungan perilaku dengan prestasi dari apa yang diharapkan dan pilihannya atau bagian syarat-syarat tugas yang ada pada masing-masing individu dalam organisasi. Sedangkan menurut Mangkunegara (2001); kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Cascio (1995) dalam Koesmono (2005) mengatakan bahwa kinerja merupakan prestasi karyawan dari tugas-tugasnya yang telah ditetapkan. Soeprihantono (1998); mengatakan bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan seorang karyawan selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standard, target/sasaran/criteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Berbagai macam jenis pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan, tentunya membutuhkan kriteria yang jelas, karena masing-masing jenis pekerjaan tentunya mempunyai standar yang berbeda-beda tentang pencapaian hasilnya. Makin rumit jenis pekerjaan, maka standard operating procedure yang ditetapkan akan menjadi syarat mutlak yang harus dipatuhi. Dalam suatu perusahaan budaya organisasi, motivasi, komitmen organisasional, gaya kepemimpinan seseorang dan kepuasan kerja karyawan dapat berpengaruh

terhadap kinerja karyawannya bahkan dapat juga berpengaruh terhadap keinginan seseorang untuk berpindah pekerjaan.

Komitmen Organisasional

Keberhasilan pengelolaan organisasi sangatlah ditentukan oleh keberhasilan dalam mengelola SDM. Seberapa jauh komitmen karyawan terhadap organisasi ketika mereka bekerja, sangatlah menentukan organisasi itu dalam mencapai tujuannya. Dalam dunia kerja komitmen karyawan terhadap organisasi sangatlah penting sehingga sampai-sampai beberapa organisasi berani memasukkan unsur komitmen sebagai salah satu syarat untuk memegang jabatan/posisi yang ditawarkan dalam iklan lowongan pekerjaan. Sayangnya meskipun demikian tidak jarang pengusaha maupun karyawan masih belum memahami arti komitmen secara sungguh-sungguh. Padahal pemahaman tersebut sangat penting agar tercipta kondisi kerja yang kondusif sehingga organisasi dapat berjalan secara efisien dan efektif. Dalam rangka memahami apa sebenarnya komitmen karyawan terhadap organisasi beberapa ahli memberikan pengertian dan pandangan mereka.

Sedangkan Steers dalam (Yuwalliatin, 2006) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai rasa identifikasi, keterlibatan, dan loyalitas yang dinyatakan oleh seorang karyawan terhadap organisasinya. Steers berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan kondisi dimana karyawan sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-nilai dan sasaran organisasi. Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan.

Gibson, dalam Yuwalliatin (2006) memberikan pengertian bahwa : "komitmen karyawan merupakan suatu bentuk identifikasi, loyalitas dan keterlibatan yang diekspresikan oleh karyawan terhadap organisasi. Sedangkan Mathis & Jackson dalam Yuwalliatin (2006) memberikan pengertian bahwa : "komitmen organisasional merupakan tingkat kepercayaan dan penerimaan tenaga kerja terhadap tujuan organisasi dan mempunyai keinginan untuk tetap ada di dalam organisasi tersebut".

Studi Allen dan Meyer (1993) membedakan komitmen organisasi atas tiga komponen, yaitu *afektif*, *normative* dan *continuance*. Karyawan dengan komitmen afektif

yang kuat akan tetap bersama organisasi karena mereka menginginkannya, karyawan dengan komitmen *continuance* yang kuat karena mereka membutuhkannya, sedangkan karyawan dengan komitmen *normative* yang kuat karena mereka merasa sudah cukup untuk hidupnya. Allen dan Meyer (1993) berpendapat setiap komponen memiliki dasar yang berbeda, yaitu:

1. Komponen *afektif* berkaitan dengan emosional, identifikasi dan keterlibatan pegawai di dalam suatu organisasi.
2. Komponen *normative* merupakan perasaan-perasaan pegawai tentang kewajiban yang harus ia berikan kepada organisasi.
3. Komponen *continuance* berarti komponen berdasarkan persepsi pegawai tentang kerugian yang akan dihadapi jika ia meninggalkan organisasi.

Pegawai dengan komponen afektif tinggi masih bergabung dengan organisasi karena keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi. Sementara itu pegawai dengan komponen *continuance* tinggi tetap bergabung dengan organisasi karena mereka membutuhkan organisasi. Pegawai yang memiliki komponen *normative* tinggi, tetap menjadi anggota organisasi karena mereka harus melakukannya.

Setiap pegawai memiliki dasar dan perilaku yang berbeda tergantung pada komitmen organisasi yang dimilikinya. Pegawai yang memiliki komitmen organisasi dengan dasar afektif memiliki tingkah laku yang berbeda dengan pegawai yang berdasarkan *continuance*. Pegawai yang ingin menjadi anggota akan memiliki keinginan untuk menggunakan usaha yang sesuai dengan tujuan organisasi. Sebaliknya mereka yang terpaksa menjadi anggota akan menghindari kerugian finansial dan kerugian lain, sehingga mungkin hanya melakukan usaha yang tidak maksimal. Sementara itu, komponen *normative* yang berkembang sebagai hasil dari pengalaman sosialisasi, tergantung dari sejauh apa perasaan kewajiban yang dimiliki pegawai. Komponen *normative* menimbulkan perasaan kewajiban pada pegawai untuk memberi balasan atas apa yang telah diterimanya dari organisasi.

Kepuasan kerja dan komitmen organisasional berhubungan tetapi keduanya merupakan sikap yang dapat dibedakan. Kepuasan kerja berhubungan dengan tanggapan efektif terhadap lingkungan kerja dengan segera. Komitmen organisasional lebih stabil dan tahan lama (Norrish dan Niebuhr dalam Irwansyah 2005). Menurut Gregson (1992) kepuasan kerja adalah

sebagai pertanda awal komitmen organisasional. Suwandi dan Indriantono (1999) dalam Cahyono dan Ghozali (2002) menyatakan bahwa komitmen organisasional mendahului kepuasan kerja. Ghozali dan Cahyono (2002) menyatakan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan kerja. Jadi seseorang yang memiliki komitmen tinggi akan memiliki identifikasi dengan organisasi, terlibat sungguh-sungguh dalam pekerjaan dan ada loyalitas serta afeksi positif terhadap organisasi. Komitmen dianggap penting bagi organisasi karena : (1) Pengaruhnya pada turnover, (2) Hubungannya dengan kinerja yang mengasumsikan bahwa individu yang memiliki komitmen cenderung mengembangkan upaya yang lebih besar pada pekerjaan, (Morrison, 1997).

Pengertian Budaya Organisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia secara harfiah budaya diartikan sebagai pikiran, akal budi atau sejumlah pola sikap, keyakinan dan perasaan tertentu yang mendasari, mengarahkan dan memberi arti pada tingkah laku seseorang dalam suatu masyarakat. Budaya Organisasi berkaitan dengan bagaimana memahami karakteristik budaya suatu organisasi, bukan dengan apakah mereka menyukai karakteristik itu atau tidak.

Budaya menurut Bovee and Thill dalam Purwanto (2006), adalah *system sharing* atas simbol-simbol, kepercayaan, sikap, nilai-nilai, harapan dan norma-norma untuk berperilaku. Dalam hal ini, semua anggota dalam budaya memiliki asumsi-asumsi yang serupa tentang bagaimana seseorang berpikir, berperilaku dan berkomunikasi serta cenderung untuk melakukan berdasarkan asumsi-asumsi tersebut

Menurut Murphy dan Hildebrandt (2006), budaya diartikan sebagai tipikal karakteristik perilaku dalam suatu kelompok. Sedangkan menurut Mitchel (2006), budaya merupakan seperangkat nilai-nilai inti, kepercayaan, standar, pengetahuan, moral, hukum dan perilaku yang disampaikan oleh individu-individu dan masyarakat, yang menentukan bagaimana seseorang bertindak, berperasaan dan memandang dirinya serta orang lain. Berdasarkan beberapa pengertian budaya tersebut, ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan, antara lain bahwa budaya mencakup sekumpulan pengalaman hidup, *system sharing* dan tipikal karakteristik perilaku setiap individu yang ada dalam suatu masyarakat, termasuk di dalamnya tentang bagaimana system nilai, norma, simbol-simbol dan kepercayaan atau keyakinan

mereka masing-masing.

Menurut Schein (2005:12) budaya organisasi ialah salah satu wujud anggapan yang dimiliki, diterima secara implisit oleh kelompok dan menentukan bagaimana kelompok tersebut rasakan, pikirkan dan bereaksi terhadap lingkungannya yang beraneka ragam. Schein (2005:15) mendefinisikan budaya organisasi sebagai suatu pola dari asumsi dasar yang diciptakan, ditemukan, atau dikembangkan oleh kelompok tertentu saat belajar menghadapi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang telah berjalan cukup baik untuk dianggap valid dan oleh karena itu, untuk diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk berpersepsi,berpikir, dan berperasaan sehubungan dengan masalah yang dihadapinya. Menurut Griffin (2004), budaya organisasi adalah serangkaian nilai, kepercayaan, perilaku, adat dan sikap yang membantu anggota organisasi memahami prinsip-prinsip yang dianutnya, bagaimana organisasi melakukan berbagai hal, dan apa yang dianggap penting oleh organisasi.

Fungsi Budaya Organisasi

Budaya organisasi memiliki fungsi yang semakin penting, sebagaimana disampaikan Robbins (2008:262) bahwa terdapat lima fungsi budaya organisasi yaitu : 1) sebagai penentu batas-batas, yang artinya budaya menciptakan perbedaan atau distingsi antara satu organisasi dengan organisasi lainnya. 2) memberikan suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi. 3) mempermudah timbulnya komitmen pada suatu yang lebih luas daripada kepentingan individu. 4) Meningkatkan stabilitas sistem sosial karena merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi dengan cara menyediakan standar mengenai apa yang sebaiknya dikatakan dan dilakukan perawat, dan 5) Budaya sebagai mekanisme pengendalian yang memberikan panduan dan bentuk perilaku serta sikap perawat.

Karakteristik Budaya Organisasi

Budaya organisasi menyatakan suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota organisasi. Oleh karena itu, organisasi akan mengharapkan bahwa individu-individu dengan latar belakang berbeda mampu melaksanakan budaya organisasi tempat mereka bekerja dengan karakteristik yang ada. Terdapat beberapa kajian tentang budaya organisasi yang mendukung kinerja organisasi. Terdapat dua kelompok kajian tentang budaya organisasi, yakni dimensi budaya organisasi yang mendukung kinerja dan tipologi

budaya organisasi yang bagaimanakan yang mendukung kinerja organisasi. Salah satu kajian tersebut antara lain dilakukan oleh O'Reilly *et al.* dalam Robbins (2008:256) yang menyatakan karakteristik-karakteristik budaya organisasi yakni : a) Inovasi dan keberanian mengambil resiko, b) Perhatian pada hal-hal rinci, c) Orientasi hasil, d) Orientasi orang, e) Orientasi tim, f) Keagresifan, dan g) Stabilitas. Meskipun pada awalnya kajian tersebut meneliti tentang kesesuaian tipologi budaya organisasi dengan nilai-nilai pribadi karyawan, namun hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa ke tujuh tipologi tersebut saling berkorelasi dan merupakan dimensi budaya organisasi. Hasil-hasil penelitian tentang pengaruh budaya organisasi dengan ketujuh dimensi tersebut juga menunjukkan hasil yang signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan. Masing-masing karakteristik ini berada di suatu kontinum mulai dari rendah sampai tinggi. Karenanya, menilai organisasi berdasarkan ketujuh karakteristik ini akan menghasilkan suatu gambaran utuh mengenai budaya sebuah organisasi.

Sedangkan Luthans (1997) menyebutkan bahwa budaya organisasi punya sejumlah karakteristik penting. Beberapa diantaranya adalah:

1. Aturan perilaku yang diamati. Ketika anggota organisasi berinteraksi satu sama lain, mereka menggunakan bahasa, istilah, dan ritual umum yang berkaitan dengan rasa hormat dan cara berperilaku.
2. Norma. Ada standar perilaku, mencakup pedoman mengenai seberapa banyak pekerjaan yang dilakukan, yang dalam banyak perusahaan menjadi "jangan melakukan terlalu banyak; jangan melakukan terlalu sedikit".
3. Nilai dominan. Organisasi mendukung dan berharap pesertamembagikan nilai-nilai utama. Contoh khususnya adalah kualitas produk tinggi, sedikit absen, dan efisiensi tinggi.
4. Filosofi. Terdapat kebijakan yang membentuk kepercayaan organisasi mengenai bagaimana karyawan dan atau pelanggan diperlakukan.
5. Aturan. Terdapat pedoman ketat berkaitan dengan pencapaian perusahaan. Pendaftar baru harus mempelajari teknik dan prosedur yang ada agar diterima sebagai anggota kelompok yang berkembang.
6. Iklim organisasi. Ini merupakan keseluruhan "perasaan" yang disampaikan dengan pengaturan yang bersifat fisik, cara peserta berinteraksi, dan cara anggota organisasi berhubungan dengan pelanggan dan individu dari luar.

Loyalitas Kerja

Loyalitas karyawan merupakan sikap positif karyawan terhadap perusahaan tempat dia bekerja. Loyalitas berasal dari kata dasar loyal, yang mempunyai arti setia atau patuh, loyalitas berarti mengikuti dengan patuh dan setia terhadap seseorang atau peraturan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, loyal berarti patuh, setia. Sedangkan loyalitas merupakan kesediaan dengan sungguh-sungguh oleh karena kesadaran bahwa ada otoritas yang harus dipatuhi. Menurut Gouzali (2005) loyalitas karyawan perawat merupakan suatu sikap mental perawat yang ditujukan pada keberadaan perusahaannya. Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa loyalitas merupakan kesetiaan seorang perawat serta kesediaannya dalam mematuhi peraturan perusahaan tempat ia bekerja. Loyalitas identik dengan bentuk kesetiaan dan keberpihakan seseorang di tempat ia beraktivitas, untuk itu dalam sebuah organisasi loyalitas perawat itu sangat penting, dihargai dan perlu dibina. Adapun perlunya pembinaan loyalitas menurut Gouzali (2005:416) yakni agar SDM tersebut:

- a. Mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap perusahaan
- b. Adanya rasa memiliki terhadap perusahaan
- c. Dapat mencegah *turn over*
- d. Dapat menjamin kesinambungan kinerja perusahaan.

Aspek-aspek loyalitas

Steers dan Porter (1983) mengemukakan aspek-aspek loyalitas yang berhubungan dengan sikap yang akan dilakukan perawat, dan merupakan proses psikologis terciptanya loyalitas kerja dalam perusahaan, antara lain:

- a. Dorongan yang kuat untuk tetap menjadi anggota perusahaan, kekuatan aspek ini sangat dipengaruhi oleh keadaan individu, baik kebutuhan tujuan maupun kesesuaian individu dalam perusahaan.
- b. Keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin bagi perusahaan.
- c. Kepercayaan yang pasti dan penerimaan yang penuh atas nilai-nilai perusahaan. Kepastian kepercayaan yang diberikan perawat, tercipta dari operasional perusahaan yang tidak lepas dari kepercayaan perusahaan terhadap perawat itu sendiri dalam menjalankan tugasnya.

Faktor penyebab rendahnya loyalitas

Menurut Soetjipto *dalam* Saydam (2005:395) rendahnya loyalitas dapat disebabkan

oleh beberapa hal yaitu:

- a. Rendahnya motivasi kerja
- b. Struktur organisasi yang kurang jelas, sehingga tugas dan tanggung jawab kabur
- c. Rancangan pekerjaan kurang baik, sehingga dirasa kurang cukup menantang
- d. Rendahnya kualitas manajemen, yang terlihat pada kurangnya perhatian terhadap kepuasan konsumen
- e. Rendahnya kemampuan kerja atasan, yang tidak dapat mendukung berhasilnya kerjasama tim
- f. Kurang terbukanya kesempatan untuk mengembangkan karir
- g. Sistem kompensasi yang kurang menjamin ketenangan kerja
- h. Waktu kerja yang kurang fleksibel.

Selain faktor penyebab rendahnya loyalitas, ada beberapa indikasi turunnya loyalitas dan sikap kerja antara lain:

1. Turun/rendahnya produktivitas kerja, dapat diukur atau diperbandingkan dengan waktu sebelumnya. Adanya penurunan produktivitas kerja ini dapat disebabkan oleh kemalasan atau penundaan kerja.
2. Menaiknya tingkat absensi Pada umumnya bila loyalitas dan sikap kerja perawat turun, maka perawat akan malas untuk datang bekerja setiap hari. Apabila ada gejala-gejala absensi naik maka perlu dianalisis faktor penyebabnya.
3. Keluar masuknya pegawai yang meningkat tersebut terutama adalah karena tidak senangnya para pegawai bekerja pada perusahaan. Oleh karena itu, mereka berusaha mencari pekerjaan lain yang dianggap sesuai. Tingkat perpindahan buruh yang tinggi selain dapat menurunkan produktivitas kerja, juga dapat mempengaruhi kelangsungan jalannya perusahaan.
4. Kegelisahan dimana-dimana, dimana loyalitas dan sikap kerja yang menurun mengakibatkan ketidaktenangan dalam bekerja, adanya keluhan dan lain sebagainya.
5. Timbulnya tuntutan sebagai perwujudan dan ketidakpuasan, dimana pada tahap tertentu akan menimbulkan keberanian untuk mengajukan tuntutan.
6. Tingkat indikasi yang paling kuat tentang turunnya loyalitas dan sikap kerja adalah pemogokan. Biasanya suatu perusahaan yang pegawainya sudah tidak merasa tahan lagi hingga memuncak, maka hal itu akan menimbulkan suatu tuntutan, dan bilamana

tuntutan tersebut tidak berhasil, maka pada umumnya para pegawai akan melakukan pemogokan kerja. (Nitisemito, 1991:163-166)

Dilihat faktor-faktor penyebab turun atau rendahnya loyalitas di atas serta berbagai indikasinya, maka perlu dilakukan cara untuk memperbaiki serta meningkatkan loyalitas. Adapun menurut Saydam (2005:396) yang mengutip Budi W. Soetjipto, langkah-langkah untuk memperbaiki serta meningkatkan loyalitas yakni:

1. Mengkaji ulang seluruh pekerjaan atau jabatan yang ada dalam perusahaan dan menyusun uraian pekerjaan yang benar
2. Pimpinan perusahaan perlu memberikan perhatian lebih pada kepuasan pegawai
3. Melibatkan pegawai dalam berbagai pelatihan sesuai dengan bidang tugasnya masing-masing
4. Meningkatkan kualitas sistem penilaian kinerja
5. Meningkatkan keterpaduan dan keterbukaan sistem pengembangan karier
6. Penyempurnaan sistem kompensasi, sehingga mencerminkan keadilan eksternal
7. Meningkatkan efektifitas komunikasi dalam perusahaan sehingga ada umpan balik terhadap hasil pekerjaan
8. Meningkatkan fleksibilitas waktu kerja sesuai dengan keadaan.

Pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas karyawan

Budaya organisasi merupakan sekumpulan nilai-nilai, kepercayaan-kepercayaan, yang membentuk perilaku dan kebiasaan-kebiasaan individu dalam suatu organisasi. Sejarah organisasi, kepemimpinan, dan pengalaman-pengalaman bersama para anggota organisasi membentuk budaya yang unik dari setiap organisasi. Ketika seseorang diterima sebagai karyawan, maka dia akan mengalami suatu proses sosialisasi sehingga dapat memahami bagaimana harus berperilaku di perusahaan tempat dia bekerja. Namun bila karyawan baru ternyata merasa tidak cocok dengan nilai-nilai yang dimiliki organisasi maka dia bisa saja kemudian tidak melanjutkan keanggotaannya atau mengundurkan diri. Dengan demikian proses sosialisasi budaya organisasi akan menyaring karyawan yang menerima nilai-nilai budaya organisasi sehingga mereka merasakan keterikatan dan nyaman dalam bekerja. Budaya organisasi yang kuat merupakan budaya organisasi yang dianut sebagian besar anggota organisasi, selain ada sub budaya yang bisa saja muncul dalam

suatu organisasi. Dengan demikian budaya yang kuat menciptakan loyalitas bagi para karyawan mengingat telah terjadi kesamaan nilai-nilai dan pemahaman tentang pola perilaku dalam perusahaan.

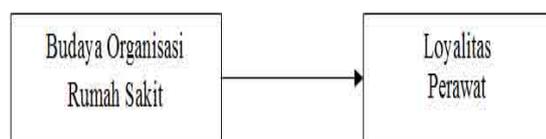
Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian tentang pengaruh budaya organisasi banyak dikaitkan dengan kinerja karyawan, komitmen organisasional dan kepuasan kerja karyawan. Komitmen organisasional merupakan keinginan karyawan untuk tetap bekerja dalam organisasi tempat dia bekerja, sehingga memiliki unsure loyalitas kepada organisasi. Rifai (2010) telah melaksanakan penelitian tentang pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas karyawan di pesantren Daarut Tauhid. Penelitian dilatar belakangi oleh tingkat turn-over karyawan yang relative tinggi serta jumlah karyawan yang cenderung mengalami penurunan selama periode lima tahun terakhir. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan.

Penelitian-penelitian tentang budaya organisasi rumah sakit telah dilakukan oleh beberapa peneliti, antara lain oleh Pribadi (2009), Kusumawati (2009), dan oleh Rizal (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dan kinerja karyawan.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah bahwa loyalitas perawat di Rumah Sakit Umum Tangerang Bagian Anak dipengaruhi oleh budaya organisasi rumah sakit.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis : Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas perawat bagian anak Rumah Sakit Umum Tangerang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan terhadap para perawat di Bagian Anak Rumah Sakit Umum Tangerang. Rumah Sakit Umum Tangerang berlokasi di Jl. A. Yani Tangerang. Penelitian ini

menggunakan metode penelitian kausal, dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu variable bebas yakni budaya organisasi terhadap variable terikat yakni loyalitas perawat rumah sakit.

Budaya organisasi diukur dengan menggunakan tujuh indikator:

1. Inovasi dan pengambilan resiko, Karakteristik ini berkaitan dengan sejauh mana para perawat organisasi/anggota organisasi didorong untuk bersikap inovatif dan berani mengambil resiko.
2. Perhatian terhadap detail, yakni berkaitan dengan sejauh mana para perawat diharapkan menjalankan presisi, analisis, dan perhatian pada hal-hal kecil.
3. Orientasi hasil, yakni sejauh mana manajemenen berfokus lebih pada hasil ketimbang pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut.
4. Orientasi orang, yakni sejauh mana keputusan-keputusan manajemen mempertimbangkan efek dari hasil tersebut atas orang yang ada dalam organisasi.
5. Orientasi tim, yakni sejauh mana kegiatan-kegiatan kerja diorganisasi pada tim ketimbang pada individu-individu.
6. Keagresifan, yakni sejauh mana individu-individu dalam organisasi memiliki keagresifan dan sikap kompetitif.
7. Stabilitas, yakni sejauh mana organisasi menekankan dipertahankannya status quo dalam perbandingannya dengan pertumbuhan.

Loyalitas dalam penelitian ini diukur dengan empat indikator:

1. Mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap perusahaan,
2. Adanya rasa memiliki terhadap perusahaan,
3. Dapat mencegah *turn over*, sehingga perawat tetap bertahan, dan
4. Dapat menjamin kesinambungan kinerja perusahaan.

Indikator-indikator tersebut disusun dalam kuisioner yang menggunakan skala Likert skala satu sampai dengan lima. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner yang ditujukan ke seluruh perawat di Bagian Anak RSUD Tangerang yang berjumlah 30 orang. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana, dan diolah dengan menggunakan software *Statistical Programme for Social Science* (SPSS) versi 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Rumah Sakit Umum Tangerang

Rumah Sakit Umum (RSU) Kabupaten Tangerang didirikan pada tahun 1928 berlokasi di sebuah ruangan BUI (Penjara) yang lahanya digunakan sekarang sebagai mastid agung Al-Ittihad dengan kapasitas perawat 12 tempat tidur. Pada tahun 1932 rumah sakit dipindahkan ke Jalan Daan Mogot nomor 3 dengan kapasitas 40 tempat tidur. Pada tahun 1946 dipindahkan ke Balaraja, dan tahun 1955 pengelolaan RSU Tangerang diserahkan pada pemerintah Swatatantra Kabupaten Tangerang. Pada tahun 1959 mulai direncanakan membangun sebuah rumah sakit baru dilokasi yang sekarang di jalan Ahmad Yani No. 9 Tangerang. Pada tahun 1976 RSU Tangerang dimanfaatkan untuk pendidikan tingkat V dan VI FKUI, pada semua bagian dan tahun 1986 dijalin kerja sama antara pemda Tangerang dengan Fakultas kedokteran Gigi UI dengan tujuan meningkatkan pelayanan RSU Tangerang serta memanfaatkannya untuk pendidikan

Dengan keputusan Bupati Tangerang No.445/kep.113/Huk/2008 RSU Kabupaten Tangerang ditetapkan sebagai penyelegaraan pola pengelola keuangan badan layanan umum daerah Kabupaten Tangerang. Setelah dikembangkan secara bertahap saat ini RSU Tangerang mempunyai bangunan dengan luas 24.701 m² diatas tanah 41.615 m² dan memiliki fasilitas perawatan dengan 383 tempat tidur, dengan sejumlah 27 jenis keahlian dan jumlah karyawan 1.065 orang.

Aspek atau bidang kegiatan organisasi seluruhnya tercantum pada visi, misi, motto dan falsafah organisasi. Rumah Sakit Umum Tangerang memiliki misi untuk menjadi Rumah Sakit rujukan kasus ruda paksa dan industri serta Kesehatan Ibu dan Anak untuk wilayah Tangerang dan sekitarnya; otonom dalam manajemen, dan sebagai tempat pendidikan bagi tenaga kesehatan professional pada tahun 2008. Adapun misinya adalah Menyelenggarakan pelayanan secara komprehensif yang meliputi : 1) Pelayanan rujukan umum untuk seluruh jenis spesialis. 2) Pelayanan rujukan khusus dalam bidang traumatologi, kedokteran okupasi dan kesehatan ibu anak bagi seluruh masyarakat Tangerang dan sekitarnya tanpa memandang status sosial. 3) Menyediakan lahan bagi tenaga kesehatan, melalui kerjasama dengan instisusi pendidikan dan institusi kesehatan lain, yang dikelola secara professional.

Pelaksanakan operasional sehari-

hari mengacu pada moto Rumah Sakit Umum angerang adalah “*BERTEMU KASIH*” (Bersih, Tertib, Bermutu dan Kasih Sayang). 1) **Bersih** mempunyai arti : Bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan dan kebersihan pasien. Menjaga kebersihan diri dan berpenampilan menarik. Mempunyai pemikiran yang ikhlas terhadap pekerjaan. Mengajak orang lain untuk menjaga kebersihan. Memelihara fasilitas kerja agar tetap bersih dan rapi. 2) **Tertib** mempunyai arti : Bekerja sesuai prosedur tetap dan standar Pelayanan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Memelihara dan memanfaatkan fasilitas kerja dengan sebaik-baiknya. Memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan urutan pendaftaran. Kunjungan keluarga pasien (besuk) sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. 3) **Mutu** mempunyai arti : Memberikan pelayanan yang sebaikbaiknya berdasarkan protop dan standard pelayanan yang berlaku untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada pasien maupun kepada pengunjung lainnya. Berupaya meningkatkan kemampuan dan keterampilan sesuai dengan perkembangan IPTEK. Selalu menjaga dan eningkatkan kualitas pelayanan. Aktif mengikuti kegiatan Gugus Kendali Mutu (GKM). 4) **Kasih Sayang** mempunyai arti : Memberikan perhatian penuh kasih sayang kepada penderita / keluarganya untuk mengurangi penderitaan yang dialami dan meningkatkan motivasi untuk sembuh. Empati terhadap keluhan pasien/keluarganya. Berbicara dengan suara yang jelas, mudah dimengerti dan sopan.

Rumah Sakit Umum Tangerang memiliki falsafah bahwa kesejahteraan karyawan Rumah Sakit mutlak diperhatikan atau ditingkatkan agar terwujud kontribusi pengabdian yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus dijadikan sebagai dasar orientasi dalam pelayanan Rumah Sakit. Keberhasilan misi Rumah Sakit hanya dapat diwujudkan melalui suatu system yang dapat menciptakan kebudayaan kebersamaan, keterbukaan disertai profesionalisme yang menjunjung etos kerja yang tinggi.

Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Perawat Pada Perawat bagian anak RSU Tangerang

Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat pada Perawat bagian anak RSUT, di dalam penelitian ini di lakukan dengan menggunakan analissi regresi linier

sederhana dengan menggunakan program SPSS 16 (*Statistical Programe For Social Science*) dari data yang diperoleh di dalam penelitian ini setelah diproses di peroleh (*print out*) sebagai berikut :

Tabel 1. Variables Entered/Removed

Analisis regresi pada Tabel 1, tabel

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
	Budaya Organisasi		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LoyalitasPerawat

Variables Entered / Removed menunjukkan bahwa semua variabel digunakan dalam analisis regresi yaitu budaya organisasi rumah sakit sebagai variabel bebas (*Independent Variable*), sedangkan loyalitas perawat sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*).

Tabel 2. Model Summary

Hasil data analisis dari Tabel 2 di atas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500a	.250	.223	5.682

a. Predictors: (Constant), BUDAYAORGANISASI

b. Dependent Variable: LOYALITASKARYAWAN menampilkan R= 0,500 yang berarti adanya hubungan positif antara variabel budaya organisasi dengan loyalitas perawat. R Square yang artinya pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat sebesar 0,250 (25%) dan sisanya yaitu sebesar (100% - 25%) = 75% disebabkan oleh pengaruh lain diluar dari penelitian penulis. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif antara Budaya Organisasi (Variabel X) dengan Loyalitas Perawat (Variabel Y).

Tabel 3. Hasil Pendugaan Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig
	B		Beta		
1 (Constant)	28.689	5.874		4.884	.000
BUDAYA ORGANISASI	.492	.161	.500	3.052	.005

a. Dependent Variable: LOYALITAS PERAWAT

Pada Tabel 3 di atas terlihat bahwa nilai konstanta (a) = 28,689 dengan t hitung = 4,884

dengan signifikansi sebesar 0,000. Koefisien budaya organisasi sebesar 0,492 dengan nilai t hitung = 3,052 dengan signifikansi sebesar 0,005. Berarti budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas perawat di Rumah Sakit Umum Tangerang bagian anak. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis, dan sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Rifai (2010) yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Daarut Tauhid.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh budaya kerja berpenaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas perawat di Perawat bagian anak RSUD Tangerang. Hasil penelitian mengkonfirmasi teori dan hasil penelitian terdahulu. Dengan demikian loyalitas para perawat dapat ditingkatkan melalui pengembangan nilai-nilai budaya organisasi.

Saran

Disarankan budaya organisasi disesuaikan dengan lingkungan dan kondisi sehingga mempunyai dampak yang positif terhadap loyalitas perawat anak RSUD Tangerang. Sebaiknya budaya organisasi yang baik dapat dipertahankan dan juga lebih ditingkatkan lagi, supaya perawat memiliki loyalitas yang lebih baik lagi, yang akhirnya kinerja perawat meningkat untuk menghasilkan produktivitas yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Sulistiyani, Ambar Teguh dan Rosidah . 2003. "Manajemen Sumber Daya Manusia". Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Dessler, Garry. 2007. "Manajemen Sumber Daya Manusia". Penerbit : Macana Jaya Cemerlang.

- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. "Manajemen Sumber Daya Manusia". PT. Bumi Aksara : Jakarta.
- Kusumawati, Ratna. 2008. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada RS Roemani Semarang). Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Luthans, Fred. 1997. *Organizational Behavior*, 5th edition, Singapore McGraw-Hill, International Edition.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2000. "Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan". Rosdakarya: Bandung.
- Pribadi, Agung. 2009. Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Motivasi, dan Persepsi Perawat tentang Supervisi Kepala Ruang terhadap Pelaksanaan Dokumentasi Asuhan Keperawatan di Ruang Rawat Inap RSUD Kelet Provinsi Jawa Tengah di Jepara. Tesis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Riduwan. 2004. "Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian". Cetakan kedua CV.Afabeta.
- Riva'i dan Basri. 2004. "Penilaian Kinerja dan Organisasi". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Veithzal. 2005. "Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan". PT. Raja grafindo Persada: Jakarta.
- Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang. 2011. Profil Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang Tahun 2011
- Rifai, Danu Ibrahim. 2010. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Kerja Karyawan pada Yayasan Daarut Tauhid Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Robbins, P.Stephen.(2008).Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Singgih. 2007. "Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 15", PT. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Supranto, J. 2007. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Saydam, Gouzali.(2005).Manajemen Sumber Daya Manusia:Suatu Pendekatan Mikro. Jakarta. Djambatan.
- Schein, Edgar.2005. *Organizational Culture and Leadership*. Josse Bass.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumberdaya Manusia: Teori, APLikasi, dan Penelitian*. Jakarta. Salemba Empat.

-oOo-

KELAYAKAN PROYEK RUKO KEDOYA DARI ASPEK PASAR, FINANSIAL, DAN SOSIAL EKONOMI

Herry Agung Prabowo, Andy Susanto dan Farida

Fakultas Teknik Industri Universitas Mercu Buana

e-mail : herryagung@gmail.com

ABSTRACT

The feasibility study of a project, aims to evaluate a proposal or a project plan regarding to some certain criteria, so that the project can really meet the planned results. This research will determine the feasibility study of Ruko Kedoya project. The study was conducted on the aspects of the market, financial and socio-economics.

According to the feasibility study, Ruko Kedoya is feasible to implement because it has a good market prospects, and can bring high profits and benefits to the investor/ owners. Ruko Kedoya also able to increase the social and economic value of the surrounding area. This project has 35.32 % of IRR and gives a Nett profit (NPV) at Rp 8.203.331.094.

Keywords: *feasibility studies, ruko kedoya*

ABSTRAK

Studi kelayakan terhadap suatu proyek bertujuan untuk mempelajari usulan atau rencana proyek dari segala segi agar proyek betul-betul dapat mencapai hasil sesuai dengan yang direncanakan. Riset ini dilaksanakan dengan tujuan mengetahui kelayakan dari proyek Ruko Kedoya. Kajian yang dilakukan meliputi aspek pasar, finansial dan sosial ekonomi, dilakukan melalui metoda survey dan wawancara. Temuan dari kajian ini adalah : aspek pasar, didapati bahwa proyek Ruko Kedoya mempunyai nilai pasar yang menjanjikan dan dapat menjadi proyek bisnis yang mempunyai prospek cerah, aspek finansial, didapati proyek ini mempunyai prospek keuntungan yang tinggi dan menjanjikan bagi pemilik usaha. Nilai IRR proyek ini sebesar 35,32% dan memiliki Net profit (NPV) sebesar Rp 8.203.331.094. Dilihat dari aspek sosial ekonomi didapati bahwa proyek ini berpotensi meningkatkan nilai sosial dan ekonomi area sekitarnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek Ruko Kedoya ini dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dan direalisasikan menjadi proyek bisnis yang nyata bagi PT XYZ.

Kata kunci: studi kelayakan, proyek ruko Kedoya

I. LATAR BELAKANG

Industri perumahan dan variannya seperti rumah toko (ruko), rumah kantor (rukan) ataupun apartemen terus berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, dan selalu menjadi daya tarik bagi investor. Pertumbuhan jumlah penduduk dan berkembangnya sentra sentra bisnis baru semakin membuat industri properti tumbuh dan berkembang pesat.

Akhir-akhir ini keinginan masyarakat untuk berwirausaha cukup tinggi, sehingga banyak pengembang menawarkan sarana perdagangan (ruko). Jika dibandingkan dengan investasi pada perumahan yang relatif monoton, dapat dikatakan investasi ruko lebih prospektif. Hal ini berakibat semakin maraknya pembangunan ruko di berbagai wilayah, mulai dari wilayah yang strategis sampai

wilayah yang tergolong pelosok, dan sering tidak diimbangi dengan analisis dan pertimbangan yang komprehensif.

Kondisi di atas berakibat banyaknya pengembang yang terjun dalam bisnis properti dalam hal ini ruko. Salah satu pengembang yang turut serta meramaikan bisnis ruko ini adalah PT "XYZ" yang resmi terbentuk di tahun 2011. Sebagai perusahaan yang baru terbentuk, perusahaan menghadapi kendala dalam mencari lahan untuk diolah menjadi proyek properti. Pertimbangan lokasi yang strategis menjadi pertimbangan utama dikarenakan konsep awal perusahaan adalah mengembangkan proyek di area yang sudah berkembang, terkenal dan strategis. Konsekuensi dari pilihan pencarian lahan dengan model demikian adalah biaya beli tanah yang tinggi. Biaya lain yang harus disiapkan perusahaan adalah biaya perijinan,

surat, pemasaran, pembangunan.

Sebagai tahap awal, perusahaan memfokuskan diri pada pembangunan kompleks Rumah Toko (Ruko) Kedoya Raya. Semua biaya yang timbul tentu akan dibandingkan dengan nilai proyek itu, dan penjualan dari unit unit yang ada diharapkan dapat menutupi biaya serta mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan studi kelayakan bisnis untuk menentukan layak atau tidaknya proyek ini. Riset ini bertujuan untuk melakukan studi kelayakan pada proyek pembangunan Ruko Kedoya oleh PT "XYZ". Hasil yang diharapkan dari riset ini adalah suatu rekomendasi layak tidaknya proyek Ruko Kedoya ini dibangun, dilihat dari aspek pasar, finansial, serta sosial ekonomi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Proyek

Proyek adalah kegiatan-kegiatan yang dapat direncanakan dalam satu bentuk kesatuan dengan mempergunakan sumber-sumber untuk mendapatkan laba yang diharapkan. Proyek merupakan rangkaian kegiatan jangka panjang yang dimulai sejak di rencanakan, kemudian dilaksanakan sampai benar-benar memberikan hasil atau keluaran-keluaran sesuai dengan perencanaannya. Proyek baru dinyatakan berhasil apabila telah berhasil memberikan keluaran-keluaran yang dapat ditunjukkan guna mencapai harapan-harapan yang lebih penting lagi yaitu tujuan fungsional proyek. (<http://www.ilmu-ekonomi.com/2012/04/>)

2.2. Studi Kelayakan

Setiap proyek adalah investasi untuk meningkatkan kemakmuran bagi masyarakat. Karena proyek berhubungan erat dengan investasi berupa modal uang / dana, penentuan sebuah proyek layak atau tidak layak dijalankan adalah dengan melakukan pengkajian yang sering disebut studi kelayakan. Keberhasilan suatu proyek dapat ditinjau dari beberapa kepentingan antara lain kepentingan ekonomi dari pemilik proyek, kepentingan ekonomi dari lingkungan sekitar, ataupun kepentingan sosial kemasyarakatan. Studi kelayakan yang dilakukan sebelum proyek dijalankan secara fisik akan menyoroti semua aspek yang mempunyai hubungan erat dengan rencana proyek tersebut. Aspek-aspek yang biasa diamati adalah aspek pasar, teknis, finansial dan sosial ekonomi. Dengan semua aspek ini diteliti

dan ditelaah diharapkan proyek yang dilaksanakan akan mempunyai masa dengan yang baik dan menghasilkan manfaat bagi semua pihak yang terkait didalamnya. (Suharto, Iman. 2002).

Aspek pasar berfungsi menghubungkan manajemen perusahaan pemilik proyek dengan pasar yang bersangkutan melalui informasi. Informasi yang didapat dari pasar, akan diolah dan diidentifikasi oleh perusahaan agar dapat ditemukan poin poin yang terkait kesempatan ataupun permasalahan yang dapat timbul, sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan secara objektif, tepat dan berkualitas mengenai kelangsungan proyeknya.

Analisis finansial berangkat dari tujuan dasar perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan biaya yang minimal. Analisis aspek finansial dapat dilakukan antara lain dengan pendekatan *Cost Benefit Ratio*, *NPV (Net Present Value)* dan *IRR (Internal Rate of Return)*.

Aspek sosial ekonomi terkait dengan bagaimana pengaruh bisnis yang akan didirikan terhadap perubahan struktur sosial ekonomi masyarakat sekitar.

2.3. Penelitian Terdahulu

Ratnawati (2007) mengkaji kelayakan bisnis pada pengembangan usaha perumahan di Perum Kaligayam Regency, Turen. Hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa tingkat kelayakan proyek perumahan di Perum Kaligayam Regency, Turen menghasilkan nilai *Payback* Periode selama 4 tahun 1 bulan, *Net Present Value (NPV)* yang positif ($NPV > 0$), *Benefit Cost ratio* atau *Profitability Index* sebesar 2,03 ($B/C > 1$) ataupun *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 18,9%.

Kajian kelayakan pembangunan perumahan Greatland Setiabudi dilakukan oleh Mulyadi (2012), diperoleh hasil *Net Present Value (NPV)* sebesar 2.054.261.000,-. nilai *IRR* sebesar 22,90%. *Payback* period (PP) selama 2 tahun 3 bulan 29 hari. *Benefit Cost Ratio* sebesar 1,10, serta *Profitability Ratio* sebesar 54% untuk *Rate of Return on Investment (ROI)* dan 67% untuk *Rate of Return on Equity (ROE)*.

Studi kelayakan terhadap Pembangunan Ruko CV Karya Sinar Abadi yang dilakukan oleh Margaretha (1997) menghasilkan nilai *NPV* sebesar 32.927.879, *IRR* sebesar 24,884%, dan *payback* periode selama 3 tahun 9 bulan.

Ariani (2010) melakukan penelitian tentang perhitungan investasi alternatif pemanfaatan fungsi bangunan yang dapat dikembangkan pada Legian Plaza, Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

Alternatif fungsi bangunan sebagai pusat hiburan atau *entertainment centre* memiliki nilai NPV dan IRR masing-masing sebesar Rp. 14.818.175.260,-, dan 17,06% serta payback period selama 12 tahun.

III. METODE

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni – Desember 2012. Lokasi penelitian ini adalah pada proyek ruko di PT XYZ yang berlokasi di Jl. Kedoya Raya No.2A. Pemilihan lokasi tersebut adalah dikarenakan di lokasi tersebut masih sedikit dibangun Ruko, sehingga peluang untuk laku terjual semakin tinggi.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam studi kelayakan ini adalah data primer dan data sekunder yang bersumber dari :

- Studi Pustaka

Studi pustaka yang digunakan berupa buku-buku dan modul-modul perkuliahan yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu juga berupa tabel dan pernyataan mengenai kebutuhan dan ketersediaan unit properti yang dikeluarkan oleh organisasi-organisasi perusahaan properti maupun pihak-pihak yang berkompeten.

- Studi Lapangan

Proses pengamatan langsung dilakukan di tempat penelitian dengan pengambilan data-data yang dibutuhkan dalam menentukan perhitungan, antara lain data pembelian lahan, data nilai penjualan, *Bill of Quantity* untuk kontraktor, umpan balik pelanggan, informasi biaya, laporan distributor, laporan keuangan, dan lain sebagainya.

3.3. Metode Analisis

Data yang digunakan dalam analisis aspek pasar dan aspek sosial ekonomi merupakan data kualitatif yang merupakan rangkaian informasi yang menunjang pengambilan keputusan PT XYZ. Selanjutnya pada analisis aspek pasar, data diolah untuk memperoleh informasi dalam menentukan kelayakan proyek ruko ini dari aspek pasar. Sedangkan pada aspek sosial ekonomi data diolah secara kualitatif khususnya dalam hal dampak sosial dengan hadirnya Ruko Kedoya bagi lingkungan sekitar, serta dampak ekonomi bagi lingkungan sekitar

Pada analisis aspek finansial, data yang digunakan berupa data kuantitatif berupa nilai-nilai

proyeksi keuntungan ataupun kerugian. Selanjutnya data diolah menggunakan perhitungan-perhitungan dengan beberapa metode, antara lain *Benefit Cost Ratio (BCR)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal Rate Return (IRR)*.

IV. PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum Perusahaan

PT XYZ didirikan pada 18 Maret 2011 sesuai Akta Notaris Amaliyah, SH, MKN dengan domisili perusahaan berada di Plaza Marein Lt.17 Unit B, Jl. Jendral Soedirman Kav 76-78 Jakarta Selatan. Konsentrasi bisnis PT XYZ adalah pada jenis usaha *Real Estate* yaitu menjadi *Developer* dan Kontraktor. Rencana bisnis properti ini sudah diluncurkan oleh pemilik perusahaan sejak tahun 2010 dan sejak itu pula secara tidak resmi, pemilik perusahaan mulai melakukan investasi pembelian lahan-lahan yang diproyeksikan akan menjadi cikal bakal usaha awal dari PT XYZ ini.

Sampai akhir tahun 2012 ini PT XYZ sudah meluncurkan 2 (dua) proyek properti di Jakarta yaitu :

1. Ruko Kedoya Raya yang merupakan proyek Rumah Toko (Ruko) sebanyak 7 (tujuh) unit yang berlokasi di Jl. Kedoya Raya No.2A. Proyek ini siap jual di Desember 2012.
2. Casaviia Town House at Kemang. Proyek ini merupakan proyek *town house* sebanyak 14 (empat belas) unit yang berlokasi di Kemang Selatan I No.7A. Sampai Juli 2012 sudah sampai pada tahap persiapan marketing office dan material marketing seperti website (www.casaviia.com), brosur, dan lain-lain.

Proyek-proyek yang sedang masuk persiapan gambar dan perhitungan biaya adalah Condotel di Seminyak Bali dan Komplek Villa di Ubud Bali. Proyek pembangunan lain adalah menjalankan proyek renovasi di beberapa lokasi antara lain :

1. Renovasi pabrik gula di PT MT, Makasar
2. Renovasi terminal batubara, TCT, Kalimantan Timur
3. Renovasi Hotel Lumire, Jakarta

Tulisan ini hanya akan membahas kelayakan proyek Ruko Kedoya secara pasar dan finansial. Proyek Ruko Kedoya merupakan proyek pertama dari PT XYZ yang bersifat *design and build*, yang artinya perusahaan membangun dan menjual proyek ruko ini kepada pembeli. Proyek Ruko ini berdiri di Jl. Kedoya Raya No.2A dimana dahulu berdiri bengkel mobil dan beberapa toko kelontong kecil. Proyek Ruko ini membangun

sebanyak 7 unit dengan luasan total area proyek adalah 873 m².

4.2. Analisa Pasar

Estimasi biaya pembangunan ruko sekitar Rp 1.800.000,- (satu juta delapan ratus ribu rupiah) sampai dengan Rp. 2.500.000,- (dua juta lima ratus ribu rupiah) per m². Nilai estimasi ini didapat dari pengalaman pemilik perusahaan membangun rumah dan informasi dari kontraktor.

Berdasar survei lokasi dan area sekitarnya, ditemukan beberapa hal menarik antara lain :

- Daerah Kedoya sedikit banyak terpengaruh oleh peningkatan nilai tanah area kembangan, puri dan sekitarnya. Sesuai peta lokasi, posisi Kedoya yang masih dekat dengan Puri (rencana CBD) membuat harga tanah naik pesat dalam beberapa waktu terakhir. Berdasarkan survei harga pada beberapa penjual tanah sekitar lokasi, harga jual tanah saat ini berkisar di Rp. 6.000.000, sampai Rp 8.000.000,- per m².
- Jumlah ruko di area kedoya sangat sedikit sementara banyak rumah rumah beralih fungsi menjadi tempat usaha sehingga terkesan berantakan dan tidak terurus. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus RW setempat yang juga merupakan anggota DPRD, diperoleh informasi bahwa pemerintah setempat berencana membenahi kondisi ini dengan menertibkan rumah-rumah yang beralih fungsi menjadi tempat usaha sekaligus merumuskan kebijakan baru untuk merubah peruntukan wilayah yang sebelumnya hunian menjadi usaha.
- Kisaran harga ruko sejenis di sekitar Kedoya, Puri, Kembangan variatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu agent properti "Eastons" Puri, kisaran harga ruko sejenis memiliki nilai jual yang sama dengan ruko kedoya, yaitu sekitar Rp. 3 Miliar sampai dengan Rp. 7 Miliar rupiah untuk 200 m² – 300 m².

Guna melengkapi informasi mengenai perbandingan harga pasaran ruko di daerah Kedoya dan sekitarnya dilakukan survei terhadap calon penjual ruko sejenis. Survei dilakukan dengan kriteria bahwa ruko merupakan ruko baru, dan berada dalam lingkup area Kedoya dan sekitarnya. Hasil survey tersebut dapat dipetakan beberapa hal sebagai berikut :

Pada area Kedoya hanya ada 1 ruko baru milik kompetitor yang baru akan dijual, sementara ruko lain berada di area sekitar kedoya yaitu berada

di sisi Jalan Tol Jakarta – Tangerang dan ruko lama berada di daerah Puri Indah. Beberapa data penawaran harga ruko tersebut adalah :

- Ruko yang letaknya kurang lebih 100 meter dari rencana proyek ruko PT XYZ (dengan status Wisma Besar (hunian) dan mempunyai luasan tanah 132 m² serta luasan bangunan 247,5 m² dengan 3 lantai), dibuka dengan harga penawaran senilai Rp. 3.500.000.000,- (tiga miliar lima ratus juta rupiah).
- Ruko yang letaknya di sisi Jalan Tol Jakarta – Tangerang, yang memiliki akses keluar Kembangan (dengan status lahan adalah Wisma Dagang, dan mempunyai luasan tanah 80 m² dan luasan bangunan 240 m² dengan 3 lantai), dibuka dengan harga penawaran senilai Rp. 6.200.000.000,- (enam miliar dua ratus juta rupiah). Luasan tanah ruko ini kecil, tanpa area parkir. Area parkir ruko ini merupakan area bersama dan dikelola oleh kantor pengelola.
- Ruko yang bersebelahan dengan ruko di atas (di sisi jalan Tol Jakarta – Tangerang), dengan luasan yang sama, memiliki harga sedikit lebih rendah yaitu Rp. 6.000.000.000,- (enam miliar rupiah).
- Ruko lain yang letaknya di sisi jalan Tol Jakarta – Tangerang tepat di sebelah Puri Bugar memiliki harga jual termahal yaitu Rp. 8.000.000.000,- (delapan miliar rupiah). Ruko tersebut memiliki luasan tanah 80 m² dan luas bangunan 280 m² dengan 3,5 lantai.

Dapat disimpulkan bahwa aspek pasar Ruko Kedoya memiliki potensi untuk menjadi proyek bisnis yang menguntungkan perusahaan dan juga menguntungkan pembeli baik investor maupun pemakai langsung.

4.3. Analisa Finansial

Ada 2 (dua) faktor utama dalam melakukan analisa finansial, yaitu pemasukan dan pengeluaran/biaya perusahaan. Pada tulisan ini dilakukan persamaan persepsi waktu analisa dengan pendekatan nilai uang antara waktu terjadinya transaksi yang melibatkan komponen-komponen pada dua faktor utama tersebut di atas.

Pengeluaran perusahaan merupakan komponen biaya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam merencanakan, membangun dan proses penjualan proyek ruko tersebut. Komponen biaya biaya tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rencana Pengeluaran Perusahaan

PENGELUARAN		
TGL	KETERANGAN	NILAI
Apr-11	Biaya pembelian lahan, pajak, notaris, dokumen (B)	4.279.165.790
Nov-11	Biaya Desain dan Perhitungan Ruko (C)	33.180.000
Nov-11	Biaya Perizinan Bangunan (D)	40.500.000
Jan-12	Biaya peningkatan status lahan (E)	1.000.000.000
Jan-12	Biaya pemisahan awal (F)	8.000.000
Des-13	Biaya pemisahan kembali bunker (G)	561.000.000
Apr-12	Biaya pembangunan ruko tahap 1 (H)	661.600.000
Agust-12	Biaya pembangunan ruko tahap 2 (I)	995.400.000
Ok-12	Biaya pembangunan ruko tahap 3 (J)	829.500.000
Des-12	Biaya pembangunan ruko tahap 4 (K)	829.500.000
		9.239.845.790

Sampai Juli 2012 belum ada penerimaan uang masuk untuk perusahaan dari hasil penjualan unit ruko. Hal ini disebabkan karena banyak peminat calon pembeli mempertanyakan komitmen pembangunan ruko. Kondisi ini dapat dimaklumi karena calon pembeli meragukan kredibilitas nama developer yang memang baru berdiri setahun lalu dan bukanlah developer besar. Sementara untuk harga jual tidak ada masalah bagi calon pembeli karena memang harga jual ruko ini bersaing dengan ruko ruko sejenis di sekitar area Kedoya, Kembangan.

Berdasarkan masukan dan saran dari tenaga pemasaran, akhirnya perusahaan memutuskan untuk membangun terlebih dahulu ruko sambil secara bersamaan tenaga pemasaran melakukan penjualan dan bisa menunjukkan kepada calon pembeli progress atau kemajuan dari proyek ruko tersebut. Dalam studi kelayakan ini, diasumsikan bahwa seluruh transaksi penjualan baru terjadi di Desember 2013. Adapun nilai penjualan masing masing unit adalah mengacu list harga / price list di Maret 2012, dan diasumsikan tidak mengalami perubahan.

Asumsi penjualan saat Desember 2013 adalah penjualan tunai keras, sehingga diperoleh perkiraan pendapatan dari penjualan seluruh ruko adalah Rp. 18.700.000.000,- (Delapan belas miliar

tujuh ratus juta rupiah). Asumsi penjualan memakai nilai tunai keras karena akan dibandingkan antara pengeluaran dengan pemasukan yang terkecil.

Nilai uang baik pemasukan maupun pengeluaran perusahaan berada dalam kurun waktu yang berbeda dan bervariasi. Oleh karena itu perlu dilakukan penyamaan waktu perhitungan, dan dilakukan perhitungan pada bulan Agustus 2012. Hal ini dilakukan untuk memudahkan melakukan perbandingan yang adil. Pada bulan Agustus 2012 digunakan suku bunga sebesar 6% per tahun atau 0,5% per bulan. Asumsi ini didasarkan pada data Badan Pusat Statistik yang menyebutkan tingkat inflasi nasional pada tahun 2011 adalah 3,79%. (<http://ekonomi.inilah.com/read/detail/1814126/inflasi-2011-capai-379>). Rincian perkiraan pendapatan perusahaan seperti tercantum pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rencana Pemasukan dari Penjualan Ruko

PEMASUKAN		
TGL	KETERANGAN	NILAI
Des-13	Penjualan Ruko (A)	
	unit 2A	2.952.500.000
	unit 2B	2.465.000.000
	unit 2C	2.550.000.000
	unit 2D	2.592.500.000
	unit 2E	2.656.250.000
	unit 2F	2.720.000.000
	unit 2G	2.783.750.000
		18.700.000.000

Satuan waktu yang menjadi acuan adalah bulan sehingga suku bunga menjadi bunga bulanan. Dengan nilai acuan bulan Agustus, maka semua nilai pemasukan dan pengeluaran di tarik ke Agustus 2012. Nilai pemasukan perusahaan bulan Agustus menjadi Rp. 17.265.710.000,00 dan nilai pengeluaran menjadi Rp. 9.062.378.905,00. Sehingga didapatkan nilai NPV proyek ini adalah $NPV = 17.265.710.000,00 - 9.062.378.905 = Rp. 8.203.331.094,18 (+ \text{Positif})$

Tabel 3. Penerimaan yang ditarik ke Agustus 2012

TGL	KETERANGAN	NILAI	T' ke	RUBAHAN	PERHITUNGAN	NILAI DISKONDISI
Des-13	Penjualan Ruko (A)		18	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$		
Des-13	unit 2A	2.952.500.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.952.500.000 * 0,6233$	1.860.977.250,00
Des-13	unit 2B	2.465.000.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.465.000.000 * 0,6233$	1.537.504.500,00
Des-13	unit 2C	2.550.000.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.550.000.000 * 0,6233$	1.589.415.000,00
Des-13	unit 2D	2.592.500.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.592.500.000 * 0,6233$	1.616.600.250,00
Des-13	unit 2E	2.656.250.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.656.250.000 * 0,6233$	1.657.915.625,00
Des-13	unit 2F	2.720.000.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.720.000.000 * 0,6233$	1.694.376.000,00
Des-13	unit 2G	2.783.750.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$	$P = 2.783.750.000 * 0,6233$	1.730.236.375,00
		18.700.000.000				17.265.710.000,00

Tabel 4. Pengeluaran yang ditarik ke Agustus 2012

TGL	KETERANGAN	NILAI	*" ke Agst'12	RUMUSAN	PERHITUNGAN	NILAI DI AGUSTUS 2012
Apr-11	Biaya pembelian lahan pajak, notaris, dokumen (B)	4.279.165.750	16	$F = P / (F/P, 0,5\%, 16)$	$F = 4.279.165.750 * 1,0831$	4.634.764.423,83
Nop-11	Biaya Desain dan Perhitungan Ruko (C)	33.180.000	9	$F = P / (F/P, 0,5\%, 9)$	$F = 33.180.000 * 1,0459$	34.702.962,00
Nop-11	Biaya Penunjan Bangunan (D)	40.500.000	9	$F = P / (F/P, 0,5\%, 9)$	$F = 40.500.000 * 1,0459$	42.358.950,00
Jan-12	Biaya peningkatan status lahan (E)	1.000.000.000	7	$F = P / (F/P, 0,5\%, 7)$	$F = 1.000.000.000 * 1,0355$	1.035.500.000,00
Jan-12	Biaya pemasaran awal (F)	8.000.000	7	$F = P / (F/P, 0,5\%, 7)$	$F = 8.000.000 * 1,0355$	8.284.000,00
Apr-12	Biaya pembangunan ruko tahap 1 (H)	663.600.000	4	$F = P / (F/P, 0,5\%, 4)$	$F = 663.600.000 * 1,0202$	677.004.720,00
Agust-12	Biaya pembangunan ruko tahap 2 (I)	995.400.000	0	Nilai saat ini	$P = 995.400.000$	995.400.000,00
Okt-12	Biaya pembangunan ruko tahap 3 (J)	829.500.000	2	$P = F / (P/F, 0,5\%, 2)$	$P = 829.500.000 * 0,9901$	821.287.950,00
Des-12	Biaya pembangunan ruko tahap 4 (K)	829.500.000	4	$P = F / (P/F, 0,5\%, 4)$	$P = 829.500.000 * 0,9801$	813.075.900,00
Des-13	Biaya pemasaran komisi broker (G)	561.000.000	16	$P = F / (P/F, 0,5\%, 16)$	$P = 561.000.000 * 0,9233$	517.971.300,00
		8.239.845.750				9.062.378.905,83

Nilai investasi perusahaan diperoleh sebesar Rp. 16.799.461.941,85. Hasil penjualan Ruko di bulan Desember 2013 diperkirakan sebesar Rp. 18.700.000.000,00.

Tabel 5. Pertumbuhan Nilai Perusahaan di Desember 2013 dengan MARR 30%/tahun

TGL	KETERANGAN	NILAI	" ke Des'13	RUMUSAN	NILAI DI DESEMBER 2013	NILAI DI DESEMBER 2013
Apr-11	Biaya pembelian lahan pajak, notaris, dokumen (B)	4.279.165.750	24	$F = P / (F/P, 30\%, 24)$	$F = 4.279.165.750 * 2,0288$	8.680.426.478,83
Nop-11	Biaya Desain dan Perhitungan Ruko (C)	33.180.000	25	$F = P / (F/P, 30\%, 25)$	$F = 33.180.000 * 1,0509$	34.912.402,00
Nop-11	Biaya Penunjan Bangunan (D)	40.500.000	25	$F = P / (F/P, 30\%, 25)$	$F = 40.500.000 * 1,0509$	42.662.950,00
Jan-12	Biaya peningkatan status lahan (E)	1.000.000.000	23	$F = P / (F/P, 30\%, 23)$	$F = 1.000.000.000 * 1,7804$	1.780.400.000,00
Jan-12	Biaya pemasaran awal (F)	8.000.000	23	$F = P / (F/P, 30\%, 23)$	$F = 8.000.000 * 1,7804$	14.243.200,00
Des-12	Biaya pemasaran komisi broker (G)	561.000.000	0	$F = P / (F/P, 30\%, 0)$	$F = 561.000.000$	561.000.000,00
Apr-12	Biaya pembangunan ruko tahap 1 (H)	663.600.000	26	$F = P / (F/P, 30\%, 26)$	$F = 663.600.000 * 1,2806$	1.000.374.560,00
Agust-12	Biaya pembangunan ruko tahap 2 (I)	995.400.000	26	$F = P / (F/P, 30\%, 26)$	$F = 995.400.000 * 1,2816$	1.277.874.800,00
Okt-12	Biaya pembangunan ruko tahap 3 (J)	829.500.000	24	$F = P / (F/P, 30\%, 24)$	$F = 829.500.000 * 1,2430$	1.172.581.500,00
Des-12	Biaya pembangunan ruko tahap 4 (K)	829.500.000	22	$F = P / (F/P, 30\%, 22)$	$F = 829.500.000 * 1,3348$	1.108.384.500,00
		8.239.845.750				18.775.471.541,85

Hasil perhitungan berikutnya, didapati bahwa dengan asumsi MARR sebesar 33% / tahun, nilai investasinya seharusnya sebesar Rp. 17.821.571.894,-, sedangkan dengan asumsi MARR 36% / tahun, nilai investasinya seharusnya sebesar Rp. 18.957.188.846,-. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek pembangunan dan penjualan Ruko Kedoya oleh PT XYZ mempunyai nilai IRR sebesar antara 33% - 36% per tahun sejak biaya awal dikeluarkan (April 2011) sampai dengan penjualan ruko (Desember 2013). Perhitungan berdasarkan rumusan interpolasi, didapatkan bahwa IRR dari proyek Ruko ini adalah 2,94% per bulan atau 35,32% per tahun.

Dari ketiga perhitungan di atas, rencana pembangunan dan penjualan Ruko Kedoya menghasilkan perhitungan yang positif. Apabila mengacu pada penelitian terdahulu tentang studi kelayakan pembangunan perumahan yang memiliki IRR dibawah 25%, maka pembangunan Ruko Kedoya lebih menguntungkan karena memiliki IRR yang lebih tinggi yaitu sebesar 35,32%.

4.4. Analisa Sosial Ekonomi

Lingkungan sekitar Ruko merupakan campuran antara rumah hunian dengan tempat usaha

berupa toko kelontong, makanan, bengkel, dan lain lain. Wilayah sekitar yang letaknya dipelosok dalam gang, masih berupa hunian permanen. Masyarakat bersifat heterogen dari berbagai suku, agama, tidak didominasi oleh etnis tertentu, dan telah berbur satu sama lain. Selama ini tidak pernah terjadi adanya gesekan-gesekan antar masyarakat.

Tingkat ekonomi masyarakat sekitar proyek bervariasi dari berpenghasilan rendah hingga berpenghasilan tinggi. Masyarakat berpenghasilan rendah – sedang, merupakan karyawan kantor dan tinggal di pelosok gang jalan raya, sementara masyarakat kelas atas menempati hunian diseborang proyek yaitu Puri Kedoya. Ditemukan beberapa kelompok organisasi masyarakat sekitar proyek yang mengurus masalah parkir, tenaga kerja kasar, dan sebagainya.

Secara sosial, lingkungan sekitar proyek Ruko Kedoya menerima kehadiran proyek tersebut dan menaruh harapan bahwa jika proyek telah selesai dan menjadi suatu area perdagangan yang baru, dapat membawa perubahan positif bagi masyarakat sekitar. Sementara secara ekonomi, masyarakat menaruh harapan atas proyek ruko ini karena akan menaikkan nilai ekonomi dan bisnis sekitar lokasi dan dapat membuka lapangan kerja

dan peluang usaha dalam mendukung kehadiran ruko tersebut. Sehingga Proyek Ruko Kedoya berpeluang besar untuk diterima oleh masyarakat sekitar dan mempunyai nilai sosial dan ekonomi yang tinggi bagi lingkungan sekitar.

V. KESIMPULAN

1. Posisi Kedoya dekat dengan wilayah Puri, yaitu wilayah yang terus mengalami peningkatan harga tanah yang pesat, dilain pihak jumlah ruko di area kedoya masih sangat sedikit sementara banyak rumah beralih fungsi menjadi tempat usaha sehingga terkesan berantakan dan tidak terurus. Sehingga dari aspek pasar, Proyek Ruko Kedoya memiliki prospek yang sangat baik.
2. Proyek Ruko Kedoya mampu memberikan keuntungan sebesar Rp. 8.203.331.094,18 (delapan miliar dua ratus tiga juta tiga ratus tiga puluh satu ribu sembilan puluh empat rupiah delapan belas sen) di Agustus 2012.
3. Proyek Ruko Kedoya mampu menghasilkan nilai invetasi kembali (IRR) sebesar 35,32% per tahun. Nilai ini masih lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan investasi di bidang perbankan.
4. Proyek Ruko Kedoya berpotensi besar untuk bisa diterima oleh masyarakat sekitar karena mampu meningkatkan nilai dari lingkungan Kedoya dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dari aspek sosial dan ekonomi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Yeni Wiska.2010. Analisis Pemilihan Alternatif Investasi Pemanfaatan Gedung Legian Plaza, Bali. (Seminar Nasional Manajemen Teknologi XI). Program Studi MMT, Institut Teknologi Surabaya. Surabaya.
- Davidson Jeff. 2008. Penuntun 10 Menit : Manajemen Proyek. Andi Offset. Yogyakarta.
- Djatzmiko, M Budi. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Thabi'Press. Bandung
- Kadariah, Lien Karlina (dan Clive Gray). 1986, Pengantar Evaluasi Proyek, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Khotimah, Khusnul. et al. 2002. Evaluasi Proyek dan Perencanaan Usaha. Ghalia Indonesia & UMM Press. Malang.
- Kondoatie, Robert J. 1995. Analisis Ekonomi Teknik. Andi Offset. Yogyakarta.
- Margaretha, Ellen. 1997. Studi Kelayakan terhadap Pemangunan Ruko CV Karya Abadi Ditinjau dari Aspek Pasar dan Aspek Keuangan. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Mulyadi, Indra. (2011), Studi Kelayakan Pembangunan Perumahan PT. Darmatama Indonesia, Skripsi Departemen Teknik Industri, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Ratnawati, Hermin. 2007. Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan Usaha Perumahan (Studi pada Perumahan Kaligayam Regncy, Turen). Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra., Surabaya.
- Ristono, Agus; Puryani. 2011. Ekonomi Teknik. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Salvatore Dominic. 2005. Ekonomi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta.
- Soeharto, Iman. 2002. Studi Kelayakan Proyek Industri. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Taufik Amir, M. 2011. Management Strategic : Konsep dan Aplikasi. Rajawali Pres. Jakarta.

SIMBOLISASI SEKSUALITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN “SEGAR SARI SUSU SODA” VERSI JULIA PEREZ

Tri Diah Cahyowati

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

e-mail: cahayadara@gmail.com

ABSTRACT

This article discuss about sexuality symbolization toward woman in an ad “Segar Sari Susu Soda”, Julia Perez version. The study employed semiotics by John Fiske which showed the woman status in the advertisement as a contradictory of emotional pressure in the form of sensuality. The sensuality mask in the ad revealed as commodification which value is higher than the utility value of the product. The concern is on the consideration of the sensuality showed in the ad will affect the socio-cultural value, especially pertaining western culture that we adopt, as well as the ethic and religion. Therefore, sexuality is rather seen as biological aspect as sexual desire than considering the contrast between human beings and animal in term of intelligence.

Keywords: *women in an ad, sexuality, semiotics*

ABSTRAK

Jurnal ini membahas mengenai simbolisasi seksualitas perempuan pada iklan “Segar Sari Susu Soda” versi Julia Perez. Dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske yang akan menunjukkan kedudukan wanita dalam iklan “Segar Sari Susu Soda” merupakan bentuk penentangan dari segala tekanan emosional, dengan menggunakan kedok atau topeng sensualitas. Dan topeng sensualitas tersebut menjadi komodifikasi yang melebihi nilai guna barang produksi yang diiklankan. Sehingga yang ditakutkan hanyalah apabila sensualitas itu dibiarkan bahkan diperjual-belikan, tanpa sadar akan merusak karakter seksualitas dalam segi sosiokultural, khususnya di budaya ketimuran, dan merusak nilai etika bahkan agama. Sehingga seks hanyalah dipandang sebagai suatu biologis semata yang tidaklah membedakan antara kita sebagai manusia yang berakal budi, atau hanya sebagai binatang yang bernapsu birahi semata.

Key Word: **Perempuan dalam Iklan, Seksualitas, Semiotika**

PENDAHULUAN

Iklan sendiri tidak hanya menjelma di dalam televisi, namun juga diberbagai media konvensional lainnya seperti koran, majalah, radio; bahkan merambah ke media baru internet. Penampakan dalam iklan sendiri tidak dipungkiri telah menjadi tuntunan bagi masyarakat yang melihatnya. Sehingga iklan dijadikan sebagai standar kehidupan manusia yang diukur menurut tampilan iklan-iklan yang ada. Perempuan sebagai objek media massa merupakan kenyataan ketidakadilan gender yang dialami perempuan dalam masyarakat. Menurut Myra Diarsi akar ketidakadilan gender berkaitan dengan budaya laki-laki patriarki. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa laki-laki menjadi subjek dengan kekuatannya, sedangkan perempuan sebagai objek yang lemah dan dipojokkan (Diarsi, 2001:32).

Dalam penelitian ini memaparkan bagaimana iklan media mensimbolisasikan

perempuan yang direndahkan, dalam hal ini sangat jelas bahwa perempuan dieksploitasi untuk kepentingan komersil dengan tampilan karakter visualnya direkayasa sedemikian rupa diperlihatkan kepada publik pembacanya. Dalam iklan ada yang mencerminkan realitas (Noviani, 2002), iklan menyediakan gambaran tentang realitas, sekaligus mendefinisikan keinginan dan kemauan individu. Dalam bahasa Judith Williamson (1991) iklan adalah faktor budaya yang penting membentuk dan merefleksikan kehidupan manusia sehari-hari. Iklan di media massa bukan lagi elemen pelengkap sistem industrialisasi dan kapitalisme melainkan telah menjadi salah satu instrument paling vital, karena telah terbukti mempunyai kekuatan dahsyat untuk membujuk nafsu dan hasrat (*desire*) konsumen terhadap produk barang maupun jasa, dimasyarakat melalui serangkaian asosiasi-asosiasi ideologi citra yang dibangunnya (Kasiyan, 2008 : 2).

Iklan di media massa tanpa kita sadari berperan membangun ideologi citra produk yang ditawarkan itu kerap kali menggunakan sistem tanda atau bahasa yang banyak bersinggungan dengan nilai-nilai ideologi tertentu. Ideologi yang dimaksud adalah ideologi gender, terutama yang paling dikenal dengan eksploitasi perempuan sebagai sistem tandanya. Sudah menjadi pemahaman klasik bahwa hampir setiap media baik media cetak maupun elektronik, untuk kepentingan menawarkan produk apapun, nyaris tidak pernah lepas dari penggunaan figure perempuan.

Di dalam kehidupan sehari-hari, perempuan banyak digunakan dalam iklan. Keterlibatan tersebut didasari 2 faktor utama, yaitu ; pertama, bahwa perempuan adalah pasar yang sangat besar dalam industri, yang dimaksud adalah produk untuk perawatan pribadi seperti produk kosmetik. Sedangkan bagi laki-laki, produk perawatan pribadi tidaklah sebanyak yang dikhususkan bagi perempuan. Faktor kedua adalah perempuan dipercaya mampu menguatkan elemen agar iklan mempunyai unsur menjual. Karena membuat sebagai unsur menjual sehingga menghasilkan keuntungan, maka penggunaan perempuan dalam iklan tampaknya merupakan sesuatu sejalan dengan ideologi kapitalisme. (Widyatama, 2007:41-42).

Pemakaian perempuan dalam iklan cukup lama dilakukan sekalipun baru tahun 1970-an mendapat perhatian. Menurut Sita Van Bammellen (1992), khususnya terhadap iklan-iklan di Barat telah membuktikan bahwa perempuan ada di rumah, tergantung pria, diperlihatkan dalam sedikit profesi, dan ditampilkan sebagai objek seksual. Singkatnya, perempuan banyak digambarkan dalam stereotip tradisional yang cenderung merendahkan posisi perempuan dihadapan laki-laki. Perempuan masih diperlihatkan dalam sosok subordinasi pria, terbatas, lemah dan lebih banyak diperlihatkan sisi fisik dan objek seksual, serta ada di dalam dunia domestik.

Umumnya, perempuan dalam iklan televisi disimbolkan berwajah cantik, kulitnya lembut, bersih dan berseri. Tetapi konstruksi kecantikan pada iklan tidak hanya pada wajah saja, namun juga pada bentuk tubuh. Seseorang perempuan cantik bila memiliki tubuh ramping dan ideal. Iklan televisi juga sering sekali membuat perempuan cantik tersebut melakukan gerak-gerik dan pose-pose sensual. Seperti yang akan ditelisik dalam penelitian ini, yaitu iklan produk minuman penyegar dengan menggunakan artis Julia Perez sebagai pemerannya. Melalui iklan tersebut dengan bahasa verbal maupun non verbal tentu

dapat terlihat dengan jelas penempatan Julia Perez sebagai objek seksualitas, melalui kemolekan tubuh, serta gerak tubuhnya. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini mengangkat tentang **SIMBOLISASI SEKSUALITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN SEGAR SARI SUSU SODA VERSI JULIA PEREZ**

TINJAUAN TEORITIS

Daya Tarik Pesan Dalam Iklan Televisi

Iklan tidak bisa lepas dari konsep komunikasi persuasi. Secara persuasif iklan berusaha mempengaruhi sasarannya secara langsung serta terus-menerus mendorong atau merubah tingkah laku kelompok sasarannya seperti yang dikehendaki. Secara sengaja ide yang dilakukan oleh pengiklan dibuat dengan sajian yang secara persuasif mempengaruhi persepsi dan pandangan khalayak sasaran sehingga kesan terhadap iklan itu tertanam kuat. Menurut Astrid S Susanto dalam Hagijanto (2000), "ide yang diajukan dalam iklan haruslah bersifat seleksi terhadap daya tarik yang dapat diberikan oleh barang atau jasa yang dianjurkan, yaitu motivasi daya menarik yang dapat menghubungkan kebutuhan individu (komunikasikan) dengan jasa atau barang yang dianjurkan".

Di dalam mal atau supermarket, akan tampak tebaran produk yang beraneka ragam, satu dengan lainnya saling berlomba dalam daya tarik kemasan atau visual merchandise-nya, hal ini membuat khalayak menjadi bingung untuk menentukan pilihannya. "Akhirnya keputusan untuk menentukan pilihan produk (bila tidak punya *brand minded*) adalah dari referensi dalam benaknya. Berlakulah konsep, bahwa produk yang dipilih adalah produk yang memenangkan '*battle of mind*' dalam diri khalayak. Selain dari faktor kualitas produk dan distribusinya, cara untuk memenangkan '*battle of mind*' adalah dengan cara membuat produk mampu bertahan di posisi teratas dengan bantuan stimuli- stimuli yang menyentuh nuansa daya tarik calon konsumennya" (Hagijanto, 2000).

Maka dari itu iklan pun berkiblat pada pemasaran. Itu sebabnya, "iklan senantiasa menggarisbawahi kepuasan konsumen - parameternya untuk meningkatnya penjualan, hal ini dianggap wajar mengingat biaya promosi menyedot anggaran yang tidak sedikit" (M Suyanto, 2004). Bagi kalangan pemasaran, promosi dipercaya merupakan alat komunikasi efektif antara produsen dan konsumen. Sebagai alat komunikasi penyampai pesan tertentu, promosi

bertugas menarik simpati masyarakat konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Mulyana dalam Wibowo (2003), “Kebanyakan iklan di media massa merupakan reproduksi stereotip peran tradisional kaum wanita. Pria dan wanita digambarkan sebagai dua makhluk yang memiliki dunia yang berbeda”. Dengan kata lain dapat pula terlihat bahwa wanita digambarkan hanya peduli dengan rumah tangga dan penampilan fisik mereka. Sedangkan, kepedulian lelaki dikesankan hanya diser bisnis, mobil atau olah raga. Iklan produk kecantikan (bedak, deodorant, shampoo, pasta gigi atau sabun mandi), melukiskan bahwa setelah produk ini dipakai sang tokoh wanita, maka ia akan menjadi santapan mata lelaki. Dalam hal ini memang dapat mengesankan bahwa iklan diciptakan semata-mata demi kepuasan lelaki. “Kondisi ini makin dipertegas oleh otoritas media massa yang sangat leluasa “membuat” wanita-sejauh mana ia berjalan-pada akhirnya harus kembali hanya menjadi “milik” pria”. Oleh karena itu, wanita mesti tampil cantik, menarik, bersih, sehat dan pandai memasak. Sementara itu, “kaum pria sendiri tak pernah merasa bahwa sebenarnya ia sedang berhadapan dengan “wanita palsu” (yang memainkan “peran palsu” di lingkungan yang juga “palsu)”, (Wahyu Wibowo, 2003).

Dapat terlihat pula adanya penggunaan daya tarik fisik perempuan dalam iklan seperti halnya pada beberapa iklan yang memanfaatkan daya tarik fisiknya yang seolah menggambarkan direndahkannya martabat kaum wanita dalam iklan media massa seperti yang ditayangkan televisi, dengan adanya penonjolan unsur seksualitas wanita demi menarik perhatian kaum pria dan memuaskan selera inderawi saja, diantaranya sebagai berikut :

- a. Sebuah iklan produk kecantikan bagi wanita dalam sebuah televisi swasta menyebutkan bahwa setelah memakai produk tersebut, pria-pria menempel seperti perangko.
- b. Iklan lain tentang *body lotion* melukiskan bahwa seorang gadis belia yang tadinya diabaikan seorang pria kini diperhatikan pria tersebut karena kulitnya menjadi halus sebagai hasil penggunaan produk itu.
- c. Bahkan penggunaan kopi susu merk tertentu pun berani menampilkan sosok model wanita yang memiliki postur tubuh seksi mengenakan pakaian minim dengan sedikit menonjolkan bagian tubuh sensitif wanita.
- d. Iklan sabun mandi yang selalu menampilkan adegan mandi dan lekuk-lekuk tubuh seksi para bintangnya. Sama dengan iklan obat pemutih kulit.

- e. Adegan pacaran dalam sebuah iklan yang menggambarkan betapa mudahnya kaum wanita tergoda terhadap kaum pria yang menggunakan produk tertentu. Dengan visualisasi di sebuah iklan parfum dimana terdapat adegan di dalam sebuah lift, para wanita menjadi aktif terhadap pria yang memakai parfum, sehingga terbangkitkan gairah seksualnya yang disebabkan oleh aroma parfum pria tersebut.
- f. Penggambaran iklan lainnya seperti kontur tubuh (iklan peralatan aerobik), kemilau rambut (iklan sampo), rekahan bibir (iklan lipstik), atau bahkan hubungan suami-istri (iklan obat kuat).

Keberadaan Perempuan dalam Iklan

Tidak dapat dipungkiri dalam dunia iklan penuh dengan figur-figur perempuan. Sosok perempuan seringkali (sengaja) dimunculkan dalam iklan, meskipun kadang-kadang atau bahkan sama sekali tidak ada kaitannya dengan dunia perempuan. Namun tetap saja sosok perempuan itu “dipaksa” untuk tampil dengan segala kecantikannya, perilakunya, perannya dan kelebihan lainnya, dengan tujuan untuk merebut perhatian khalayak atau sekedar unsur dekoratif supaya iklan terlihat menarik atau justru memberdayakan perempuan secara positif.

Namun dalam iklan media massa (Indonesia), perempuan justru digambarkan sebagai objek seksual. Bagian-bagian tubuh perempuan seringkali ditampilkan secara seronok sebagai simbol sensualitas sesuai dengan produk yang diiklankan. Tidak jarang tubuh perempuan tampil sebagai simbol kenikmatan pada produk minuman, kenyamanan produk mobil dan produk furniture, sampai sensualitas produk parfum. Menurut Martadi dalam Kussianto (2006), “Perempuan teramat jarang ditampilkan sebagai subjek, seperti figur karier, pekerja, pemberi pendapat dan sebagainya”

Proses rekayasa dalam iklan untuk perempuan, seperti yang dapat diamati selama ini, baik dalam televisi, surat kabar, majalah, maupun radio, sudah sedemikian kuatnya bahkan cenderung vulgar dan sering tidak relevan dengan produk yang dijual. Pada beberapa jenis iklan tertentu, citra yang terbentuk bahkan lebih kuat unsur pornografisnya dari pada mengekspresikan kelebihan produk yang dimaksud. Kesan tersebut dapat dibentuk dari berbagai komponen iklan, misalnya unsur verbal (ucapan atau teks iklan) dan unsur visual atau gambar. Dalam unsur visual misalnya konstruksi makna sebagai ekspresi cita rasa, lebih banyak mengeksploitasi tubuh perempuan sebagai alat manipulasi, yang ditunjukkan sebagai tanda dari

simbol-simbol tertentu yang stereotipe ada pada diri perempuan. Misalnya keanggunan, kelembutan, kelincahan dan keibuan.

Perempuan sering menjadi alternatif pilihan sebagai objek yang dapat menciptakan daya tarik serta membangun citra. Bisa dilihat bahwa hanya untuk mengiklankan sebuah produk otomotif, perempuan pun dipilih dengan kostum yang sedikit sensual, atau menampakkan perempuan dengan pakaian serba ketat dan bahkan dapat terlihat seksi pada penampilannya, serta dengan pose atau gaya yang erotis dimunculkan sebagai pendamping produk. Ada pula iklan permen yang diidentikkan dengan sebuah tarian tango, yang menampakkan perempuan dengan berbagai pose erotis.

Perempuan memang telah menjadi fenomena komoditas yang tak terelakkan dalam kancah komunikasi iklan. "Perempuan telah menjadi sarana legitimasi daya tarik terhadap aktualisasi nilai produk. Sebuah produk yang pada kenyataannya mempunyai fungsi yang general, telah dikomunikasikan tidak lagi bersifat fungsional tetapi sudah bergeser kearah konsep gender". Seperti halnya "Feminitas atau maskulinitas seringkali menjadi ajang manifestasi untuk membuat komoditi atau produk mempunyai nilai tertentu, seperti: 'jantan', 'maskulin', 'eksklusif', Pemberani telah menjadi idiom yang dimiliki oleh komoditi seperti otomotif, dan lain sebagainya". Namun dapat pula dijadikan sebagai komoditi yang dekat dengan wilayah feminitas.

Bisnis periklanan tampaknya akan terus menerus berhadapan dengan segala macam bentuk kritik apabila eksplorasi dan eksploitasi perempuan hanya sebatas peran seksualnya. "Sehingga periklanan tidak lebih dari sekedar perpanjangan tangan kapitalisme, yang menghalalkan segala cara demi meraih keuntungan sebesar-besarnya, menjadikan tubuh perempuan sebagai komoditas tanpa peduli peran-peran produktif perempuan sebagai subyek" (Kussianto Mulyono, 2006).

Sensualitas pada Perempuan

Beberapa definisi sederhana dari sensualitas: sifat/karakter yang sensual atau sesuatu yang menimbulkan birahi, sesuatu yang diandalkan untuk memuaskan selera/nafsu jasmaniah, suatu keasyikkan yang berlebihan karena tubuh dan kepuasan atas birahinya. (webster dictionary, dalam Kussianto (2006).

"Sensual sebenarnya bermaksud memenuhi kepuasan satu pihak, artinya merangsang. Tetapi kata itu muncul karena berkaitan dengan kebutuhan siapa, dan ini muncul dari kebutuhan yang selama

ini banyak didominasi laki-laki karena tidak pernah mengatakan bahwa sensual selalu dikaitkan dengan posisi perempuan. tidak pernah mengatakan laki-laki bibirnya sensual. Sebetulnya itu adalah cara laki-laki mendefinisikan cipta, rasa nikmat" (Sita Aripurnami dalam Kussianto, 2006)

Dengan kata lain sensualitas dapat dikaitkan dengan daya tarik fisik. Dan pada dasarnya daya tarik fisik merupakan sebuah persepsi masyarakat atau budaya tertentu terhadap ciri-ciri atau karakter fisik individu, kelompok, ras, dan suku bangsa, yang dianggapnya menarik indah dan "sedap" dipandang. Dan yang sebenarnya berlaku pula terhadap makhluk hidup lainnya. Daya tarik fisik dapat meliputi berbagai macam pengertian, termasuk dan walaupun tidak terbatas hanya pada daya tarik seksual, seperti wajah yang "manis" atau tampan serta tubuh yang berotot terlihat seperti manusia yang memiliki kesempurnaan.

Bukan hal yang mudah untuk memahami seksualitas dan sensualitas karena keduanya sangat berkaitan erat. Masih banyak pemahaman yang perlu digali lagi supaya hal ini tidak menjerumuskan kedalam pemaknaan yang sarat mengandung diskriminasi gender dan cenderung merusak citra perempuan itu sendiri. Sebaliknya seksualitas dan sensualitas hendaknya dimaknai secara positif untuk lebih memanusiawikan dan mengangkat martabat serta citra, khususnya kaum perempuan.

Bagaimana pun didalam penilaian masyarakat pada dasarnya memang sensualitas sulit dipisahkan dari yang namanya perempuan. Karena sensual itu sendiri lebih kepada penilaian secara fisik yang ditujukan kepada kaum perempuan. Ada yang berpendapat bahwa, bagi seorang pria daya tarik wanita bukan sekedar dari kecantikannya saja. Karena cantik bagi setiap pria bersifat relatif, dimana akan memiliki penilaian dan batasan yang berbeda-beda. Namun bagi sebagian pria dan bahkan wanita itu sendiri akan menilai bahwa daya tarik wanita yang terutama adalah sensualitasnya seperti bagaimana seorang perempuan terlihat seksi.

Maka dari itu seringkali sebuah sensualitas dapat pula menjadi sebuah pola didalam periklanan, karena adanya tuntutan dimana dalam pembuatan sebuah iklan haruslah mampu menarik perhatian bagi para konsumen. Ada satu cara yang sangat efektif yang digunakan dalam iklan, yakni dengan menggunakan daya tarik sex. Menurut Pohan dalam Kussianto (2006), "Seks memainkan peranan penting dalam kehidupan biologis setiap manusia, bahkan hampir semua makhluk hidup. Tidak peduli produk atau jasa apa pun yang ditawarkan, taktiknya

bisa disamakan”.

Jika sebuah sensualitas seringkali dinilai oleh masyarakat sebagai milik perempuan, tidak menutup kemungkinan pada akhirnya akan memunculkan sebuah gambaran mengenai kriteria-kriteria *sensual ad* yang dibuat oleh para pengiklan. Walaupun memang kaum pria dapat pula ditempatkan pada penilaian yang sama. Sehingga dengan demikian dapat dibedakan antara iklan satu dengan iklan lainnya, dimana iklan yang lainnya mengandung unsure sensualitas. Adapun iklan-iklan yang mengandung nuansa sensual dapat dikategorikan sebagai berikut (Kussianto, 2006):

- a. Menggunakan figur (laki-laki/perempuan) yang berpakaian minim atau bahkan hampir telanjang.
- b. Mimik wajah yang menggoda atau sensual.
- c. Bahasa atau posisi tubuh yang mengandung konotasi sensual.
- d. Memfokuskan pandangan khalayak pada bagian vital laki-laki/ perempuan dengan sengaja.
- e. Menampilkan simbol-simbol yang berhubungan atau dapat dipersepsi mengandung unsur sensual
- f. Terdapat kata-kata yang secara langsung ataupun tidak langsung menimbulkan konotasi seksual.

Daya tarik seksual didalam periklanan terdiri dari tiga bentuk yakni, *nuditas* (tubuh yang telanjang atau nyaris), bahasa tubuh, dan kata-kata yang menjurus kearah seksualitas (Simatupang, dalam Kussianto, 2006). Begitu maraknya iklan-iklan yang mengandung unsur sensual tidak terlepas dari tujuan dasar sebuah iklan, yakni mempersuasi konsumen. Namun yang terjadi sekarang ini para pengiklan sebenarnya bertujuan lebih kepada membangun citra produk dengan menggunakan cara *sensual ad* melalui seorang model perempuan. Agar dapat mudah masuk kedalam benak para target audience dengan kemunculan iklan-iklan tersebut secara terus menerus. Hal ini dapat terlihat pada iklan-iklan Blinken yang selalu menampilkan perempuan muda dan seksi sebagai objek utama dalam iklan yang dapat dipercaya akan langsung menarik perhatian konsumennya.

Simbolisasi Perempuan Dalam Media

Pengertian perempuan adalah salah satu dari dua jenis kelamin manusia; satunya lagi adalah lelaki atau pria. Berbeda dari wanita, istilah ‘perempuan’ dapat merujuk kepada orang yang telah dewasa maupun yang masih anak-anak (Graemi Burton, 2007: 297).

Berdasarkan pengertian tersebut perempuan tentunya memiliki posisi terbaik dalam

kehidupan sehari-hari. Namun pada kenyataannya, subordinasi perempuan masih saja terjadi. Jadi, representasi perempuan merupakan penggambaran (perwakilan) perempuan. Sedangkan representasi perempuan dalam media adalah bagaimana media massa menggambarkan (dari perwakilan orang atau kelompok) perempuan kepada khalayak.

Representasi perempuan dalam media khususnya televisi menawarkan model-model peran yang mendorong ketundukan perempuan pada dunia laki-laki, dan yang mengecilkan arti penghargaan diri dan sikap proaktif perempuan. Dengan sendirinya representasi ini berkaitan dengan *gender* (Asadi Siregar, Rondang Pasaribu, Ismay Prihastuti, 2000:127-128).

Mengutip buku “Eksplorasi *gender* di Ranah Jurnalisme dan Hiburan dengan penyuntingan Ashadi Siregar dkk, mengatakan ada tiga relasi *discourse* yang digunakan dalam melihat komodifikasi perempuan di dalam media hiburan dikaitkan pada tingkat ‘tekstual’. *Pertama*, keberadaan perempuan di dalam media massa dikaitkan dengan ‘inter-relasinya’ dengan keberadaan laki-laki bersama-sama menentukan posisi dan eksistensi masing-masing. *Kedua*, analisis tersebut memperhatikan berbagai pengaruh budaya populer budaya terhadap budaya lokal. *Ketiga*, dengan melihat berbagai pengaruh tersebut, diharapkan dapat dilihat berbagai perubahan relasi gender di dalam media hiburan.

Gender berasal dari kata bahasa Inggris yang berarti jenis kelamin (Najlah Naqiyah, 2005:25). Berdasarkan jenis kelaminnya maka manusia diciptakan dari dua jenis, diantaranya laki-laki dan perempuan.

Namun, berkaitan dengan teks televisi gender diartikan sebagai sikap ideologis memasukan perempuan dengan menaruh perhatian pada hubungan antara khalayak dan teks, cara perempuan membaca teks, dan pada teks ‘menarik’ bagi perempuan (Graeme Burton, 2007:62). Gagasan tentang gender perempuan yang diperoleh melalui televisi banar-benar sebuah konstruksi, dan bukanlah hal mustahil mengidentifikasi aspek-aspek spesifik dan konstruksi ini. Aspek-aspek tersebut antara lain adalah :

1. Penampilan Fisik

Penampilan fisik itu penting untuk mengedepankan tentang keperempuanan atau femininitas. Semua itu merupakan unsur-unsur esensial yang digunakan untuk mengirim asumsi khalayak perihal posisi perempuan. Unsur-unsur dalam penampilan fisik itu ‘memberi identitas’ bagi performances untuk

mengandaikan sudut pandang perempuan, untuk bertutur kata sebagaimana perempuan. Wajah atau paras sangat terkait dengan proyeksi seksualitas, yang dalam beberapa sisi tidak berlaku pada laki-laki. Televisi merupakan bagian dari sekian banyak aparatus budaya yang mensosialisasi perempuan muda akan memprioritaskan penampilan dan mengukur identitas diri dan harga diri mereka berdasarkan apa yang mereka lihat di televisi. Televisi sendiri memiliki serangkaian program yang secara eksplisit dan secara implisit menegaskan bahwa penampilan adalah segalanya. Kebanyakan dari mereka memproyeksikan gagasan simplistik bahwa penampilan fisik mengandung makna, nilai sosial, dan penghargaan diri personal, tanpa pernah menjelaskan bagaimana hubungan itu dibuat atau bagaimana hubungan itu berproses dalam dunia nyata.

2. Perilaku

Perilaku merupakan aspek konstruksi, beberapa perilaku dipresentasikan sebagai lebih sesuai untuk disandang perempuan ketimbang perilaku lainnya. Perilaku-perilaku tersebut sangat terkait dengan (Graeme Burton, 2007:299).

3. Peran

Perempuan setia ketika setia melakukan aktivitas domestik atau mengurus pekerjaan.

4. Gagasan tentang feminitas

Perempuan yang mengekspresikan emosi. Definisi yang terkait dengan laki-laki – perilaku memposisikan perempuan dibelakang serombongan laki-laki.

5. Pembacaan Emosional

Dalam berbagai representasinya perempuan dianggap jalang, penuh gairah, cemburu, ingin membalas dendam, penuh kasih sayang, dan seterusnya. Beragam warna emosional dianggap berasal dari perempuan disandingkan sebagai stereotip dan dikaitkan dengan gagasan simplistik bahwa perempuan, semata-mata bersifat emosional.

6. Nilai-nilai

Nilai-nilai adalah bagaian dari konstruk perempuan, namun senantiasa ada dalam konteks posisi perempuan secara social dan ideologis. Sebagai contoh keibuan, sikap melindungi, keluarga. Namun bisa dikatakan bahwa sangat tepat mengkonstruksi nilai-nilai tersebut ‘milik’ perempuan, jika hal ini mempertegas peran domestic mereka, kekuatan ekonomis mereka, dan secara umum

menguatkan posisi subordinate mereka dalam hierarki.

7. Peran Dalam Pekerjaan

Peran ini sebagai konstruk perempuan. Beberapa pekerjaan dipandang sebagai pekerjaan perempuan-juru rawat, guru sekolah dasar, misalnya didominasi oleh perempuan. Konstruksi sosial keperempuanan terjat dalam konstruk media.

8. Domain atau Wilayah perempuan

Tempat yang tampaknya ‘menjadi milik’ perempuan. Lagi-lagi, tanpa mengabaikan aspek selektif dan dilebih-lebihkan dari konstruksi media yang stereotipikal, bukan mustahil kiranya bergerak diantara realitas media dan realitas sosial dalam pencarian domain. Rumah dilihat sebagai wilayah perempuan, begitu juga kamar mandi, dapur, kamar tidur (tetapi bukan garasi atau ruang kerja).

Banyak materi televisi yang dimanfaatkan oleh kaum perempuan untuk mencari kesenangan dan mengidentifikasi diri. Namun akan menjadi sebuah perkara apabila kesenangan itu terkotori karena materi televisi, misalnya memperkuat gagasan bahwa wilayah perempuan didominasi oleh rumah, atau gagasan tentang perempuan metropolis. Ada juga argument bahwa berbagai program yang secara eksplisif dibuat untuk perempuan tidak membantu posisi perempuan dalam masyarakat. Persisnya disebabkan karena program tersebut memberikan perhatian pada perbedaan, bukan semata-mata menyediakan ‘materi netral’ yang secara kebetulan juga mudah diakses oleh kaum perempuan.

Simbolisasi Seksualitas

Seks merupakan hal yang dianggap tabu untuk diperbincangkan. Akan tetapi secara bertahap seiring dengan berjalannya waktu pengetahuan tentang seks dan pembicaraan mengenai masalah seksualitas dianggap sebagai hal yang penting dan perlu bagi perkembangan manusia. Akhirnya pada pertengahan tahun 1960-an, di bidang kesehatan telah mengenali keterkaitan kesehatan seksual dengan komponen kesejahteraan. Pemahaman mengenai seksualitas akan membantu dalam mengenali nilai dan bias seksual serta memperluas pemahaman tentang batas normal perilaku seksual sehingga mampu memberikan pengertian secara lebih jelas dan efektif.

Seksualitas merupakan hal yang sulit untuk didefinisikan karena menyangkut banyak aspek kehidupan dan diekspresikan dalam bentuk

perilaku yang beraneka ragam. Sedangkan kesehatan seksual telah didefinisikan oleh WHO (1975) sebagai “pengintegrasian aspek somatik, emosional, intelektual, dengan cara yang positif, memperkaya dan meningkatkan kepribadian, komunikasi, dan cinta”. Banyak pertanyaan apakah seks dan seksualitas merupakan sesuatu yang sama, Ternyata kebanyakan orang memahami seksualitas sebatas istilah seks, padahal antara seks dengan seksualitas merupakan hal yang berbeda. Menurut Zawid, kata seks sering digunakan dalam dua hal, yaitu: (a) aktivitas seksual genital, dan (b) sebagai label *gender* (jenis kelamin) (Iwan Purnawan:2010). Sedangkan seksualitas memiliki arti yang lebih luas karena meliputi bagaimana seseorang merasa tentang diri mereka dan bagaimana mereka mengkomunikasikan perasaan tersebut terhadap orang lain melalui tindakan yang dilakukannya seperti, sentuhan, ciuman, pelukan, senggama, atau melalui perilaku yang lebih halus seperti isyarat gerak tubuh, etiket, berpakaian, dan perbendaharaan kata. Lebih lanjut Menurut **Raharjo** yang dikutip oleh Nurhadmo menjelaskan bahwa seksualitas merupakan suatu konsep, konstruksi sosial terhadap nilai, orientasi, dan perilaku yang berkaitan dengan *seks* (Iwan Purnawan:2010). *Ensiklopedia Feminisme* yang buku aslinya berjudul *Dictionary Of Feminist Theories* ditulis oleh *Maggie Humm*, mencantumkan “*Sex*” yang secara langsung diterjemahkan sebagai “jenis kelamin”. Dalam entri seks (baca:Jenis Kelamin), ditulis, “Teori feminis mendefinisikan jenis kelamin hanya sebagai kondisi biologis seseorang, apakah dia secara anatomi laki-laki atau perempuan”. Sedangkan seksualitas diterangkan sebagai, “Proses sosial yang menciptakan, mengorganisir dan mengekspresikan serta mengarahkan hasrat.[...] feminisme percaya bahwa bentuk-bentuk seksualitas bukanlah suatu yang inheren dalam diri perempuan melainkan merefleksikan institusi politik dan budaya yang mempengaruhi kondisi kehidupan dan kesadaran individu”.

Definisi *seks* dan seksualitas tersebut, dianggap memenuhi satu bagian dari seksualitas, tetapi tidak melingkupi apa yang dipertimbangkan sebagai seks dan seksualitas. Lebih dari sekedar fakta biologis, atau kebutuhan fisik, atau tugas reproduksi, atau pun produk dari struktur sosial budaya, *seks* lebih mencakup pada kebutuhan psikis manusia. **Patricia Spencer Faunce** dan **Susan Phipps Yonas** mengatakan, “Seksualitas mencakup kegiatan yang paling manusiawi yang tidak harus bertujuan untuk memenuhi tugas reproduksi, dan bahwa kenikmatan bukanlah satu-

satunya dan bukan pula tujuan utama dari hubungan *seks* antarmanusia. Dengan pemikiran seperti itu, *seks* bukan sekedar kegiatan atau penampilan, kinerja (atau prestasi), melainkan cara untuk berkomunikasi dan berekspresi (Patricia Spencer Faunce and Susan Phipps-Yonas, 1979:230).

A. Dimensi Seksualitas

Banyaknya variasi seksualitas dan perilaku seksual membutuhkan perspektif yang holistik (menyeluruh). Bagaimanapun seksualitas dan kesehatan seksual memiliki banyak dimensi antara lain: dimensi sosiokultural, agama & etika, psikologis, dan biologis.

1. Dimensi Sosiokultural

Merupakan dimensi yang melihat bagaimana seksualitas muncul dalam relasi antar manusia, bagaimana seseorang menyesuaikan diri dengan tuntutan peran dari lingkungan sosial, serta bagaimana sosialisasi peran dan fungsi seksualitas dalam kehidupan manusia.

Dengan kata lain seksualitas dipengaruhi oleh norma dan peraturan kultural yang menentukan apakah perilaku tersebut diterima atau tidak berdasarkan kultur yang ada. Sehingga keragaman kultural secara global menyebabkan variabilitas yang sangat luas dalam norma seksual dan menghadirkan spektrum tentang keyakinan dan nilai yang luas. Misalnya: perilaku yang diperbolehkan selama pacaran, hal-hal yang dianggap merangsang, tipe aktivitas seksual, sanksi dan larangan dalam perilaku seksual, atau menentukan orang yang boleh dan tidak boleh untuk dinikahi.

Contoh lain tradisi seksual kultural adalah sirkumsisi. Meskipun di AS masih merupakan masalah kontroversial, akan tetapi hampir 80% neonatus laki-laki disana disirkumsisi dengan alasan higienis atau simbol keagamaan dan identitas etnik tertentu. Demikian pula pada wanita, dalam budaya beberapa negara sirkumsisi pada wanita merupakan tanda fisik kedewasaan seorang wanita, simbol kontrol sosial terhadap kesenangan seksual dan reproduksi mereka.

Singkatnya, setiap masyarakat memainkan peran yang sangat kuat dalam membentuk nilai dan sikap seksual, juga dalam membentuk atau menghambat perkembangan dan ekspresi seksual anggotanya. Misalnya bagi bangsa timur, khususnya Indonesia, melakukan hubungan intim (senggama) di luar nikah merupakan sebuah aib walaupun sekarang mulai memudar, akan tetapi

bagi masyarakat Barat hal tersebut merupakan hal yang wajar dan biasa terjadi.

2. Dimensi Agama dan Etik

Seksualitas berkaitan dengan standar pelaksanaan agama dan etik. Jika keputusan seksual yang ia buat melawati batas kode etik individu maka akan menimbulkan konflik internal, seperti perasaan bersalah, berdosa dan lain-lain. Spektrum sikap mengenai seksualitas memiliki rentang mulai dari pandangan tradisional (hubungan seks hanya boleh dalam perkawinan) sampai dengan sikap yang memperbolehkan sesuai dengan keyakinan individu tentang perbuatannya.

Akan tetapi meskipun agama memegang peranan penting, akan tetapi keputusan seksual pada akhirnya diserahkan pada individu, sehingga sering timbul pelanggaran etik atau agama. Seperti yang dikemukakan Denney & Quadagno (1992) bahwa seseorang dapat menyatakan pada publik bahwa ia meyakini sistem sosial tertentu tetapi berperilaku cukup berbeda secara pribadi. Misalnya: Seseorang meyakini kalau hubungan seks diluar nikah itu tidak diperbolehkan menurut agama atau etika, tapi karena kurang bisa mengendalikan diri, ia tetap melakukan juga. Michael *et al* (1994) membagi sikap dan keyakinan individu tentang seksualitas menjadi tiga kategori :

- a. Tradisional : Keyakinan keagamaan selalu dijadikan pedoman bagi perilaku seksual mereka. Dengan demikian homoseksual, aborsi, dan hubungan seks pranikah dan diluar nikah selalu dianggap sebagai sesuatu yang salah.
- b. Relasional : Berkeyakinan bahwa seks harus menjadi bagian dari hubungan saling mencintai, tetapi tidak harus dalam ikatan pernikahan.
- c. Rekreasional : Menyatakan bahwa kebutuhan seks tidak ada kaitannya dengan cinta.

3. Dimensi Biologis

Merupakan dimensi yang berkaitan dengan anatomi dan fungsional organ reproduksi termasuk didalamnya bagaimana menjaga kesehatan dan memfungsikan secara optimal.

4. Dimensi Psikologis

Seksualitas mengandung perilaku yang dipelajari sejak dini dalam kehidupannya melalui pengamatan terhadap perilaku orang tuanya. Untuk itulah orang tua memiliki pengaruh secara signifikan terhadap seksualitas anak-anaknya. Seringkali bagaimana seseorang memandang diri mereka sebagai makhluk seksual berhubungan dengan apa yang telah orang tua tunjukkan tentang tubuh dan tindakan mereka.

Menurut Deney & Quadagno hasil penelitian menunjukkan kecenderungan orang tua memperlakukan anak perempuan dan laki-laki secara berbeda, mendekorasi kamar secara berbeda, dan demikian pula respon terhadap tindakan mereka.

Orang tua juga akan memberikan penghargaan terhadap anak laki-laki yang melakukan eksplorasi dan mandiri, sedangkan anak perempuan sering didorong untuk menjadi penolong dan meminta bantuan. Lebih lanjut orang tua cenderung mempertegas permaian sesuai dengan jenis kelamin pada anak-anak prasekolah mereka. Kesimpulannya orang tua memperlakukan anaknya sesuai dengan gender.

HASIL ANALISIS

Simbol Seksualitas Iklan Segar Sari Susu Soda (Versi Julia Perez)

Perangkat metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske. Menurut John Fiske, kode-kode televisi ada tiga level yang menyatakan peristiwa yang telah diekode oleh kode-kode sosial. *Level realitas* meliputi penampilan, kostum, riasan, lingkungan, kelakuan, dialog, gerakan, ekspresi, suara. *Level representasi*, meliputi kamera, pencahayaan, perevesian, musik, suara. *Level ideologi*, meliputi narasi, konflik, karakter, aksi, dialog, latar, pemeran dan lain-lain (Fiske, 1990: 282).

Dari kode-kode sosial tersebut, penulis menganalisis dengan menggunakan *kode sosial*: Karakter, dialog, gerakan, dan ekspresi. Dikarenakan keempat kode sosial tersebut dianggap dapat menunjukkan bagaimana simbolisasi seksualitas perempuan ditampilkan dalam iklan "Segar Sari Susu Soda (versi Julia Perez)".

A. Karakter

Iklan "Segar Sari Susu Soda" yang sekarang menghiasi layar kaca merupakan varian baru dari produk minuman instan "Segar Sari", yang menampilkan sosok Julia Perez. Julia Perez alias Yuli Rachmawati yang memulai kariernya di Prancis, sebagai model majalah FHM dan Maxim yang menempatkan Jupe ke dalam nominasi 100 wanita terseksi versi majalah tersebut. Sehingga label seksi tersebut melekat dan terpancar pada diri Julia Perez. Karakter atau tokoh yang digunakan oleh agensi iklan "Segar Sari Susu Soda" untuk menarik konsumennya adalah dengan menampilkan

keseksian dari sosok Julia Perez.

Pelukisan Fisik dan Karakter Julia Perez dalam Iklan "Segar Sari Susu Soda"



Gambar 4.1 Wajah/Paras Jupe

Inilah sosok Julia Perez yang ditampilkan oleh iklan "Segar Sari Susu Soda". Menggambarkan paras wajah *full make-up* yang memperkuat aksen pada mata dan bibirnya. Dengan gaya rambut *bob sebahu*. Jupe dipenuhi unsur warna merah muda dalam iklan tersebut.

Melalui penggambaran yang nampak tersebut tentunya memiliki pesan-pesan tersembunyi dibalik penampilan wajah Julia Perez. Seperti penggunaan *eyeshadow* dan *lipstick* merah muda merupakan lambang inspirasi cinta. Bila dilihat konteks dari kehidupan si tokoh, dalam hal ini Julia Perez, pada saat iklan ini diproduksi kehidupan pribadinya dalam hal cintanya dengan pria pemain bola sedang terkendala restu orang tua. Melalui hal tersebut, iklan "Segar Sari Susu Soda" mengaplikasikan warna merah muda yang dominan untuk menunjukkan karakter Julia Perez saat itu sebagai proses penyembuhan emosional. Warna merah muda juga seakan memberikan penyemangat bagi sang tokoh untuk bersabar dan belapang dada dalam menghadapi masalah hati.

Tampilan rambut *ngebob* juga menyimpan makna tersendiri. Melalui konteks sosial yang sedang dialami Julia Perez pada saat Iklan "Segar Sari Susu Soda" diproduksi, dapat melambangkan kepribadian yang kuat, tetap tampil dengan gaya Jupe yang seksi dan eksotis walaupun sedang dirundung masalah kehidupan percintaannya. Sehingga apa yang melekat pada diri Jupe sebenarnya adalah kegundahan dalam perjalanan kehidupan cintanya yang berliku, namun ditutupi oleh kedok sensual untuk mendongkrak popularitasnya. Tentunya hal itu disadari oleh agensi iklan "Segar Sari Susu Soda", lalu menggunakan kerapuhan kondisi

emosional Jupe dalam kehidupan percintaannya, untuk menonjolkan sisi sensualitas yang menopengi karakter asli sang tokoh.

B. Dialog

Dialog merupakan bentuk penyajian kata-kata yang akan diucapkan oleh pemeran karakter, sebagai gambaran dari logika berpikir, latar belakang serta interaksi tokoh dengan tokoh yang lain. Dialog yang dilakukan oleh tokoh Julia Perez dalam iklan "Segar Sari Susu Soda" adalah dalam bentuk senandung atau nyanyian. Dengan *background* atau latar belakang Julia Perez sebagai penyanyi dangdut bukanlah hal yang aneh bila Jupe bersenandung untuk mengiklankan produk "Segar Sari Susu Soda". Karakter penyanyi dangdut seperti yang dilakukan oleh Jupe dalam mengiklankan produk "Segar Sari Susu Soda" adalah desahan pada lantunan senandungnya, dan juga goyangan.

Dalam analisis dialog iklan "Segar Sari Susu Soda", maka desahan seperti "...ahhh... ahhh..."; "...bang..." merupakan sesuatu yang menumbuhkan sensasi tersendiri ditelinga. Padahal bila dilihat melalui konteks yang lebih luas, apalagi dalam sebuah teknik menyanyi ternyata mendesah itu penting untuk mengatur sistem pernapasan dengan volume oksigen yang lebih besar, suara desahan juga bisa membuat orang merespons cepat hal-hal yang tidak terduga, bahkan dapat menghilangkan stress hingga membuat gembira.

Dalam konteks desahan yang dilakukan Julia Perez pada iklan "Segar Sari Susu Soda" dia menyanyikan senandung dengan bentuk dialog sebagai berikut:

"...Segar sari ahh ahhh...muahh.." (sambil mencium bungkusan minuman Segar Sari Susu Soda, dengan lirikan mata menggoda seakan bungkusan minuman tersebut adalah manusia).

"....Susu soda ahhh..." (mengerlipkan sebelah matanya sambil tersenyum nakal).

"...Mantap susunya, bang..." (mendesah sambil berjoget disamping pria berpakaian satpam yang menganga terus sambil joget dengan menunjukkan jarinya ke arah dada Jupe).

Desahan dalam konteks iklan "Segar Sari Susu Soda" itu secara teknis dapat menunjukkan suatu cara pernapasan dalam bernyanyi, namun dengan kondisi yang ditampilkan melalui iklan tersebut tentunya menjadi sarana untuk menghilangkan

stress yang dapat menciptakan perasaan gembira. Di mana tokoh Julia Perez mampu membangun suasana ceria dengan senandung dan goyangannya yang membuat tokoh figuran perempuan ikut bergoyang, dan mengalihkan perhatian para tokoh figuran pria yang malah terpana dengan goyangan-goyangan wanita bukan kepada produk yang sedang diiklankan.

Pengucapan kata "Susu" juga penuh penekanan baik dari ekspresi maupun suara. Dari segi pelafalan atau pengucapannya mengisyaratkan bahwa kata "Susu" itu bukanlah sebuah minuman yang berasal dari hewan sapi yang ditenakan, tetapi lebih mengarah kepada bagian anatomi tubuh wanita, yaitu payudara. Dengan ditambahkan kata "Mantap susunya bang..." yang diucapkan sambil memaju-majukan dada dan ditambah desahan pada kata "bang...", menyatakan bahwa "susu" yang dimaksud oleh Jupe adalah payudaranya. Bahkan lebih di hiperbola dengan *take line* iklan "Segar Sari Susu Soda" yang diucapkan Jupe dengan nada menggoda "...Sampe Tumpe-tumpe...", mengarahkan kepada payudara Jupe yang besar.

C. Gerakan

Gerakan merupakan suatu bentuk komunikasi non-verbal, yang dibentuk dengan menggerakkan beberapa bagian tubuh. Gerakan dalam konteks iklan "Segar Sari Susu Soda" yang ditunjukkan oleh Julia Perez sebagai tokoh utama dalam iklan tersebut antara lain dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Gerakan Julia Perez

Inilah goyangan Jupe yang sering muncul dalam iklan "Segar Sari Susu Soda". Julia Perez ditampilkan dengan gerakan mencondongkan badannya ke depan, sambil bertolak pinggang sebelah tangan sementara tangan lainnya berpegangan untuk menjaga keseimbangan.

Mencondongkan badan khususnya dada ke arah depan menunjukkan sikap menantang atau menyatakan siap menyambut tantangan. Tetapi sikap menantang yang ditunjukkan oleh Julia Perez dalam iklan tersebut adalah bentuk perlawanannya

kepada kerapuhan sisi emosionalnya yang melekat pada karakter kehidupan percintaannya. Sehingga Julia Perez menunjukkan pose-pose lekuk tubuhnya untuk sebuah iklan minuman penyegar, agar menjauhkannya dari kesan rapuh atau cengeng menjadi seorang *super woman sexy*.



Gambar 4.3 Gerakan Joget

Julia Perez dan para figuran wanita menjadi pusat perhatian para figuran pria yang turut asyik bergoyang atau berjoget bersama-sama. Penggambaran gerakan joget bareng tersebut menunjukkan dominasi tokoh Jupe dan para figuran wanita lainnya yang mengalahkan kualitas dari produk "Segar Sari Susu Soda". Jika diperhatikan dengan seksama, pandangan figuran-figuran pria tidak ada yang mengarah kepada boxes bertulisan "Segar Sari Susu Soda", namun tatapan mereka lebih asyik mengarah kepada sosok Jupe dan para figuran wanita lainnya. Sehingga dominasi yang dikomodifikasi dalam iklan ini bukan lagi produk minuman instan "Segar Sari Susu Soda" namun kepada sosok-sosok perempuan di dalamnya, khususnya sosok Julia Perez. Warna merah muda yang dominan pada produk "Segar Sari Susu Soda", terkalahkan dengan warna merah muda yang membalut tubuh Julia Perez.

D. Ekspresi

Ekspresi merupakan pesan fasial yang menggunakan airmuka untuk menyampaikan makna tertentu. Beberapa ekspresi yang terpotret dalam iklan "Segar Sari Susu Soda" yang menunjukkan kesan sensual bahkan seksual melalui penampilan Julia Perez ditampilkan sebagai berikut:



Gambar 4.4 Ekspresi Jupe saat mengucap kata "susu"

Dalam arti harafiahnya ekspresi memajukan bibir atau memonyongkan bibir dapat menunjukkan ekspresi kasih sayang untuk mengecup atau mencium. Bisa juga berarti cemberut karena kesal. Namun ekspresi memonyongkan bibir dalam konteks Julia Perez pada iklan "Segar Sari Susu Soda" adalah sebagai penekanan pada kata "susu". Menyebutkan "Susu" dengan mimik dan gestur seperti nampak pada gambar tentunya dapat menimbulkan interpretasi lain dari makna susu yang disebutkan. Susu sebagai produk dari hasil produksi dari hewan ternak sapi, atau mengarahkan pemahaman lain tentang "susu" yang terarah kepada tubuh Jupe sendiri. Sehingga iklan tersebut bukan hanya menjual minuman penyegar dahaga fisik, namun juga menjual penyegaran biologis melalui tubuh Julia Perez.



Gambar 4.5 Ekspresi Mencium

Julia Perez mencium bungkus kemasan produk "Segar Sari Susu Soda". Hal ini menunjukkan mimik wajah yang menggoda dengan mencium kemasan produk namun seakan sedang mencium manusia. Di balik tampilan sensual gaya mencium Jupe tersebut, sang agensi iklan dibagian ini ingin menyetarakan produk dengan tokoh Julia Perez. Di mana produk memiliki rasa yang sama nikmatnya dengan memandang penampilan Julia Perez yang menerbar gerak-gerik sensual.



Gambar 4.6 Ekspresi Joget

Seperti yang telah dibahas mengenai cuplikan adegan disamping, bahwa ekspresi setiap pemeran figuran pria tidak ada yang menatap boxes

produk "Segar Sari Susu Soda", tetapi semuanya sibuk menikmati sosok-sosok wanita yang asyik berjoget. Menempatkan produk sebagai properti pelengkap semata, karena yang utama adalah warna merah muda yang melekat pada tubuh Julia Perez, dan sosok figuran wanita lain yang turut berjoget.

PEMBAHASAN

Keberadaan perempuan di media, khususnya iklan masih sangat tereksplorasi ke arah fisik. Iklan "Segar Sari Susu Soda" dalam hal ini, merupakan produk komersil yang ditujukan untuk semua kalangan, dari konsumen anak sampai konsumen dewasa. Namun memilih ikon pengiklan pada sosok Julia Perez dengan label seksi pada dirinya. Desahan-desahan, gimmick dan ekspresi, serta gerakan yang mengarah kepada sensualitas dari sosok Julia Perez ini dapat dengan bebas menghiasi layar kaca konsumen.

Walaupun ada kenyataan yang tersembunyi dibalik tampilan paras sensual yang ditunjukkan oleh sosok Julia Perez. Tampilan Julia Perez pada iklan tersebut lebih menunjukkan sisi sensualitas tubuh perempuan khususnya tubuh Julia Perez. Sisi sensualitas yang dikomodifikasi di sini adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan figur Julia Perez yang menggunakan kostum ketat, sehingga menunjukkan lekuk-lekuk tubuhnya
2. Figur Julia Perez yang menampilkan mimik atau ekspresi wajah yang menggoda seperti memonyongkan bibir saat menyucapkan kata susu, mencium kemasan produk, mengerling, dan tersenyum nakal.
3. Figur Julia Perez yang menunjukkan bahasa tubuh sensual dengan mencondongkan dada ke depan, berjoget sensual.
4. Iklan tersebut berkali-kali memfokuskan pandangan khalayak pada bagian payudara Julia Perez dengan sengaja.
5. Memiliki kata-kata yang mengarah kepada konotasi seksual seperti desahan "ahhh... ahhh...", "...bang...", "mantap susunya...", "lengkap susunya...", "sampe tumpe-tumpe..." semua ucapan tersebut diucapkan dengan mendesah.

Sensualitas merupakan sesuatu yang secara gamblang dapat teramati, lain halnya dengan seksualitas yang mencakup kegiatan paling manusiawi dan tidak harus bertujuan untuk memenuhi tugas reproduksi, bahwa kenikmatan bukanlah satu-satunya dan bukan pula tujuan utama dari hubungan seks antarmanusia. Dengan

pemikiran seperti itu, seks bukan sekedar kegiatan atau penampilan, kinerja (atau prestasi), melainkan cara untuk berkomunikasi dan berekspresi (Patricia Spencer Faunce and Susan Phipps-Yonas, 1979:230).

Maka bila dicermati melalui konteks seksualitas pada hasil analisis, menekankan pada suatu konstruksi ekspresi diri dalam kehidupan tokoh Julia Perez yang ditampilkan iklan tersebut. Produk yang di jual hanyalah atribut padahal sosok Julia Perez inilah produk utama dari iklan "Segar Sari Susu Soda" tersebut. Tekanan emosional dalam kehidupan si tokoh Jupe ini diinterpretasikan oleh agensi iklan dengan balutan warna merah muda untuk menunjukkan kegundahan hati sang tokoh karena kehidupan percintaannya yang terombang-ambing restu orang tua. Namun eksistensi sang tokoh Jupe di media terus gencar karena kondisi tersebut.

Tentunya sebagai agensi atau pengiklan harus cerdas melihat moment, mengambil *public figure* untuk mempromosikan produknya. Seperti produk minuman "Segar Sari Susu Soda" yang omsetnya bahkan keuntungannya kecil, tetapi dengan menampilkan figur Julia Perez iklan tersebut bisa terus eksis hingga saat ini. Namun tentu saja hal tersebut secara tidak langsung menjadi ajang komodifikasi tubuh perempuan, nilai guna dari produk tidak lagi berarti, melainkan daya tarik figur khususnya tubuh Julia Perez yang dalam hal ini ditunggu-tunggu untuk dinikmati secara gratis di layar kaca televisi.

Tanpa menyadari bahwa ada sisi seksualitas dari Julia Perez yang direnggut paksa melalui iklan tersebut yaitu mengekspos bagaimana cara Julia Perez mengkomunikasikan perasaannya terhadap semua hal, baik produk sampai kepada figuran pria dalam iklan tersebut, tentunya ditunjukkan melalui isyarat gerak tubuh, berpakaian, dan gimmick-nya pada saat mengucapkan kata susu yang menunjukkan konotasi lain dari arti minuman susu sebenarnya. Tampilan Julia Perez dalam iklan tersebut juga menggambarkan kesulitan perempuan dalam memahami dimensi sosiokultural menyangkut hal seksual. Tokoh Jupe sendiri terlihat begitu fulgar dalam mengekspresikan dirinya yang mengarah kepada seksualitas, dilatar belakangi pengalamannya di Prancis, pernah menikah dengan pria Prancis sehingga bukan lagi hal yang aneh saat mengekspresikan segala tindakan sensual di depan umum. Walaupun kegundahannya muncul dengan terbentur kultur dari ketimuran yang diadaptasi oleh sang bunda.

Sehingga intinya dalam jurnal ini adalah

kedudukan wanita dalam iklan "Segar Sari Susu Soda" merupakan bentuk penentangan dari segala tekanan emosional, dengan menggunakan kedok atau topeng sensualitas. Dan topeng sensualitas tersebut menjadi komodifikasi yang melebihi nilai guna barang produksi yang diiklankan. Sehingga yang ditakutkan hanyalah apabila sensualitas itu dibiarkan bahkan diperjual-belikan, tanpa sadar akan merusak karakter seksualitas dalam segi sosiokultural, khususnya di budaya ketimuran, dan merusak nilai etika bahkan agama. Sehingga seks hanyalah dipandang sebagai suatu biologis semata yang tidaklah membedakan antara kita sebagai manusia yang berakal budi, atau hanya sebagai binatang yang bernapsu birahi semata.

KESIMPULAN

Simbolisasi seksualitas yang terkonstruksi dari iklan "Segar Sari Susu Soda versi Julia Perez" ini dimulai melalui sisi sensualitas sang tokoh utama yaitu Julia Perez. Tampilan Julia Perez pada iklan tersebut lebih menunjukkan sisi sensualitas tubuh perempuan khususnya tubuh Julia Perez. Sisi sensualitas yang dikomodifikasi di sini adalah sebagai berikut:

1. Menampilkan figur Julia Perez yang menggunakan kostum ketat, sehingga menunjukkan lekuk-lekuk tubuhnya
2. Figur Julia Perez yang menampilkan mimik atau ekspresi wajah yang menggoda seperti memonyongkan bibir saat mengucapkan kata susu, mencium kemasan produk, mengerling, dan tersenyum nakal.
3. Figur Julia Perez yang menunjukkan bahasa tubuh sensual dengan mencondongkan dada ke depan, berjoget sensual.
4. Iklan tersebut berkali-kali memfokuskan pandangan khalayak pada bagian payudara Julia Perez dengan sengaja.
5. Memiliki kata-kata yang mengarah kepada konotasi seksual seperti desahan "ahhh... ahhh...", "...bang...", "mantap susunya...", "lengkap susunya...", "sampe tumpe-tumpe..." semua ucapan tersebut diucapkan dengan mendesah.

Melalui sisi sensualitas tersebut menunjukkan kedudukan wanita dalam iklan "Segar Sari Susu Soda" merupakan bentuk penentangan dari segala tekanan emosional, dengan menggunakan kedok atau topeng sensualitas. Dan topeng sensualitas tersebut menjadi komodifikasi yang melebihi nilai guna barang produksi yang diiklankan. Sehingga yang ditakutkan hanyalah

apabila sensualitas itu dibiarkan bahkan diperjualbelikan, tanpa sadar akan merusak karakter seksualitas dalam segi sosiokultural, khususnya di budaya ketimuran, dan merusak nilai etika bahkan agama. Sehingga seks hanyalah dipandang sebagai suatu biologis semata yang tidaklah membedakan antara kita sebagai manusia yang berakal budi, atau hanya sebagai binatang yang bernapsu birahi semata.

SARAN

Kebijkasanaan pihak perempuan dalam mengekspresikan perasaan seksualnya untuk tetap berpegang pada nilai luhur budaya timur yang sangat menjunjung tinggi harkat perempuan. Kepada pihak media, khususnya agensi iklan, daya tarik figur memang penting namun lebih tonjolkan nilai guna dari hasil produksi yang ditawarkan, bukan menjual nilai guna dari tokoh yang mengiklankan, khususnya figur perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrianto.2007. “Copywriter Periklanan”. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Burton, Graeme, Membicarakan Televisi, (Yogyakarta&Bandung: JalaSutra), 2007
- Diarsi, Mira. 2001. “Layanan yang Berpihak: buku rujukan untuk menyelenggarakan layanan bagi perempuan korban kekerasan”. Jakarta: Komnas Perempuan.
- Faunce, Patricia Spencer and Susan Phipps-Yonas, 1979. Women’s Liberation and Human Sexual Relations, dalam Juanita H. Williams, Psychology og Women,(WW Norton&Company, Inc)
- Fiske, John. 1990. Cultural and Communication Studies. Yosol Iriantara & Idi Subandi Ibrahim. Trans: Yogyakarta: Jala Sutra.
- Hagijanto, D. Andrian. 2000. “Menciptakan Brand Awareness Iklan Media Massa Cetak”. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra.
- Hartley, John. 2010. “Communication, Cultural, & Media Studies”. Yogyakarta&Bandung: Jalasutra
- Kasiyan. 2008. “Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan”. Yogyakarta: Ombak
- Mulyono, Kussianto. (2006). Prinsip-Prinsip Sensual Ad Yang Sesuai Dengan Periklanan Indonesia DalamMajalah Male Emporium Edisi Juli 2004 – Juni 2006. Tersedia di: www.petra.ac.id/journal/design/. [Di akses pada 10 April 2010]
- Naqiyah, Najlah. 2005. Otonomi Perempuan, (Jawa Timur: Bayumedia).
- Noviani, Ratna. 2002. “Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi dan Simulasi”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan CCSS
- Purnawan, Iwan. Seksualitas, (28 April 2010), [www.unsoed.ac.id/cmsfak/UserFiles /File/.../seksualitas%20new.doc](http://www.unsoed.ac.id/cmsfak/UserFiles/File/.../seksualitas%20new.doc)
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sidharta, Sita & Z.Sony. 2004. Menjadi Penulis Skenario Profesional. Jakarta: PT.Grasindo.
- Siregar, Asadi; Pasaribu, Rondang; Prihastuti, Ismay. 2000. Eksplorasi Gender Diranah Jurnalisme&Hiburan, (Yogyakarta: LP3Y).
- Sobur, Alex. 2004. Analisis Teks Media. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suyanto, M. 2004. “Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia”. Jakarta: Andi Publisher.
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta:Jalasutra.
- Wibowo, Wahyu. 2003. “Sihir Iklan: Format Komunikasi Mondial Dalam Kehidupan Urban-Kosmopolitan”. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widagdo, M.Bayu & Gora, Winastwan. 2004. Bikin Sendiri Film Kamu. Yogyakarta: PD. Anindya.
- Widyatama, Rendra. 2007. “Pengantar Periklanan”. Yogyakarta: Kelompok Penerbit Pinus (Pustaka Book Publisher).

- Williamson, Judith. 1978. "Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising" [or.id/teks/04rep2.htm](http://www.or.id/teks/04rep2.htm).
- Pengertian Perempuan, (20 Februari 2008), [www.wikipedia.co.id/search/pengertian perempuan](http://www.wikipedia.co.id/search/pengertian_perempuan)
- Sumber Lain: <http://www.vemale.com/fashion/pernik/14493-arti-di-balik-pewarna-kelopak-mata.html>
- Gesture, (25 Januari 2005), 20 Mei 2006, <http://en.wikipedia.org/wiki/gesture>
- <http://lady-cuek.blogspot.com/2012/04/kenali-kepribadian-dari-model-rambut.html>
- Hariyanto, Sulis Yani. KOMUNIKASI EFEKTIF, EMPATIK, DAN PERSUASIF (artikel dalam Widyaiswara PPPPTK BOE Malang) <http://profilseleb.blogspot.com/2009/02/julia-perez-profil.html>
- Juliastuti, Nuraini. 20 September 2006. Bagaimana Representasi Menghubungkan Makna dan Bahasa Dalam Kebudayaan, <http://www.kunci>. <http://health.detik.com/read/2011/01/24/182120/1553507/763/untuk-apa-orang-mendesah?highlight>

-oOo-



KELAYAKAN PROYEK RUKO KEDOYA DARI ASPEK PASAR, FINANSIAL, DAN SOSIAL EKONOMI

Herry Agung Prabowo, Andy Susanto dan Farida

Fakultas Teknik Industri Universitas Mercu Buana

e-mail : herryagung@gmail.com

ABSTRACT

The feasibility study of a project, aims to evaluate a proposal or a project plan regarding to some certain criteria, so that the project can really meet the planned results. This research will determine the feasibility study of Ruko Kedoya project. The study was conducted on the aspects of the market, financial and socio-economics.

According to the feasibility study, Ruko Kedoya is feasible to implement because it has a good market prospects, and can bring high profits and benefits to the investor/ owners. Ruko Kedoya also able to increase the social and economic value of the surrounding area. This project has 35.32 % of IRR and gives a Nett profit (NPV) at Rp 8.203.331.094.

Keywords: *feasibility studies, ruko kedoya*

ABSTRAK

Studi kelayakan terhadap suatu proyek bertujuan untuk mempelajari usulan atau rencana proyek dari segala segi agar proyek betul-betul dapat mencapai hasil sesuai dengan yang direncanakan. Riset ini dilaksanakan dengan tujuan mengetahui kelayakan dari proyek Ruko Kedoya. Kajian yang dilakukan meliputi aspek pasar, finansial dan sosial ekonomi, dilakukan melalui metoda survey dan wawancara. Temuan dari kajian ini adalah : aspek pasar, didapati bahwa proyek Ruko Kedoya mempunyai nilai pasar yang menjanjikan dan dapat menjadi proyek bisnis yang mempunyai prospek cerah, aspek finansial, didapati proyek ini mempunyai prospek keuntungan yang tinggi dan menjanjikan bagi pemilik usaha. Nilai IRR proyek ini sebesar 35,32% dan memiliki Net profit (NPV) sebesar Rp 8.203.331.094. Dilihat dari aspek sosial ekonomi didapati bahwa proyek ini berpotensi meningkatkan nilai sosial dan ekonomi area sekitarnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek Ruko Kedoya ini dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dan direalisasikan menjadi proyek bisnis yang nyata bagi PT XYZ.

Kata kunci: studi kelayakan, proyek ruko Kedoya

I. LATAR BELAKANG

Industri perumahan dan variannya seperti rumah toko (ruko), rumah kantor (rukan) ataupun apartemen terus berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, dan selalu menjadi daya tarik bagi investor. Pertumbuhan jumlah penduduk dan berkembangnya sentra sentra bisnis baru semakin membuat industri properti tumbuh dan berkembang pesat.

Akhir-akhir ini keinginan masyarakat untuk berwirausaha cukup tinggi, sehingga banyak pengembang menawarkan sarana perdagangan (ruko). Jika dibandingkan dengan investasi pada perumahan yang relatif monoton, dapat dikatakan investasi ruko lebih prospektif. Hal ini berakibat semakin maraknya pembangunan ruko di berbagai wilayah, mulai dari wilayah yang strategis sampai

wilayah yang tergolong pelosok, dan sering tidak diimbangi dengan analisis dan pertimbangan yang komprehensif.

Kondisi di atas berakibat banyaknya pengembang yang terjun dalam bisnis properti dalam hal ini ruko. Salah satu pengembang yang turut serta meramaikan bisnis ruko ini adalah PT "XYZ" yang resmi terbentuk di tahun 2011. Sebagai perusahaan yang baru terbentuk, perusahaan menghadapi kendala dalam mencari lahan untuk diolah menjadi proyek properti. Pertimbangan lokasi yang strategis menjadi pertimbangan utama dikarenakan konsep awal perusahaan adalah mengembangkan proyek di area yang sudah berkembang, terkenal dan strategis. Konsekuensi dari pilihan pencarian lahan dengan model demikian adalah biaya beli tanah yang tinggi. Biaya lain yang harus disiapkan perusahaan adalah biaya perijinan,

surat, pemasaran, pembangunan.

Sebagai tahap awal, perusahaan memfokuskan diri pada pembangunan kompleks Rumah Toko (Ruko) Kedoya Raya. Semua biaya yang timbul tentu akan dibandingkan dengan nilai proyek itu, dan penjualan dari unit unit yang ada diharapkan dapat menutupi biaya serta mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan studi kelayakan bisnis untuk menentukan layak atau tidaknya proyek ini. Riset ini bertujuan untuk melakukan studi kelayakan pada proyek pembangunan Ruko Kedoya oleh PT "XYZ". Hasil yang diharapkan dari riset ini adalah suatu rekomendasi layak tidaknya proyek Ruko Kedoya ini dibangun, dilihat dari aspek pasar, finansial, serta sosial ekonomi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Proyek

Proyek adalah kegiatan-kegiatan yang dapat direncanakan dalam satu bentuk kesatuan dengan mempergunakan sumber-sumber untuk mendapatkan laba yang diharapkan. Proyek merupakan rangkaian kegiatan jangka panjang yang dimulai sejak di rencanakan, kemudian dilaksanakan sampai benar-benar memberikan hasil atau keluaran-keluaran sesuai dengan perencanaannya. Proyek baru dinyatakan berhasil apabila telah berhasil memberikan keluaran-keluaran yang dapat ditunjukkan guna mencapai harapan-harapan yang lebih penting lagi yaitu tujuan fungsional proyek. (<http://www.ilmu-ekonomi.com/2012/04/>)

2.2. Studi Kelayakan

Setiap proyek adalah investasi untuk meningkatkan kemakmuran bagi masyarakat. Karena proyek berhubungan erat dengan investasi berupa modal uang / dana, penentuan sebuah proyek layak atau tidak layak dijalankan adalah dengan melakukan pengkajian yang sering disebut studi kelayakan. Keberhasilan suatu proyek dapat ditinjau dari beberapa kepentingan antara lain kepentingan ekonomi dari pemilik proyek, kepentingan ekonomi dari lingkungan sekitar, ataupun kepentingan sosial kemasyarakatan. Studi kelayakan yang dilakukan sebelum proyek dijalankan secara fisik akan menyoroti semua aspek yang mempunyai hubungan erat dengan rencana proyek tersebut. Aspek-aspek yang biasa diamati adalah aspek pasar, teknis, finansial dan sosial ekonomi. Dengan semua aspek ini diteliti

dan ditelaah diharapkan proyek yang dilaksanakan akan mempunyai masa dengan yang baik dan menghasilkan manfaat bagi semua pihak yang terkait didalamnya. (Suharto, Iman. 2002).

Aspek pasar berfungsi menghubungkan manajemen perusahaan pemilik proyek dengan pasar yang bersangkutan melalui informasi. Informasi yang didapat dari pasar, akan diolah dan diidentifikasi oleh perusahaan agar dapat ditemukan poin poin yang terkait kesempatan ataupun permasalahan yang dapat timbul, sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan secara objektif, tepat dan berkualitas mengenai kelangsungan proyeknya.

Analisis finansial berangkat dari tujuan dasar perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan biaya yang minimal. Analisis aspek finansial dapat dilakukan antara lain dengan pendekatan *Cost Benefit Ratio*, *NPV (Net Present Value)* dan *IRR (Internal Rate of Return)*.

Aspek sosial ekonomi terkait dengan bagaimana pengaruh bisnis yang akan didirikan terhadap perubahan struktur sosial ekonomi masyarakat sekitar.

2.3. Penelitian Terdahulu

Ratnawati (2007) mengkaji kelayakan bisnis pada pengembangan usaha perumahan di Perum Kaligayam Regency, Turen. Hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa tingkat kelayakan proyek perumahan di Perum Kaligayam Regency, Turen menghasilkan nilai *Payback* Periode selama 4 tahun 1 bulan, *Net Present Value (NPV)* yang positif ($NPV > 0$), *Benefit Cost ratio* atau *Profitability Index* sebesar 2,03 ($B/C > 1$) ataupun *Internal Rate of Return (IRR)* sebesar 18,9%.

Kajian kelayakan pembangunan perumahan Greatland Setiabudi dilakukan oleh Mulyadi (2012), diperoleh hasil *Net Present Value (NPV)* sebesar 2.054.261.000,-. nilai *IRR* sebesar 22,90%. *Payback* period (PP) selama 2 tahun 3 bulan 29 hari. *Benefit Cost Ratio* sebesar 1,10, serta *Profitability Ratio* sebesar 54% untuk *Rate of Return on Investment (ROI)* dan 67% untuk *Rate of Return on Equity (ROE)*.

Studi kelayakan terhadap Pembangunan Ruko CV Karya Sinar Abadi yang dilakukan oleh Margaretha (1997) menghasilkan nilai *NPV* sebesar 32.927.879, *IRR* sebesar 24,884%, dan *payback* periode selama 3 tahun 9 bulan.

Ariani (2010) melakukan penelitian tentang perhitungan investasi alternatif pemanfaatan fungsi bangunan yang dapat dikembangkan pada Legian Plaza, Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

Alternatif fungsi bangunan sebagai pusat hiburan atau *entertainment centre* memiliki nilai NPV dan IRR masing-masing sebesar Rp. 14.818.175.260,-, dan 17,06% serta payback period selama 12 tahun.

III. METODE

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni – Desember 2012. Lokasi penelitian ini adalah pada proyek ruko di PT XYZ yang berlokasi di Jl. Kedoya Raya No.2A. Pemilihan lokasi tersebut adalah dikarenakan di lokasi tersebut masih sedikit dibangun Ruko, sehingga peluang untuk laku terjual semakin tinggi.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam studi kelayakan ini adalah data primer dan data sekunder yang bersumber dari :

- Studi Pustaka

Studi pustaka yang digunakan berupa buku-buku dan modul-modul perkuliahan yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu juga berupa tabel dan pernyataan mengenai kebutuhan dan ketersediaan unit properti yang dikeluarkan oleh organisasi-organisasi perusahaan properti maupun pihak-pihak yang berkompeten.

- Studi Lapangan

Proses pengamatan langsung dilakukan di tempat penelitian dengan pengambilan data-data yang dibutuhkan dalam menentukan perhitungan, antara lain data pembelian lahan, data nilai penjualan, *Bill of Quantity* untuk kontraktor, umpan balik pelanggan, informasi biaya, laporan distributor, laporan keuangan, dan lain sebagainya.

3.3. Metode Analisis

Data yang digunakan dalam analisis aspek pasar dan aspek sosial ekonomi merupakan data kualitatif yang merupakan rangkaian informasi yang menunjang pengambilan keputusan PT XYZ. Selanjutnya pada analisis aspek pasar, data diolah untuk memperoleh informasi dalam menentukan kelayakan proyek ruko ini dari aspek pasar. Sedangkan pada aspek sosial ekonomi data diolah secara kualitatif khususnya dalam hal dampak sosial dengan hadirnya Ruko Kedoya bagi lingkungan sekitar, serta dampak ekonomi bagi lingkungan sekitar

Pada analisis aspek finansial, data yang digunakan berupa data kuantitatif berupa nilai-nilai

proyeksi keuntungan ataupun kerugian. Selanjutnya data diolah menggunakan perhitungan-perhitungan dengan beberapa metode, antara lain *Benefit Cost Ratio (BCR)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal Rate Return (IRR)*.

IV. PEMBAHASAN

4.1. Gambaran umum Perusahaan

PT XYZ didirikan pada 18 Maret 2011 sesuai Akta Notaris Amaliyah, SH, MKN dengan domisili perusahaan berada di Plaza Marein Lt.17 Unit B, Jl. Jendral Soedirman Kav 76-78 Jakarta Selatan. Konsentrasi bisnis PT XYZ adalah pada jenis usaha *Real Estate* yaitu menjadi *Developer* dan Kontraktor. Rencana bisnis properti ini sudah diluncurkan oleh pemilik perusahaan sejak tahun 2010 dan sejak itu pula secara tidak resmi, pemilik perusahaan mulai melakukan investasi pembelian lahan-lahan yang diproyeksikan akan menjadi cikal bakal usaha awal dari PT XYZ ini.

Sampai akhir tahun 2012 ini PT XYZ sudah meluncurkan 2 (dua) proyek properti di Jakarta yaitu :

1. Ruko Kedoya Raya yang merupakan proyek Rumah Toko (Ruko) sebanyak 7 (tujuh) unit yang berlokasi di Jl. Kedoya Raya No.2A. Proyek ini siap jual di Desember 2012.
2. Casaviia Town House at Kemang. Proyek ini merupakan proyek *town house* sebanyak 14 (empat belas) unit yang berlokasi di Kemang Selatan I No.7A. Sampai Juli 2012 sudah sampai pada tahap persiapan marketing office dan material marketing seperti website (www.casaviia.com), brosur, dan lain-lain.

Proyek-proyek yang sedang masuk persiapan gambar dan perhitungan biaya adalah Condotel di Seminyak Bali dan Komplek Villa di Ubud Bali. Proyek pembangunan lain adalah menjalankan proyek renovasi di beberapa lokasi antara lain :

1. Renovasi pabrik gula di PT MT, Makasar
2. Renovasi terminal batubara, TCT, Kalimantan Timur
3. Renovasi Hotel Lumire, Jakarta

Tulisan ini hanya akan membahas kelayakan proyek Ruko Kedoya secara pasar dan finansial. Proyek Ruko Kedoya merupakan proyek pertama dari PT XYZ yang bersifat *design and build*, yang artinya perusahaan membangun dan menjual proyek ruko ini kepada pembeli. Proyek Ruko ini berdiri di Jl. Kedoya Raya No.2A dimana dahulu berdiri bengkel mobil dan beberapa toko kelontong kecil. Proyek Ruko ini membangun

sebanyak 7 unit dengan luasan total area proyek adalah 873 m².

4.2. Analisa Pasar

Estimasi biaya pembangunan ruko sekitar Rp 1.800.000,- (satu juta delapan ratus ribu rupiah) sampai dengan Rp. 2.500.000,- (dua juta lima ratus ribu rupiah) per m². Nilai estimasi ini didapat dari pengalaman pemilik perusahaan membangun rumah dan informasi dari kontraktor.

Berdasar survei lokasi dan area sekitarnya, ditemukan beberapa hal menarik antara lain :

- Daerah Kedoya sedikit banyak terpengaruh oleh peningkatan nilai tanah area kembangan, puri dan sekitarnya. Sesuai peta lokasi, posisi Kedoya yang masih dekat dengan Puri (rencana CBD) membuat harga tanah naik pesat dalam beberapa waktu terakhir. Berdasarkan survei harga pada beberapa penjual tanah sekitar lokasi, harga jual tanah saat ini berkisar di Rp. 6.000.000, sampai Rp 8.000.000,- per m².
- Jumlah ruko di area kedoya sangat sedikit sementara banyak rumah rumah beralih fungsi menjadi tempat usaha sehingga terkesan berantakan dan tidak terurus. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus RW setempat yang juga merupakan anggota DPRD, diperoleh informasi bahwa pemerintah setempat berencana membenahi kondisi ini dengan menertibkan rumah-rumah yang beralih fungsi menjadi tempat usaha sekaligus merumuskan kebijakan baru untuk merubah peruntukan wilayah yang sebelumnya hunian menjadi usaha.
- Kisaran harga ruko sejenis di sekitar Kedoya, Puri, Kembangan variatif. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu agent properti "Eastons" Puri, kisaran harga ruko sejenis memiliki nilai jual yang sama dengan ruko kedoya, yaitu sekitar Rp. 3 Miliar sampai dengan Rp. 7 Miliar rupiah untuk 200 m² – 300 m².

Guna melengkapi informasi mengenai perbandingan harga pasaran ruko di daerah Kedoya dan sekitarnya dilakukan survei terhadap calon penjual ruko sejenis. Survei dilakukan dengan kriteria bahwa ruko merupakan ruko baru, dan berada dalam lingkup area Kedoya dan sekitarnya. Hasil survey tersebut dapat dipetakan beberapa hal sebagai berikut :

Pada area Kedoya hanya ada 1 ruko baru milik kompetitor yang baru akan dijual, sementara ruko lain berada di area sekitar kedoya yaitu berada

di sisi Jalan Tol Jakarta – Tangerang dan ruko lama berada di daerah Puri Indah. Beberapa data penawaran harga ruko tersebut adalah :

- Ruko yang letaknya kurang lebih 100 meter dari rencana proyek ruko PT XYZ (dengan status Wisma Besar (hunian) dan mempunyai luasan tanah 132 m² serta luasan bangunan 247,5 m² dengan 3 lantai), dibuka dengan harga penawaran senilai Rp. 3.500.000.000,- (tiga miliar lima ratus juta rupiah).
- Ruko yang letaknya di sisi Jalan Tol Jakarta – Tangerang, yang memiliki akses keluar Kembangan (dengan status lahan adalah Wisma Dagang, dan mempunyai luasan tanah 80 m² dan luasan bangunan 240 m² dengan 3 lantai), dibuka dengan harga penawaran senilai Rp. 6.200.000.000,- (enam miliar dua ratus juta rupiah). Luasan tanah ruko ini kecil, tanpa area parkir. Area parkir ruko ini merupakan area bersama dan dikelola oleh kantor pengelola.
- Ruko yang bersebelahan dengan ruko di atas (di sisi jalan Tol Jakarta – Tangerang), dengan luasan yang sama, memiliki harga sedikit lebih rendah yaitu Rp. 6.000.000.000,- (enam miliar rupiah).
- Ruko lain yang letaknya di sisi jalan Tol Jakarta – Tangerang tepat di sebelah Puri Bugar memiliki harga jual termahal yaitu Rp. 8.000.000.000,- (delapan miliar rupiah). Ruko tersebut memiliki luasan tanah 80 m² dan luas bangunan 280 m² dengan 3,5 lantai.

Dapat disimpulkan bahwa aspek pasar Ruko Kedoya memiliki potensi untuk menjadi proyek bisnis yang menguntungkan perusahaan dan juga menguntungkan pembeli baik investor maupun pemakai langsung.

4.3. Analisa Finansial

Ada 2 (dua) faktor utama dalam melakukan analisa finansial, yaitu pemasukan dan pengeluaran/biaya perusahaan. Pada tulisan ini dilakukan persamaan persepsi waktu analisa dengan pendekatan nilai uang antara waktu terjadinya transaksi yang melibatkan komponen-komponen pada dua faktor utama tersebut di atas.

Pengeluaran perusahaan merupakan komponen biaya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam merencanakan, membangun dan proses penjualan proyek ruko tersebut. Komponen biaya biaya tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rencana Pengeluaran Perusahaan

PENGELUARAN		
TGL	KETERANGAN	NILAI
Apr-11	Biaya pembelian lahan, pajak, notaris, dokumen (B)	4.279.165.790
Nov-11	Biaya Desain dan Perhitungan Ruko (C)	33.180.000
Nov-11	Biaya Perizinan Bangunan (D)	40.500.000
Jan-12	Biaya peningkatan status lahan (E)	1.000.000.000
Jan-12	Biaya pemisahan awal (F)	8.000.000
Des-13	Biaya pemisahan kembali bunker (G)	561.000.000
Apr-12	Biaya pembangunan ruko tahap 1 (H)	661.600.000
Agust-12	Biaya pembangunan ruko tahap 2 (I)	995.400.000
Ok-12	Biaya pembangunan ruko tahap 3 (J)	829.500.000
Des-12	Biaya pembangunan ruko tahap 4 (K)	829.500.000
		9.239.845.790

Sampai Juli 2012 belum ada penerimaan uang masuk untuk perusahaan dari hasil penjualan unit ruko. Hal ini disebabkan karena banyak peminat calon pembeli mempertanyakan komitmen pembangunan ruko. Kondisi ini dapat dimaklumi karena calon pembeli meragukan kredibilitas nama developer yang memang baru berdiri setahun lalu dan bukanlah developer besar. Sementara untuk harga jual tidak ada masalah bagi calon pembeli karena memang harga jual ruko ini bersaing dengan ruko ruko sejenis di sekitar area Kedoya, Kembangan.

Berdasarkan masukan dan saran dari tenaga pemasaran, akhirnya perusahaan memutuskan untuk membangun terlebih dahulu ruko sambil secara bersamaan tenaga pemasaran melakukan penjualan dan bisa menunjukkan kepada calon pembeli progress atau kemajuan dari proyek ruko tersebut. Dalam studi kelayakan ini, diasumsikan bahwa seluruh transaksi penjualan baru terjadi di Desember 2013. Adapun nilai penjualan masing masing unit adalah mengacu list harga / price list di Maret 2012, dan diasumsikan tidak mengalami perubahan.

Asumsi penjualan saat Desember 2013 adalah penjualan tunai keras, sehingga diperoleh perkiraan pendapatan dari penjualan seluruh ruko adalah Rp. 18.700.000.000,- (Delapan belas miliar

tujuh ratus juta rupiah). Asumsi penjualan memakai nilai tunai keras karena akan dibandingkan antara pengeluaran dengan pemasukan yang terkecil.

Nilai uang baik pemasukan maupun pengeluaran perusahaan berada dalam kurun waktu yang berbeda dan bervariasi. Oleh karena itu perlu dilakukan penyamaan waktu perhitungan, dan dilakukan perhitungan pada bulan Agustus 2012. Hal ini dilakukan untuk memudahkan melakukan perbandingan yang adil. Pada bulan Agustus 2012 digunakan suku bunga sebesar 6% per tahun atau 0,5% per bulan. Asumsi ini didasarkan pada data Badan Pusat Statistik yang menyebutkan tingkat inflasi nasional pada tahun 2011 adalah 3,79%. (<http://ekonomi.inilah.com/read/detail/1814126/inflasi-2011-capai-379>). Rincian perkiraan pendapatan perusahaan seperti tercantum pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rencana Pemasukan dari Penjualan Ruko

PEMASUKAN		
TGL	KETERANGAN	NILAI
Des-13	Penjualan Ruko (A)	
	unit 2A	2.952.500.000
	unit 2B	2.465.000.000
	unit 2C	2.550.000.000
	unit 2D	2.592.500.000
	unit 2E	2.656.250.000
	unit 2F	2.720.000.000
	unit 2G	2.783.750.000
		18.700.000.000

Satuan waktu yang menjadi acuan adalah bulan sehingga suku bunga menjadi bunga bulanan. Dengan nilai acuan bulan Agustus, maka semua nilai pemasukan dan pengeluaran di tarik ke Agustus 2012. Nilai pemasukan perusahaan bulan Agustus menjadi Rp. 17.265.710.000,00 dan nilai pengeluaran menjadi Rp. 9.062.378.905,00. Sehingga didapatkan nilai NPV proyek ini adalah $NPV = 17.265.710.000,00 - 9.062.378.905 = Rp. 8.203.331.094,18$ (+ Positif)

Tabel 3. Penerimaan yang ditarik ke Agustus 2012

TGL	KETERANGAN	NILAI	T' ke	RUMUSAN	PERHITUNGAN	NILAI DI AGUSTUS 2012
Des-13	Penjualan Ruko (A)		18	$P = P(F/T, 0,5\%, 18)$		
Des-13	unit 2A	2.952.500.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.952.500.000 * 0,6228$	1.850.977.250,00
Des-13	unit 2B	2.465.000.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.465.000.000 * 0,6228$	1.535.904.700,00
Des-13	unit 2C	2.550.000.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.550.000.000 * 0,6228$	1.588.215.000,00
Des-13	unit 2D	2.592.500.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.592.500.000 * 0,6228$	1.616.655.250,00
Des-13	unit 2E	2.656.250.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.656.250.000 * 0,6228$	1.654.915.625,00
Des-13	unit 2F	2.720.000.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.720.000.000 * 0,6228$	1.694.376.000,00
Des-13	unit 2G	2.783.750.000	28	$P = P(F/T, 0,5\%, 28)$	$P = 2.783.750.000 * 0,6228$	1.734.236.375,00
		18.700.000.000				17.265.710.000,00

Tabel 4. Pengeluaran yang ditarik ke Agustus 2012

TGL	KETERANGAN	NILAI	*" ke Agst'12	RUMUSAN	PERHITUNGAN	NILAI DI AGUSTUS 2012
Apr-11	Biaya pembelian lahan pajak, notaris, dokumen (B)	4.279.165.750	16	$F = P / (F/P, 0,5\%, 16)$	$F = 4.279.165.750 * 1,0831$	4.634.764.423,83
Nop-11	Biaya Desain dan Perhitungan Ruko (C)	33.180.000	9	$F = P / (F/P, 0,5\%, 9)$	$F = 33.180.000 * 1,0459$	34.702.962,00
Nop-11	Biaya Penunjan Bangunan (D)	40.500.000	9	$F = P / (F/P, 0,5\%, 9)$	$F = 40.500.000 * 1,0459$	42.358.950,00
Jan-12	Biaya peningkatan status lahan (E)	1.000.000.000	7	$F = P / (F/P, 0,5\%, 7)$	$F = 1.000.000.000 * 1,0355$	1.035.500.000,00
Jan-12	Biaya pemasaran awal (F)	8.000.000	7	$F = P / (F/P, 0,5\%, 7)$	$F = 8.000.000 * 1,0355$	8.284.000,00
Apr-12	Biaya pembangunan ruko tahap 1 (H)	663.600.000	4	$F = P / (F/P, 0,5\%, 4)$	$F = 663.600.000 * 1,0202$	677.004.720,00
Agust-12	Biaya pembangunan ruko tahap 2 (I)	995.400.000	0	Nilai saat ini	$P = 995.400.000$	995.400.000,00
Okt-12	Biaya pembangunan ruko tahap 3 (J)	829.500.000	2	$P = F / (P/F, 0,5\%, 2)$	$P = 829.500.000 * 0,9901$	821.287.950,00
Des-12	Biaya pembangunan ruko tahap 4 (K)	829.500.000	4	$P = F / (P/F, 0,5\%, 4)$	$P = 829.500.000 * 0,9801$	813.075.900,00
Des-13	Biaya pemasaran komisi broker (G)	561.000.000	16	$P = F / (P/F, 0,5\%, 16)$	$P = 561.000.000 * 0,9233$	517.971.300,00
		8.239.845.750				9.062.378.905,83

Nilai investasi perusahaan diperoleh sebesar Rp. 16.799.461.941,85. Hasil penjualan Ruko di bulan Desember 2013 diperkirakan sebesar Rp. 18.700.000.000,00.

Tabel 5. Pertumbuhan Nilai Perusahaan di Desember 2013 dengan MARR 30%/tahun

TGL	KETERANGAN	NILAI	" ke Des'13	RUMUSAN	NILAI DI DESEMBER 2013	NILAI DI DESEMBER 2013
Apr-11	Biaya pembelian lahan pajak, notaris, dokumen (B)	4.279.165.750	24	$F = P / (F/P, 30\%, 24)$	$F = 4.279.165.750 * 1,0288$	4.400.425.478,83
Nop-11	Biaya Desain dan Perhitungan Ruko (C)	33.180.000	25	$F = P / (F/P, 30\%, 25)$	$F = 33.180.000 * 1,0509$	34.824.402,00
Nop-11	Biaya Penunjan Bangunan (D)	40.500.000	25	$F = P / (F/P, 30\%, 25)$	$F = 40.500.000 * 1,0509$	42.662.950,00
Jan-12	Biaya peningkatan status lahan (E)	1.000.000.000	23	$F = P / (F/P, 30\%, 23)$	$F = 1.000.000.000 * 1,0604$	1.060.400.000,00
Jan-12	Biaya pemasaran awal (F)	8.000.000	23	$F = P / (F/P, 30\%, 23)$	$F = 8.000.000 * 1,0604$	8.483.200,00
Des-12	Biaya pemasaran komisi broker (G)	561.000.000	0	$F = P / (F/P, 30\%, 0)$	$F = 561.000.000$	561.000.000,00
Apr-12	Biaya pembangunan ruko tahap 1 (H)	663.600.000	26	$F = P / (F/P, 30\%, 26)$	$F = 663.600.000 * 1,0604$	703.374.562,00
Agust-12	Biaya pembangunan ruko tahap 2 (I)	995.400.000	26	$F = P / (F/P, 30\%, 26)$	$F = 995.400.000 * 1,0604$	1.057.874.800,00
Okt-12	Biaya pembangunan ruko tahap 3 (J)	829.500.000	24	$F = P / (F/P, 30\%, 24)$	$F = 829.500.000 * 1,0430$	1.172.581.500,00
Des-12	Biaya pembangunan ruko tahap 4 (K)	829.500.000	22	$F = P / (F/P, 30\%, 22)$	$F = 829.500.000 * 1,0348$	1.138.384.500,00
		8.239.845.750				10.775.371.541,85

Hasil perhitungan berikutnya, didapati bahwa dengan asumsi MARR sebesar 33% / tahun, nilai investasinya seharusnya sebesar Rp. 17.821.571.894,-, sedangkan dengan asumsi MARR 36% / tahun, nilai investasinya seharusnya sebesar Rp. 18.957.188.846,-. Sehingga dapat disimpulkan bahwa proyek pembangunan dan penjualan Ruko Kedoya oleh PT XYZ mempunyai nilai IRR sebesar antara 33% - 36% per tahun sejak biaya awal dikeluarkan (April 2011) sampai dengan penjualan ruko (Desember 2013). Perhitungan berdasarkan rumusan interpolasi, didapatkan bahwa IRR dari proyek Ruko ini adalah 2,94% per bulan atau 35,32% per tahun.

Dari ketiga perhitungan di atas, rencana pembangunan dan penjualan Ruko Kedoya menghasilkan perhitungan yang positif. Apabila mengacu pada penelitian terdahulu tentang studi kelayakan pembangunan perumahan yang memiliki IRR dibawah 25%, maka pembangunan Ruko Kedoya lebih menguntungkan karena memiliki IRR yang lebih tinggi yaitu sebesar 35,32%.

4.4. Analisa Sosial Ekonomi

Lingkungan sekitar Ruko merupakan campuran antara rumah hunian dengan tempat usaha

berupa toko kelontong, makanan, bengkel, dan lain lain. Wilayah sekitar yang letaknya dipelosok dalam gang, masih berupa hunian permanen. Masyarakat bersifat heterogen dari berbagai suku, agama, tidak didominasi oleh etnis tertentu, dan telah berbur satu sama lain. Selama ini tidak pernah terjadi adanya gesekan-gesekan antar masyarakat.

Tingkat ekonomi masyarakat sekitar proyek bervariasi dari berpenghasilan rendah hingga berpenghasilan tinggi. Masyarakat berpenghasilan rendah – sedang, merupakan karyawan kantor dan tinggal di pelosok gang jalan raya, sementara masyarakat kelas atas menempati hunian diseborang proyek yaitu Puri Kedoya. Ditemukan beberapa kelompok organisasi masyarakat sekitar proyek yang mengurus masalah parkir, tenaga kerja kasar, dan sebagainya.

Secara sosial, lingkungan sekitar proyek Ruko Kedoya menerima kehadiran proyek tersebut dan menaruh harapan bahwa jika proyek telah selesai dan menjadi suatu area perdagangan yang baru, dapat membawa perubahan positif bagi masyarakat sekitar. Sementara secara ekonomi, masyarakat menaruh harapan atas proyek ruko ini karena akan menaikkan nilai ekonomi dan bisnis sekitar lokasi dan dapat membuka lapangan kerja

dan peluang usaha dalam mendukung kehadiran ruko tersebut. Sehingga Proyek Ruko Kedoya berpeluang besar untuk diterima oleh masyarakat sekitar dan mempunyai nilai sosial dan ekonomi yang tinggi bagi lingkungan sekitar.

V. KESIMPULAN

1. Posisi Kedoya dekat dengan wilayah Puri, yaitu wilayah yang terus mengalami peningkatan harga tanah yang pesat, dilain pihak jumlah ruko di area kedoya masih sangat sedikit sementara banyak rumah beralih fungsi menjadi tempat usaha sehingga terkesan berantakan dan tidak terurus. Sehingga dari aspek pasar, Proyek Ruko Kedoya memiliki prospek yang sangat baik.
2. Proyek Ruko Kedoya mampu memberikan keuntungan sebesar Rp. 8.203.331.094,18 (delapan miliar dua ratus tiga juta tiga ratus tiga puluh satu ribu sembilan puluh empat rupiah delapan belas sen) di Agustus 2012.
3. Proyek Ruko Kedoya mampu menghasilkan nilai invetasi kembali (IRR) sebesar 35,32% per tahun. Nilai ini masih lebih menguntungkan jika dibandingkan dengan investasi di bidang perbankan.
4. Proyek Ruko Kedoya berpotensi besar untuk bisa diterima oleh masyarakat sekitar karena mampu meningkatkan nilai dari lingkungan Kedoya dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat dari aspek sosial dan ekonomi.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Ariani, Yeni Wiska.2010. Analisis Pemilihan Alternatif Investasi Pemanfaatan Gedung Legian Plaza, Bali. (Seminar Nasional Manajemen Teknologi XI). Program Studi MMT, Institut Teknologi Surabaya. Surabaya.

Davidson Jeff. 2008. Penuntun 10 Menit : Manajemen Proyek. Andi Offset. Yogyakarta.

Djatzmiko, M Budi. 2012. Studi Kelayakan

Bisnis. Thabi'Press. Bandung

Kadariah, Lien Karlina (dan Clive Gray). 1986, Pengantar Evaluasi Proyek, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Khotimah, Khusnul. et al. 2002. Evaluasi Proyek dan Perencanaan Usaha. Ghalia Indonesia & UMM Press. Malang.

Kondoatie, Robert J. 1995. Analisis Ekonomi Teknik. Andi Offset. Yogyakarta.

Margaretha, Ellen. 1997. Studi Kelayakan terhadap Pemangunan Ruko CV Karya Abadi Ditinjau dari Aspek Pasar dan Aspek Keuangan. Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. Surabaya.

Mulyadi, Indra. (2011), Studi Kelayakan Pembangunan Perumahan PT. Darmatama Indonesia, Skripsi Departemen Teknik Industri, Universitas Sumatera Utara, Medan.

Ratnawati, Hermin. 2007. Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan Usaha Perumahan (Studi pada Perumahan Kaligayam Regncy, Turen). Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra., Surabaya.

Ristono, Agus; Puryani. 2011. Ekonomi Teknik. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Salvatore Dominic. 2005. Ekonomi Manajerial. Salemba Empat. Jakarta.

Soeharto, Iman. 2002. Studi Kelayakan Proyek Industri. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Taufik Amir, M. 2011. Management Strategic : Konsep dan Aplikasi. Rajawali Pres. Jakarta.

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP LOYALITAS PERAWAT BAGIAN ANAK RUMAH SAKIT UMUM DAERAH TANGERANG

Evawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
e-mail: evawati@yahoo.com

ABSTRACT

Nurses in hospitals play an important role as a health care service, so it needs to be managed well, by fostering their loyalty through organizational culture. This research aims to analyze the influence of organizational culture on loyalty of the nurses at Tangerang General Hospital. The research variables were measured based on the perception of respondents using a Likert scale. The data obtained through the survey respondents by distributing questionnaires to Tangerang General Hospital as a nurse 30 respondents. Data were analyzed using simple linear regression models and processed with SPSS. Hypothesis test results shows there are significant influence of organizational culture on nurses' loyalty. Therefore, through this study we can conclude, if the factor is enhanced the organizational culture will influence the increase in RSUD Tangerang loyalty of the pediatric nurses.

Keywords : *simple linear regression, nurses' loyalty, Likert scale*

ABSTRAK

Tenaga perawat di rumah sakit memegang peranan penting sebagai pelaksana pelayanan kesehatan, sehingga perlu dikelola dengan baik antara lain dengan menumbuhkan loyalitas melalui budaya organisasi. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat di RSUD Tangerang. Variabel penelitian diukur berdasarkan persepsi responden dengan menggunakan skala Likert. Data responden diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 perawat RSUD Tangerang sebagai responden. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana yang diolah menggunakan program SPSS. Hasil Uji Hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat. Oleh karena itu melalui penelitian ini dapat disimpulkan, jika faktor budaya organisasi ditingkatkan maka akan berpengaruh pada peningkatan loyalitas perawat anak RSUD Tangerang.

Kata Kunci : *regresi linier sederhana, loyalitas perawat, skala Likert*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pembangunan dan pelayanan kesehatan tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan yang lebih baik. Yang digambarkan dengan meningkatnya mutu pelayanan yang berkesinambungan serta ditunjang oleh kelengkapan sarana dan pra sarana yang lebih baik. Rumah Sakit Umum (RSU) Tangerang dalam meningkatkan derajat kesehatan masyarakat di kabupaten tangerang dan sekitarnya. Dalam lingkungan bisnis saat ini, perusahaan memiliki ketergantungan kepada karyawan mereka yang lebih besar dibandingkan pada masa lalu dimana persaingan bisnis saat ini lebih tinggi. Perusahaan

dengan karyawan yang loyal memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dan tingkat yang lebih tinggi untuk bertahan hidup dibandingkan dengan perusahaan dengan karyawan kurang setia. Keberhasilan jangka panjang dari setiap perusahaan sangat bergantung pada kualitas dan loyalitas rakyatnya. Karyawan yang loyal adalah aset ke perusahaan, dan retensi mereka adalah kunci untuk nya keberhasilan, untuk satu, mereka membawa pelanggan setia. Mengingat pentingnya mereka, pengusaha harus mampu mengidentifikasi dan mempertahankan karyawan yang loyal.

Salah satu perbedaan utama antara rumah sakit dengan organisasi-organisasi lainnya adalah bahwa lingkungan rumah sakit biasanya dicirikan oleh campuran heterogen profesional dan staf non-

profesional. Rumah sakit juga ditandai dengan profesionalitas yang tinggi, suasana kekeluargaan serta tingkat keterlibatan yang tinggi dari karyawan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap mutu pelayanan kesehatan menyebabkan rumah sakit harus mampu memberikan pelayanan dan menjaga mutu pelayanan yang diberikan kepada pasien. Sebagai bagian integral dari proses pelayanan kesehatan di rumah sakit, pelayanan keperawatan memegang peranan sangat penting dalam menentukan baik buruknya mutu dan citra rumah sakit. Perawat merupakan tenaga kesehatan yang mempunyai waktu paling lama dalam berinteraksi dengan pasien dibandingkan tenaga kerja lain di rumah sakit, karena selama 24 jam sehari perawat selalu berada di sisi pasien. Profesi perawat dituntut untuk memberikan pelayanan keperawatan yang bermutu, memiliki landasan ilmu pengetahuan dan ketrampilan yang kuat, disertai sikap dan tingkah laku yang profesional dan berpegang kepada etika keperawatan.

Kinerja pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Tangerang perlu dipadukan dengan meningkatkan pelayanan yang efektif dan efisien, sehingga Rumah Sakit Umum Tangerang menghasilkan produk pelayanan bermutu dengan biaya relatif terjangkau oleh para pengguna jasa. Kualitas sumber daya manusia perlu ditingkatkan terutama disiplin dan motivasi para perawat bagian anak di Rumah Sakit Umum Daerah Tangerang. Dalam kaitannya dengan loyalitas perawat bagian anak sebagai pelaksana pelayanan pengguna jasa rumahsakit, dibutuhkan SDM yang memiliki disiplin dan motivasi kerja yang baik, sehingga dapat mempengaruhi kinerja sesuai standar kualitas mutu pelayanan. Penulis tertarik meneliti dengan judul **“Pengaruh Budaya organisasi terhadap loyalitas Perawat bagian anak rumah sakit Tangerang”**.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat bagian anak RSUD Tangerang. Penelitian diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai budaya organisasi dan loyalitas perawat pada RSUT.
2. Penelitian diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan atau informasi bagi pihak Perawat bagian anak RSUT serta untuk menentukan kebijakan perusahaan mengenai pelaksanaan budaya organisasi, terutama untuk

meningkatkan loyalitas perawat.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan mengenai pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat anak RSUT.

LANDASAN TEORI

Fungsi Manajemen Sumberdaya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan konsep yang berkembang dari praktik manajemen personalia yang lebih bersifat administrative menjadi pengelolaan manusia sebagai sumberdaya paling utama dalam organisasi. Manajemen sumberdaya manusia terdiri dari kata manajemen dan sumberdaya manusia. Menurut Terry (2008) fungsi manajemen terdiri dari:

1. *Planning*, yakni menetapkan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan, termasuk kegiatan pengambilan keputusan.
2. *Organizing*, yakni membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan ke dalam kelompok-kelompok, membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengadakan pengelompokan tersebut dan menetapkan wewenang diantara kelompok atau unit-unit organisasi.
3. *Actuating*, atau disebut juga ‘gerakan aksi’ mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manager untuk mengawasi dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.
4. *Controlling*, yakni pengendalian, Mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana.

Sumberdaya manusia menurut Wirawan (2009:1) mencakup semua yang terdapat dalam diri manusia yang antara lain terdiri atas dimensi fisik, psikis, sifat dan karaktersitik, pengetahuan dan ketrampilan, serta pengalaman yang terkait dengan pekerjaan. Sedangkan Mangkunegara (2001:2) menggabungkan antara fungsi-fungsi manajemen dengan sumberdaya manusia sebagai tenaga kerja. Pengertian manajemen sumberdaya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pelaksanaan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pembelian imbalan, pengintegrasian antara karyawan dan fungsi-fungsi dalam organisasi, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dengan tujuan untuk pencapaian tujuan organisasi.

Fungsi Operasional Manajemen Sumberdaya Manusia

Menurut Hasibuan (2003:27) manajemen sumberdaya manusia merupakan ilmu dan seni dalam pengaturan hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan organisasi, tujuan karyawan maupun tujuan masyarakat. Selanjutnya dalam operasionalnya manajemen sumberdaya manusia terdiri dari 7 (tujuh) yang disebut juga sebagai fungsi operasional MSDM, yakni:

1. Pengadaan (*procurement*), yakni proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi dan induksi untuk mendapatkan perawat yang efektif dan efisien membantu tercapainya tujuan perusahaan.
2. Pengembangan (*development*). yakni suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoretis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pendidikan meningkatkan keahlian teoretis, konseptual, dan moral perawat, sedangkan latihan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis pelaksanaan pekerjaan perawat.
3. Kompensasi (*compensation*), adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima perawat sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan.
4. Pengintegrasian (*integration*) yakni kegiatan menyatupadukan keinginan perawat dan kepentingan perusahaan agar tercipta kerja sama yang memberikan kepuasan.
5. Pemeliharaan (*maintenance*), yakni usaha mempertahankan dan atau meningkatkan kondisi fisik, mental dan sikap perawat agar mereka tetap loyal dan bekerja produktif untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan.
6. Kedisiplinan (*discipline*), yakni kesadaran dan kesediaan seseorang (dalam hal ini perawat) menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku.
7. Pemberhentian (*separation*), yakni pemutusan hubungan kerja seseorang perawat dengan suatu organisasi perusahaan. Dengan pemberhentian, berarti berakhirnya perikatan antara pekerja dalam hal ini perawat dengan perusahaan tempat bekerja atau dalam hal ini rumah sakit.

Pengertian pemeliharaan (*maintenance*) menurut Hasibuan (2003:176), adalah usaha manajemen untuk mempertahankan dan atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan sikap

karyawan, agar para karyawan tersebut tetap loyal dan bekerja produktif untuk menunjang tercapainya tujuan-tujuan organisasi perusahaan. Pemeliharaan karyawan dilaksanakan melalui program-program kesejahteraan berdasarkan kebutuhan sebagian besar karyawan dan harus berpedoman pada aturan ketenagakerjaan serta praktik-praktik yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan sejenis. Pemeliharaan karyawan bisa juga berbentuk proses komunikasi antara manajemen dengan para pegawai, sehingga tercapai suatu pemahaman yang sama terkait dengan harapan-harapan pengusaha maupun para karyawan.

Kinerja Karyawan

Seseorang akan selalu mendambakan penghargaan terhadap hasil pekerjaannya dan mengharapkan imbalan yang adil. Penilaian kinerja perlu dilakukan seobyektif mungkin karena akan memotivasi karyawan dalam melakukan kegiatannya. Disamping itu penilaian kinerja dapat memberikan informasi untuk kepentingan pemberian gaji, promosi dan melihat perilaku karyawan.

Menurut Waldman (1994) kinerja merupakan gabungan perilaku dengan prestasi dari apa yang diharapkan dan pilihannya atau bagian syarat-syarat tugas yang ada pada masing-masing individu dalam organisasi. Sedangkan menurut Mangkunegara (2001); kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Cascio (1995) dalam Koesmono (2005) mengatakan bahwa kinerja merupakan prestasi karyawan dari tugas-tugasnya yang telah ditetapkan. Soeprihantono (1998); mengatakan bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan seorang karyawan selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standard, target/sasaran/criteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Berbagai macam jenis pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan, tentunya membutuhkan kriteria yang jelas, karena masing-masing jenis pekerjaan tentunya mempunyai standar yang berbeda-beda tentang pencapaian hasilnya. Makin rumit jenis pekerjaan, maka standard operating procedure yang ditetapkan akan menjadi syarat mutlak yang harus dipatuhi. Dalam suatu perusahaan budaya organisasi, motivasi, komitmen organisasional, gaya kepemimpinan seseorang dan kepuasan kerja karyawan dapat berpengaruh

terhadap kinerja karyawannya bahkan dapat juga berpengaruh terhadap keinginan seseorang untuk berpindah pekerjaan.

Komitmen Organisasional

Keberhasilan pengelolaan organisasi sangatlah ditentukan oleh keberhasilan dalam mengelola SDM. Seberapa jauh komitmen karyawan terhadap organisasi ketika mereka bekerja, sangatlah menentukan organisasi itu dalam mencapai tujuannya. Dalam dunia kerja komitmen karyawan terhadap organisasi sangatlah penting sehingga sampai-sampai beberapa organisasi berani memasukkan unsur komitmen sebagai salah satu syarat untuk memegang jabatan/posisi yang ditawarkan dalam iklan lowongan pekerjaan. Sayangnya meskipun demikian tidak jarang pengusaha maupun karyawan masih belum memahami arti komitmen secara sungguh-sungguh. Padahal pemahaman tersebut sangat penting agar tercipta kondisi kerja yang kondusif sehingga organisasi dapat berjalan secara efisien dan efektif. Dalam rangka memahami apa sebenarnya komitmen karyawan terhadap organisasi beberapa ahli memberikan pengertian dan pandangan mereka.

Sedangkan Steers dalam (Yuwalliatin, 2006) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai rasa identifikasi, keterlibatan, dan loyalitas yang dinyatakan oleh seorang karyawan terhadap organisasinya. Steers berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan kondisi dimana karyawan sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-nilai dan sasaran organisasi. Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan.

Gibson, dalam Yuwalliatin (2006) memberikan pengertian bahwa : "komitmen karyawan merupakan suatu bentuk identifikasi, loyalitas dan keterlibatan yang diekspresikan oleh karyawan terhadap organisasi. Sedangkan Mathis & Jackson dalam Yuwalliatin (2006) memberikan pengertian bahwa : "komitmen organisasional merupakan tingkat kepercayaan dan penerimaan tenaga kerja terhadap tujuan organisasi dan mempunyai keinginan untuk tetap ada di dalam organisasi tersebut".

Studi Allen dan Meyer (1993) membedakan komitmen organisasi atas tiga komponen, yaitu *afektif*, *normative* dan *continuance*. Karyawan dengan komitmen afektif

yang kuat akan tetap bersama organisasi karena mereka menginginkannya, karyawan dengan komitmen *continuance* yang kuat karena mereka membutuhkannya, sedangkan karyawan dengan komitmen *normative* yang kuat karena mereka merasa sudah cukup untuk hidupnya. Allen dan Meyer (1993) berpendapat setiap komponen memiliki dasar yang berbeda, yaitu:

1. Komponen *afektif* berkaitan dengan emosional, identifikasi dan keterlibatan pegawai di dalam suatu organisasi.
2. Komponen *normative* merupakan perasaan-perasaan pegawai tentang kewajiban yang harus ia berikan kepada organisasi.
3. Komponen *continuance* berarti komponen berdasarkan persepsi pegawai tentang kerugian yang akan dihadapi jika ia meninggalkan organisasi.

Pegawai dengan komponen afektif tinggi masih bergabung dengan organisasi karena keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi. Sementara itu pegawai dengan komponen *continuance* tinggi tetap bergabung dengan organisasi karena mereka membutuhkan organisasi. Pegawai yang memiliki komponen *normative* tinggi, tetap menjadi anggota organisasi karena mereka harus melakukannya.

Setiap pegawai memiliki dasar dan perilaku yang berbeda tergantung pada komitmen organisasi yang dimilikinya. Pegawai yang memiliki komitmen organisasi dengan dasar afektif memiliki tingkah laku yang berbeda dengan pegawai yang berdasarkan *continuance*. Pegawai yang ingin menjadi anggota akan memiliki keinginan untuk menggunakan usaha yang sesuai dengan tujuan organisasi. Sebaliknya mereka yang terpaksa menjadi anggota akan menghindari kerugian finansial dan kerugian lain, sehingga mungkin hanya melakukan usaha yang tidak maksimal. Sementara itu, komponen *normative* yang berkembang sebagai hasil dari pengalaman sosialisasi, tergantung dari sejauh apa perasaan kewajiban yang dimiliki pegawai. Komponen *normative* menimbulkan perasaan kewajiban pada pegawai untuk memberi balasan atas apa yang telah diterimanya dari organisasi.

Kepuasan kerja dan komitmen organisasional berhubungan tetapi keduanya merupakan sikap yang dapat dibedakan. Kepuasan kerja berhubungan dengan tanggapan efektif terhadap lingkungan kerja dengan segera. Komitmen organisasional lebih stabil dan tahan lama (Norrish dan Niebuhr dalam Irwansyah 2005). Menurut Gregson (1992) kepuasan kerja adalah

sebagai pertanda awal komitmen organisasional. Suwandi dan Indriantono (1999) dalam Cahyono dan Ghozali (2002) menyatakan bahwa komitmen organisasional mendahului kepuasan kerja. Ghozali dan Cahyono (2002) menyatakan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh komitmen organisasi terhadap kepuasan kerja. Jadi seseorang yang memiliki komitmen tinggi akan memiliki identifikasi dengan organisasi, terlibat sungguh-sungguh dalam pekerjaan dan ada loyalitas serta afeksi positif terhadap organisasi. Komitmen dianggap penting bagi organisasi karena : (1) Pengaruhnya pada turnover, (2) Hubungannya dengan kinerja yang mengasumsikan bahwa individu yang memiliki komitmen cenderung mengembangkan upaya yang lebih besar pada pekerjaan, (Morrison, 1997).

Pengertian Budaya Organisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia secara harfiah budaya diartikan sebagai pikiran, akal budi atau sejumlah pola sikap, keyakinan dan perasaan tertentu yang mendasari, mengarahkan dan memberi arti pada tingkah laku seseorang dalam suatu masyarakat. Budaya Organisasi berkaitan dengan bagaimana memahami karakteristik budaya suatu organisasi, bukan dengan apakah mereka menyukai karakteristik itu atau tidak.

Budaya menurut Bovee and Thill dalam Purwanto (2006), adalah *system sharing* atas simbol-simbol, kepercayaan, sikap, nilai-nilai, harapan dan norma-norma untuk berperilaku. Dalam hal ini, semua anggota dalam budaya memiliki asumsi-asumsi yang serupa tentang bagaimana seseorang berpikir, berperilaku dan berkomunikasi serta cenderung untuk melakukan berdasarkan asumsi-asumsi tersebut

Menurut Murphy dan Hildebrandt (2006), budaya diartikan sebagai tipikal karakteristik perilaku dalam suatu kelompok. Sedangkan menurut Mitchel (2006), budaya merupakan seperangkat nilai-nilai inti, kepercayaan, standar, pengetahuan, moral, hukum dan perilaku yang disampaikan oleh individu-individu dan masyarakat, yang menentukan bagaimana seseorang bertindak, berperasaan dan memandang dirinya serta orang lain. Berdasarkan beberapa pengertian budaya tersebut, ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan, antara lain bahwa budaya mencakup sekumpulan pengalaman hidup, *system sharing* dan tipikal karakteristik perilaku setiap individu yang ada dalam suatu masyarakat, termasuk di dalamnya tentang bagaimana system nilai, norma, simbol-simbol dan kepercayaan atau keyakinan

mereka masing-masing.

Menurut Schein (2005:12) budaya organisasi ialah salah satu wujud anggapan yang dimiliki, diterima secara implisit oleh kelompok dan menentukan bagaimana kelompok tersebut rasakan, pikirkan dan bereaksi terhadap lingkungannya yang beraneka ragam. Schein (2005:15) mendefinisikan budaya organisasi sebagai suatu pola dari asumsi dasar yang diciptakan, ditemukan, atau dikembangkan oleh kelompok tertentu saat belajar menghadapi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang telah berjalan cukup baik untuk dianggap valid dan oleh karena itu, untuk diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk berpersepsi,berpikir, dan berperasaan sehubungan dengan masalah yang dihadapinya. Menurut Griffin (2004), budaya organisasi adalah serangkaian nilai, kepercayaan, perilaku, adat dan sikap yang membantu anggota organisasi memahami prinsip-prinsip yang dianutnya, bagaimana organisasi melakukan berbagai hal, dan apa yang dianggap penting oleh organisasi.

Fungsi Budaya Organisasi

Budaya organisasi memiliki fungsi yang semakin penting, sebagaimana disampaikan Robbins (2008:262) bahwa terdapat lima fungsi budaya organisasi yaitu : 1) sebagai penentu batas-batas, yang artinya budaya menciptakan perbedaan atau distingsi antara satu organisasi dengan organisasi lainnya. 2) memberikan suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi. 3) mempermudah timbulnya komitmen pada suatu yang lebih luas daripada kepentingan individu. 4) Meningkatkan stabilitas sistem sosial karena merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi dengan cara menyediakan standar mengenai apa yang sebaiknya dikatakan dan dilakukan perawat, dan 5) Budaya sebagai mekanisme pengendalian yang memberikan panduan dan bentuk perilaku serta sikap perawat.

Karakteristik Budaya Organisasi

Budaya organisasi menyatakan suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota organisasi. Oleh karena itu, organisasi akan mengharapkan bahwa individu-individu dengan latar belakang berbeda mampu melaksanakan budaya organisasi tempat mereka bekerja dengan karakteristik yang ada. Terdapat beberapa kajian tentang budaya organisasi yang mendukung kinerja organisasi. Terdapat dua kelompok kajian tentang budaya organisasi, yakni dimensi budaya organisasi yang mendukung kinerja dan tipologi

budaya organisasi yang bagaimanakan yang mendukung kinerja organisasi. Salah satu kajian tersebut antara lain dilakukan oleh O'Reilly *et al.* dalam Robbins (2008:256) yang menyatakan karakteristik-karakteristik budaya organisasi yakni : a) Inovasi dan keberanian mengambil resiko, b) Perhatian pada hal-hal rinci, c) Orientasi hasil, d) Orientasi orang, e) Orientasi tim, f) Keagresifan, dan g) Stabilitas. Meskipun pada awalnya kajian tersebut meneliti tentang kesesuaian tipologi budaya organisasi dengan nilai-nilai pribadi karyawan, namun hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa ke tujuh tipologi tersebut saling berkorelasi dan merupakan dimensi budaya organisasi. Hasil-hasil penelitian tentang pengaruh budaya organisasi dengan ketujuh dimensi tersebut juga menunjukkan hasil yang signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan. Masing-masing karakteristik ini berada di suatu kontinum mulai dari rendah sampai tinggi. Karenanya, menilai organisasi berdasarkan ketujuh karakteristik ini akan menghasilkan suatu gambaran utuh mengenai budaya sebuah organisasi.

Sedangkan Luthans (1997) menyebutkan bahwa budaya organisasi punya sejumlah karakteristik penting. Beberapa diantaranya adalah:

1. Aturan perilaku yang diamati. Ketika anggota organisasi berinteraksi satu sama lain, mereka menggunakan bahasa, istilah, dan ritual umum yang berkaitan dengan rasa hormat dan cara berperilaku.
2. Norma. Ada standar perilaku, mencakup pedoman mengenai seberapa banyak pekerjaan yang dilakukan, yang dalam banyak perusahaan menjadi "jangan melakukan terlalu banyak; jangan melakukan terlalu sedikit".
3. Nilai dominan. Organisasi mendukung dan berharap pesertamembagikan nilai-nilai utama. Contoh khususnya adalah kualitas produk tinggi, sedikit absen, dan efisiensi tinggi.
4. Filosofi. Terdapat kebijakan yang membentuk kepercayaan organisasi mengenai bagaimana karyawan dan atau pelanggan diperlakukan.
5. Aturan. Terdapat pedoman ketat berkaitan dengan pencapaian perusahaan. Pendaftar baru harus mempelajari teknik dan prosedur yang ada agar diterima sebagai anggota kelompok yang berkembang.
6. Iklim organisasi. Ini merupakan keseluruhan "perasaan" yang disampaikan dengan pengaturan yang bersifat fisik, cara peserta berinteraksi, dan cara anggota organisasi berhubungan dengan pelanggan dan individu dari luar.

Loyalitas Kerja

Loyalitas karyawan merupakan sikap positif karyawan terhadap perusahaan tempat dia bekerja. Loyalitas berasal dari kata dasar loyal, yang mempunyai arti setia atau patuh, loyalitas berarti mengikuti dengan patuh dan setia terhadap seseorang atau peraturan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, loyal berarti patuh, setia. Sedangkan loyalitas merupakan kesediaan dengan sungguh-sungguh oleh karena kesadaran bahwa ada otoritas yang harus dipatuhi. Menurut Gouzali (2005) loyalitas karyawan perawat merupakan suatu sikap mental perawat yang ditujukan pada keberadaan perusahaannya. Dari definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa loyalitas merupakan kesetiaan seorang perawat serta kesediaannya dalam mematuhi peraturan perusahaan tempat ia bekerja. Loyalitas identik dengan bentuk kesetiaan dan keberpihakan seseorang di tempat ia beraktivitas, untuk itu dalam sebuah organisasi loyalitas perawat itu sangat penting, dihargai dan perlu dibina. Adapun perlunya pembinaan loyalitas menurut Gouzali (2005:416) yakni agar SDM tersebut:

- a. Mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap perusahaan
- b. Adanya rasa memiliki terhadap perusahaan
- c. Dapat mencegah *turn over*
- d. Dapat menjamin kesinambungan kinerja perusahaan.

Aspek-aspek loyalitas

Steers dan Porter (1983) mengemukakan aspek-aspek loyalitas yang berhubungan dengan sikap yang akan dilakukan perawat, dan merupakan proses psikologis terciptanya loyalitas kerja dalam perusahaan, antara lain:

- a. Dorongan yang kuat untuk tetap menjadi anggota perusahaan, kekuatan aspek ini sangat dipengaruhi oleh keadaan individu, baik kebutuhan tujuan maupun kesesuaian individu dalam perusahaan.
- b. Keinginan untuk berusaha semaksimal mungkin bagi perusahaan.
- c. Kepercayaan yang pasti dan penerimaan yang penuh atas nilai-nilai perusahaan. Kepastian kepercayaan yang diberikan perawat, tercipta dari operasional perusahaan yang tidak lepas dari kepercayaan perusahaan terhadap perawat itu sendiri dalam menjalankan tugasnya.

Faktor penyebab rendahnya loyalitas

Menurut Soetjipto *dalam* Saydam (2005:395) rendahnya loyalitas dapat disebabkan

oleh beberapa hal yaitu:

- a. Rendahnya motivasi kerja
- b. Struktur organisasi yang kurang jelas, sehingga tugas dan tanggung jawab kabur
- c. Rancangan pekerjaan kurang baik, sehingga dirasa kurang cukup menantang
- d. Rendahnya kualitas manajemen, yang terlihat pada kurangnya perhatian terhadap kepuasan konsumen
- e. Rendahnya kemampuan kerja atasan, yang tidak dapat mendukung berhasilnya kerjasama tim
- f. Kurang terbukanya kesempatan untuk mengembangkan karir
- g. Sistem kompensasi yang kurang menjamin ketenangan kerja
- h. Waktu kerja yang kurang fleksibel.

Selain faktor penyebab rendahnya loyalitas, ada beberapa indikasi turunnya loyalitas dan sikap kerja antara lain:

1. Turun/rendahnya produktivitas kerja, dapat diukur atau diperbandingkan dengan waktu sebelumnya. Adanya penurunan produktivitas kerja ini dapat disebabkan oleh kemalasan atau penundaan kerja.
2. Menaiknya tingkat absensi Pada umumnya bila loyalitas dan sikap kerja perawat turun, maka perawat akan malas untuk datang bekerja setiap hari. Apabila ada gejala-gejala absensi naik maka perlu dianalisis faktor penyebabnya.
3. Keluar masuknya pegawai yang meningkat tersebut terutama adalah karena tidak senangnya para pegawai bekerja pada perusahaan. Oleh karena itu, mereka berusaha mencari pekerjaan lain yang dianggap sesuai. Tingkat perpindahan buruh yang tinggi selain dapat menurunkan produktivitas kerja, juga dapat mempengaruhi kelangsungan jalannya perusahaan.
4. Kegelisahan dimana-dimana, dimana loyalitas dan sikap kerja yang menurun mengakibatkan ketidaktenangan dalam bekerja, adanya keluhan dan lain sebagainya.
5. Timbulnya tuntutan sebagai perwujudan dan ketidakpuasan, dimana pada tahap tertentu akan menimbulkan keberanian untuk mengajukan tuntutan.
6. Tingkat indikasi yang paling kuat tentang turunnya loyalitas dan sikap kerja adalah pemogokan. Biasanya suatu perusahaan yang pegawainya sudah tidak merasa tahan lagi hingga memuncak, maka hal itu akan menimbulkan suatu tuntutan, dan bilamana

tuntutan tersebut tidak berhasil, maka pada umumnya para pegawai akan melakukan pemogokan kerja. (Nitisemito, 1991:163-166)

Dilihat faktor-faktor penyebab turun atau rendahnya loyalitas di atas serta berbagai indikasinya, maka perlu dilakukan cara untuk memperbaiki serta meningkatkan loyalitas. Adapun menurut Saydam (2005:396) yang mengutip Budi W. Soetjipto, langkah-langkah untuk memperbaiki serta meningkatkan loyalitas yakni:

1. Mengkaji ulang seluruh pekerjaan atau jabatan yang ada dalam perusahaan dan menyusun uraian pekerjaan yang benar
2. Pimpinan perusahaan perlu memberikan perhatian lebih pada kepuasan pegawai
3. Melibatkan pegawai dalam berbagai pelatihan sesuai dengan bidang tugasnya masing-masing
4. Meningkatkan kualitas sistem penilaian kinerja
5. Meningkatkan keterpaduan dan keterbukaan sistem pengembangan karier
6. Penyempurnaan sistem kompensasi, sehingga mencerminkan keadilan eksternal
7. Meningkatkan efektifitas komunikasi dalam perusahaan sehingga ada umpan balik terhadap hasil pekerjaan
8. Meningkatkan fleksibilitas waktu kerja sesuai dengan keadaan.

Pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas karyawan

Budaya organisasi merupakan sekumpulan nilai-nilai, kepercayaan-kepercayaan, yang membentuk perilaku dan kebiasaan-kebiasaan individu dalam suatu organisasi. Sejarah organisasi, kepemimpinan, dan pengalaman-pengalaman bersama para anggota organisasi membentuk budaya yang unik dari setiap organisasi. Ketika seseorang diterima sebagai karyawan, maka dia akan mengalami suatu proses sosialisasi sehingga dapat memahami bagaimana harus berperilaku di perusahaan tempat dia bekerja. Namun bila karyawan baru ternyata merasa tidak cocok dengan nilai-nilai yang dimiliki organisasi maka dia bisa saja kemudian tidak melanjutkan keanggotaannya atau mengundurkan diri. Dengan demikian proses sosialisasi budaya organisasi akan menyaring karyawan yang menerima nilai-nilai budaya organisasi sehingga mereka merasakan keterikatan dan nyaman dalam bekerja. Budaya organisasi yang kuat merupakan budaya organisasi yang dianut sebagian besar anggota organisasi, selain ada sub budaya yang bisa saja muncul dalam

suatu organisasi. Dengan demikian budaya yang kuat menciptakan loyalitas bagi para karyawan mengingat telah terjadi kesamaan nilai-nilai dan pemahaman tentang pola perilaku dalam perusahaan.

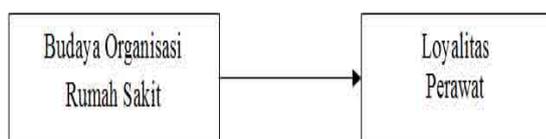
Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian tentang pengaruh budaya organisasi banyak dikaitkan dengan kinerja karyawan, komitmen organisasional dan kepuasan kerja karyawan. Komitmen organisasional merupakan keinginan karyawan untuk tetap bekerja dalam organisasi tempat dia bekerja, sehingga memiliki unsure loyalitas kepada organisasi. Rifai (2010) telah melaksanakan penelitian tentang pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas karyawan di pesantren Daarut Tauhid. Penelitian dilatar belakangi oleh tingkat *turn-over* karyawan yang relative tinggi serta jumlah karyawan yang cenderung mengalami penurunan selama periode lima tahun terakhir. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan.

Penelitian-penelitian tentang budaya organisasi rumah sakit telah dilakukan oleh beberapa peneliti, antara lain oleh Pribadi (2009), Kusumawati (2009), dan oleh Rizal (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi rumah sakit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dan kinerja karyawan.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah bahwa loyalitas perawat di Rumah Sakit Umum Tangerang Bagian Anak dipengaruhi oleh budaya organisasi rumah sakit.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis : Budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas perawat bagian anak Rumah Sakit Umum Tangerang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan terhadap para perawat di Bagian Anak Rumah Sakit Umum Tangerang. Rumah Sakit Umum Tangerang berlokasi di Jl. A. Yani Tangerang. Penelitian ini

menggunakan metode penelitian kausal, dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu variable bebas yakni budaya organisasi terhadap variable terikat yakni loyalitas perawat rumah sakit.

Budaya organisasi diukur dengan menggunakan tujuh indikator:

1. Inovasi dan pengambilan resiko, Karakteristik ini berkaitan dengan sejauh mana para perawat organisasi/anggota organisasi didorong untuk bersikap inovatif dan berani mengambil resiko.
2. Perhatian terhadap detail, yakni berkaitan dengan sejauh mana para perawat diharapkan menjalankan presisi, analisis, dan perhatian pada hal-hal kecil.
3. Orientasi hasil, yakni sejauh mana manajemenen berfokus lebih pada hasil ketimbang pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil tersebut.
4. Orientasi orang, yakni sejauh mana keputusan-keputusan manajemen mempertimbangkan efek dari hasil tersebut atas orang yang ada dalam organisasi.
5. Orientasi tim, yakni sejauh mana kegiatan-kegiatan kerja diorganisasi pada tim ketimbang pada individu-individu.
6. Keagresifan, yakni sejauh mana individu-individu dalam organisasi memiliki keagresifan dan sikap kompetitif.
7. Stabilitas, yakni sejauh mana organisasi menekankan dipertahankannya status quo dalam perbandingannya dengan pertumbuhan.

Loyalitas dalam penelitian ini diukur dengan empat indikator:

1. Mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap perusahaan,
2. Adanya rasa memiliki terhadap perusahaan,
3. Dapat mencegah *turn over*, sehingga perawat tetap bertahan, dan
4. Dapat menjamin kesinambungan kinerja perusahaan.

Indikator-indikator tersebut disusun dalam kuisioner yang menggunakan skala Likert skala satu sampai dengan lima. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner yang ditujukan ke seluruh perawat di Bagian Anak RSUD Tangerang yang berjumlah 30 orang. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana, dan diolah dengan menggunakan software *Statistical Programe for Social Science* (SPSS) versi 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Rumah Sakit Umum Tangerang

Rumah Sakit Umum (RSU) Kabupaten Tangerang didirikan pada tahun 1928 berlokasi di sebuah ruangan BUI (Penjara) yang lahanya digunakan sekarang sebagai mastid agung Al-Ittihad dengan kapasitas perawat 12 tempat tidur. Pada tahun 1932 rumah sakit dipindahkan ke Jalan Daan Mogot nomor 3 dengan kapasitas 40 tempat tidur. Pada tahun 1946 dipindahkan ke Balaraja, dan tahun 1955 pengelolaan RSU Tangerang diserahkan pada pemerintah Swatatantra Kabupaten Tangerang. Pada tahun 1959 mulai direncanakan membangun sebuah rumah sakit baru dilokasi yang sekarang di jalan Ahmad Yani No. 9 Tangerang. Pada tahun 1976 RSU Tangerang dimanfaatkan untuk pendidikan tingkat V dan VI FKUI, pada semua bagian dan tahun 1986 dijalin kerja sama antara pemda Tangerang dengan Fakultas kedokteran Gigi UI dengan tujuan meningkatkan pelayanan RSU Tangerang serta memanfaatkannya untuk pendidikan

Dengan keputusan Bupati Tangerang No.445/kep.113/Huk/2008 RSU Kabupaten Tangerang ditetapkan sebagai penyelegaraan pola pengelola keuangan badan layanan umum daerah Kabupaten Tangerang. Setelah dikembangkan secara bertahap saat ini RSU Tangerang mempunyai bangunan dengan luas 24.701 m² diatas tanah 41.615 m² dan memiliki fasilitas perawatan dengan 383 tempat tidur, dengan sejumlah 27 jenis keahlian dan jumlah karyawan 1.065 orang.

Aspek atau bidang kegiatan organisasi seluruhnya tercantum pada visi, misi, motto dan falsafah organisasi. Rumah Sakit Umum Tangerang memiliki misi untuk menjadi Rumah Sakit rujukan kasus ruda paksa dan industri serta Kesehatan Ibu dan Anak untuk wilayah Tangerang dan sekitarnya; otonom dalam manajemen, dan sebagai tempat pendidikan bagi tenaga kesehatan professional pada tahun 2008. Adapun misinya adalah Menyelenggarakan pelayanan secara komprehensif yang meliputi : 1) Pelayanan rujukan umum untuk seluruh jenis spesialis. 2) Pelayanan rujukan khusus dalam bidang traumatologi, kedokteran okupasi dan kesehatan ibu anak bagi seluruh masyarakat Tangerang dan sekitarnya tanpa memandang status sosial. 3) Menyediakan lahan bagi tenaga kesehatan, melalui kerjasama dengan instisusi pendidikan dan institusi kesehatan lain, yang dikelola secara professional.

Pelaksanaan operasional sehari-

hari mengacu pada moto Rumah Sakit Umum angerang adalah “*BERTEMU KASIH*” (Bersih, Tertib, Bermutu dan Kasih Sayang). 1) **Bersih** mempunyai arti : Bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan dan kebersihan pasien. Menjaga kebersihan diri dan berpenampilan menarik. Mempunyai pemikiran yang ikhlas terhadap pekerjaan. Mengajak orang lain untuk menjaga kebersihan. Memelihara fasilitas kerja agar tetap bersih dan rapi. 2) **Tertib** mempunyai arti : Bekerja sesuai prosedur tetap dan standar Pelayanan Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Memelihara dan memanfaatkan fasilitas kerja dengan sebaik-baiknya. Memberikan pelayanan kepada masyarakat sesuai dengan urutan pendaftaran. Kunjungan keluarga pasien (besuk) sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. 3) **Mutu** mempunyai arti : Memberikan pelayanan yang sebaikbaiknya berdasarkan protop dan standard pelayanan yang berlaku untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada pasien maupun kepada pengunjung lainnya. Berupaya meningkatkan kemampuan dan keterampilan sesuai dengan perkembangan IPTEK. Selalu menjaga dan eningkatkan kualitas pelayanan. Aktif mengikuti kegiatan Gugus Kendali Mutu (GKM). 4) **Kasih Sayang** mempunyai arti : Memberikan perhatian penuh kasih sayang kepada penderita / keluarganya untuk mengurangi penderitaan yang dialami dan meningkatkan motivasi untuk sembuh. Empati terhadap keluhan pasien/keluarganya. Berbicara dengan suara yang jelas, mudah dimengerti dan sopan.

Rumah Sakit Umum Tangerang memiliki falsafah bahwa kesejahteraan karyawan Rumah Sakit mutlak diperhatikan atau ditingkatkan agar terwujud kontribusi pengabdian yang tinggi dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus dijadikan sebagai dasar orientasi dalam pelayanan Rumah Sakit. Keberhasilan misi Rumah Sakit hanya dapat diwujudkan melalui suatu system yang dapat menciptakan kebudayaan kebersamaan, keterbukaan disertai profesionalisme yang menjunjung etos kerja yang tinggi.

Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Loyalitas Perawat Pada Perawat bagian anak RSU Tangerang

Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat pada Perawat bagian anak RSUT, di dalam penelitian ini di lakukan dengan menggunakan analissi regresi linier

sederhana dengan menggunakan program SPSS 16 (*Statistical Programe For Social Science*) dari data yang diperoleh di dalam penelitian ini setelah diproses di peroleh (*print out*) sebagai berikut :

Tabel 1. Variables Entered/Removed

Analisis regresi pada Tabel 1, tabel

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
	Budaya Organisasi		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LoyalitasPerawat

Variables Entered / Removed menunjukkan bahwa semua variabel digunakan dalam analisis regresi yaitu budaya organisasi rumah sakit sebagai variabel bebas (*Independent Variable*), sedangkan loyalitas perawat sebagai variabel terikat (*Dependent Variable*).

Tabel 2. Model Summary

Hasil data analisis dari Tabel 2 di atas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500a	.250	.223	5.682

a. Predictors: (Constant), BUDAYAORGANISASI

b. Dependent Variable: LOYALITASKARYAWAN menampilkan R= 0,500 yang berarti adanya hubungan positif antara variabel budaya organisasi dengan loyalitas perawat. R Square yang artinya pengaruh budaya organisasi terhadap loyalitas perawat sebesar 0,250 (25%) dan sisanya yaitu sebesar (100% - 25%) = 75% disebabkan oleh pengaruh lain diluar dari penelitian penulis. Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif antara Budaya Organisasi (Variabel X) dengan Loyalitas Perawat (Variabel Y).

Tabel 3. Hasil Pendugaan Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig
	B		Beta		
1 (Constant)	28.689	5.874		4.884	.000
BUDAYA ORGANISASI	.492	.161	.500	3.052	.005

a. Dependent Variable: LOYALITAS PERAWAT

Pada Tabel 3 di atas terlihat bahwa nilai konstanta (a) = 28,689 dengan t hitung = 4,884

dengan signifikansi sebesar 0,000. Koefisien budaya organisasi sebesar 0,492 dengan nilai t hitung = 3,052 dengan signifikansi sebesar 0,005. Berarti budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas perawat di Rumah Sakit Umum Tangerang bagian anak. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis, dan sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Rifai (2010) yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Daarut Tauhid.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh budaya kerja berpenaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas perawat di Perawat bagian anak RSUD Tangerang. Hasil penelitian mengkonfirmasi teori dan hasil penelitian terdahulu. Dengan demikian loyalitas para perawat dapat ditingkatkan melalui pengembangan nilai-nilai budaya organisasi.

Saran

Disarankan budaya organisasi disesuaikan dengan lingkungan dan kondisi sehingga mempunyai dampak yang positif terhadap loyalitas perawat anak RSUD Tangerang. Sebaiknya budaya organisasi yang baik dapat dipertahankan dan juga lebih ditingkatkan lagi, supaya perawat memiliki loyalitas yang lebih baik lagi, yang akhirnya kinerja perawat meningkat untuk menghasilkan produktivitas yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Sulistiyani, Ambar Teguh dan Rosidah . 2003. "Manajemen Sumber Daya Manusia". Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Dessler, Garry. 2007. "Manajemen Sumber Daya Manusia". Penerbit : Macana Jaya Cemerlang.

- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. "Manajemen Sumber Daya Manusia". PT. Bumi Aksara : Jakarta.
- Kusumawati, Ratna. 2008. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada RS Roemani Semarang). Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Luthans, Fred. 1997. *Organizational Behavior*, 5th edition, Singapore McGraw-Hill, International Edition.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2000. "Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan". Rosdakarya: Bandung.
- Pribadi, Agung. 2009. Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Motivasi, dan Persepsi Perawat tentang Supervisi Kepala Ruang terhadap Pelaksanaan Dokumentasi Asuhan Keperawatan di Ruang Rawat Inap RSUD Kelet Provinsi Jawa Tengah di Jepara. Tesis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Riduwan. 2004. "Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian". Cetakan kedua CV. Alfabeta.
- Riva'i dan Basri. 2004. "Penilaian Kinerja dan Organisasi". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Veithzal. 2005. "Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan". PT. Raja grafindo Persada: Jakarta.
- Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang. 2011. Profil Rumah Sakit Umum Kabupaten Tangerang Tahun 2011
- Rifai, Danu Ibrahim. 2010. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Loyalitas Kerja Karyawan pada Yayasan Daarut Tauhid Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Robbins, P. Stephen. (2008). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, Singgih. 2007. "Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 15", PT. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Supranto, J. 2007. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Saydam, Gouzali. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Suatu Pendekatan Mikro*. Jakarta. Djambatan.
- Schein, Edgar. 2005. *Organizational Culture and Leadership*. Josse Bass.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumberdaya Manusia: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta. Salemba Empat.

-oOo-

PENGARUH INFORMASI ARUS KAS TERHADAP HARGA SAHAM (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN JASA KEUANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI)

Suprpto, Nurul Hidayah, dan Tri Wahyuni
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
e-mail: suprpto@mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Cash flow information in the form of operating, investing, and financing will affect investor expectations on the prospects of a company, this causes investors reacted to purchase or sell shares in order to optimize profits. The purpose of this study in detail are (1) to analyze the significance of the effect of cash flow information (operating, investing, and financing activities) to the stock price, the partial and (2) analyze the significance of the combined effect of these three activities cash flow of information to the stock price? The method used is causal, whereas sampling is done by purposive sampling. Research shows that only partially cash flow investments have a significant effect on stock prices, although pengaruhnya negative. While simultaneously, cash flow information has a significant effect on stock prices.

Keywords: *cash flow, operating activities, investing activities, financing, and stock prices*

ABSTRAK

Kandungan informasi arus kas yang berasal dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan akan mempengaruhi pengharapan investor terhadap prospek suatu perusahaan, dengan demikian akan menyebabkan investor bereaksi untuk melakukan pembelian atau penjualan saham dalam rangka mengoptimalkan keuntungan. Adapun tujuan penelitian ini secara detail adalah (1) menganalisis signifikansi pengaruh informasi arus kas (aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan) terhadap harga saham, secara partial dan (2) menganalisis signifikansi pengaruh gabungan ketiga aktivitas informasi arus kas terhadap harga saham? Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah metode kausal, sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial hanya arus kas investasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham, walaupun pengaruhnya negatif. Sedangkan secara serentak, informasi arus kas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Kata kunci: *arus kas, aktivitas operasi, aktivitas investasi, pendanaan, dan harga saham*

PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan sarana bagi perusahaan yang menjual sahamnya kepada masyarakat (*go public*) untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan dalam rangka pembiayaan dan pengembangan usahanya. Pasar modal juga merupakan wadah bagi pemodal (investor) dalam menanamkan modalnya melalui pembelian surat berharga (saham/obligasi) baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, seorang investor pun harus memiliki perencanaan investasi yang efektif agar memperoleh keuntungan di pasar modal. Perencanaan ini meliputi pertimbangan keputusan yang diambil untuk mengakulasikan dana yang dimiliki dalam bentuk aktiva tertentu dengan harapan akan mendapatkan adalah teori yang telah diuji secara empiris dan dapat

menjelaskan kenyataan yang ada. Dengan demikian untuk memberikan justifikasi pemberlakuan PSAK No.2 perlu dilakukan penelitian empiris yang menguji apakah informasi arus kas yang diisyaratkan tersebut mempengaruhi perilaku para pelaku pasar modal. Investor akan mendasarkan keputusan investasinya pada informasi-informasi yang dimilikinya termasuk informasi akuntansi, dengan demikian penelitian ini akan mengaitkan informasi arus kas yang termasuk adalah teori yang telah diuji secara empiris dan dapat menjelaskan kenyataan yang ada. Dengan demikian untuk memberikan justifikasi pemberlakuan PSAK No.2 perlu dilakukan penelitian empiris yang menguji apakah informasi arus kas yang diisyaratkan tersebut mempengaruhi perilaku para pelaku pasar modal. Investor akan mendasarkan keputusan investasinya pada informasi-informasi yang dimilikinya termasuk

informasi akuntansi, dengan demikian penelitian ini akan mengaitkan informasi arus kas yang termasuk dalam informasi akuntansi dengan harga saham di pasar modal yang mengidentifikasi perilaku para pelaku pasar modal. Pemberlakuan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) No. 2 IAI mengenai perubahan penyajian laporan perubahan posisi keuangan yang semula "Laporan arus dana" menjadi "Laporan arus kas" didasari anggapan bahwa informasi arus kas history berguna menunjukkan jumlah, waktu, dan kepastian arus kas masa depan dan meneliti kecermatan taksiran arus kas masa depan. Uraian tersebut memberikan makna bahwa informasi mengenai arus kas diperlukan untuk analisis mengenai keuangan perusahaan dan melakukan prediksi arus kas dimasa mendatang.

Laporan arus kas menyajikan informasi tentang sumber dan penggunaan arus kas bersih dari aktivitas operasi, investasi, dan pembiayaan. Efek bersih dari arus kas dan setara kas tersebut dalam suatu periode dapat dilaporkan sehingga saldo awal dan akhir kas dan setara kas dapat direkonsiliasikan. Aktivitas investasi termasuk melakukan penagihan pinjaman, pembelian, dan penjualan aktiva tetap serta pembelian utang dan saham perusahaan lain. Aktivitas pendanaan meliputi penerimaan dana-dana ekuitas dan memberikan pengembalian/return kepada pemilik atas investasinya. Pendanaan dari pinjaman dan penjelasan utang serta menentukan dan membayar untuk sumber-sumber lain yang diperoleh dari kreditur atas kredit yang tidak lancar. Aktivitas operasi berkaitan dengan pengolahan (*manufacture*) dan penjualan barang/menyediakan jasa-jasa tidak untuk fungsi-fungsi investasi dan pendanaan.

Aktivitas-aktivitas usaha suatu perusahaan sebagian besar akan melibatkan kas dan setara kas sehingga dengan melakukan analisa terhadap laporan arus kas akan diketahui kinerja suatu perusahaan dalam suatu periode. Kinerja perusahaan yang baik menurut pandangan investor jika perusahaan memberikan pengembalian (*retun*) yang tinggi atas investasinya. Pengembalian atas investasi diberikan dalam bentuk deviden yang ditentukan berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). RUPS akan menetapkan jumlah deviden yang dibagikan sesuai dengan kondisi likuiditas dan rencana penggunaan kas di masa yang akan datang. Jadi, jika laba yang tinggi tidak akan menjamin pembagian deviden yang tinggi pula, tergantung penggunaan kas yang direncanakan dengan laporan arus kas dapat dianalisis perolehan kas dan penggunaannya, sehingga dapat diestimasikan pengembalian yang akan diberikan oleh perusahaan.

Investor sendiri mempunyai pengharapan

pengembalian atas investasi yang dilakukan oleh pengembalian investasi direalisasikan dalam bentuk deviden sehingga deviden menjadi parameter hasil investasi bagi investor. Deviden sebagai realisasi pengembalian investasi menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi yang mengakibatkan meningkatnya minat investor, dengan meningkatkan minat investasi ini akan meningkatkan permintaan atas saham yang memberikan deviden tinggi, yang berarti permintaan atas saham pun meningkat. Kemudian sesuai teori permintaan dan penawaran yang tinggi akan mengakibatkan harga meningkat, karena saham yang beredar dalam jumlah terbatas secara teknikal dalam harga saham tersebut terkandung tingkat deviden tingkat pertumbuhan deviden sebagai cerminan dari pengembalian dan estimasi pengendalian dimasa yang akan datang atas saham tersebut. Oleh karena itu laporan arus kas yang mengandung informasi mengenai kinerja perusahaan termasuk laba dan komponen pengembalian investasi akan mempengaruhi harga saham. Berdasarkan hal atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Menganalisis signifikansi pengaruh informasi arus kas (aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan) terhadap harga saham, secara parsial.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh gabungan ketiga aktivitas informasi arus kas terhadap harga saham, secara serentak.

LANDASAN TEORI

Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari suatu proses pencatatan, yang merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan. Pengertian laporan keuangan sendiri menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) Indonesia (2007:1) adalah laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan, dimana laporan keuangan yang lengkap adalah yang meliputi neraca, laporan perubahan posisi keuangan yang dapat disajikan dalam berbagai cara, misalnya sebagai laporan arus kas atau laporan arus dana. Catatan juga termasuk *schedule* dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan segmen jasa dan geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga.

Dari pengertian diatas laporan keuangan dibuat sebagai bagian dari proses pelaporan keuangan yang lengkap, dengan tujuan untuk mempertanggung jawabkan tugas-tugas yang

dibebankan kepada manajemen. Penyusunan laporan keuangan disiapkan mulai dari berbagai sumber data, terdiri dari faktur-faktur, bon-bon, nota kredit, salinan faktur penjualan, laporan bank dan sebagainya, tetapi dapat juga digunakan untuk membuktikan keabsahan transaksi.

Tujuan laporan keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia dalam Standar Akuntansi Keuangan (2007:3) adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Sedangkan tujuan laporan keuangan menurut *The Accounting Principles Board Statement No.4*, seperti yang dikutip oleh Belkaoui et.al (2006:224) bahwa tujuan laporan keuangan dapat diikhtisarkan sebagai berikut:

- a. Tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan secara wajar dan sesuai prinsip akuntansi yang dapat diterima umum, posisi keuangan, hasil keuangan, dan perubahan lain dalam posisi keuangan.
- b. Tujuan umum laporan keuangan adalah sebagai berikut:
 1. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya tentang sumber daya ekonomi dan kewajiban suatu usaha bisnis dengan tujuan untuk:
 - a. Mengevaluasi kekuatan dan kelemahan
 - b. Menunjukkan pendanaan dan investasi
 - c. Mengevaluasi kemampuan perusahaan memenuhi komitmen.
 - d. Menunjukkan basis sumber daya untuk pertumbuhan.
 2. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya tentang perubahan sumber daya bersih sebagai hasil dari aktivitas- aktivitas perusahaan dalam menghasilkan profit dengan tujuan untuk:
 - a. Menunjukkan tingkat pengembalian dividen.
 - b. Menunjukkan kemampuan operasi untuk membayar kreditor, dan pemasok menyediakan pekerjaan bagi karyawan, membayar pajak dan menghasilkan dana untuk ekspansi.
 - c. Menyediakan informasi bagi manajemen untuk perencanaan dan pengendalian.
 - d. Menunjukkan profitabilitas jangka panjang.
- c. Tujuan kualitatif adalah sebagai berikut:
 1. Relevansi, yang artinya pemilihan informasi yang memiliki kemungkinan paling besar untuk memberikan bantuan kepada para

pengguna dalam keputusan ekonomi mereka.

2. Dapat dimengerti, yang artinya selain informasi tersebut harus jelas, tetapi para pengguna juga harus dapat memahaminya.
3. Dapat diversifikasi, yang artinya hasil akuntansi dapat didukung oleh pengukuran pengukuran yang independen, dengan menggunakan metode-metode pengukuran yang sama.
4. Netralitas, yang artinya informasi akuntansi ditunjukkan kepada kebutuhan umum dari pengguna, bukannya kebutuhan-kebutuhan tertentu dari pengguna-pengguna yang spesifik.
5. Ketetapan waktu, yang artinya komunikasi informasi secara lebih awal, untuk menghindari adanya kelambatan atau penundaan dalam pengambilan keputusan ekonomi.
6. Komprabilitas (daya banding), yang secara langsung berarti perbedaan-perbedaan yang terjadinya seharusnya bukan diakibatkan oleh perbedaan perlakuan akuntansi keuangan yang ditetapkan.
7. Kelengkapan, yang artinya adalah telah dilaporkannya seluruh informasi yang "secara wajar" memenuhi persyaratan dari tujuan kualitatif yang lain

Sedangkan manfaat laporan keuangan bagi pihak manajemen menurut Munawir (2004:2) adalah berguna untuk menyusun neraca yang lebih baik, memperbaiki sistem pengawasannya. Bagi perusahaan menilai sukses tidaknya manager dalam memimpin perusahaannya yaitu dinilai dan diukur dengan laba yang diperoleh perusahaan. Bagi investor dapat mengetahui prospek keuntungan dimasa mendatang dan perkembangan perusahaan selanjutnya. Bagi kreditor dapat mengetahui penentuan kebijakan modal apakah perusahaan mempunyai prospek yang cukup baik dan akan di peroleh keuntungan/*Rate of Return* yang cukup baik. Bagi pemerintah dapat menentukan besarnya pajak yang ditanggung perusahaan.

Laporan Arus Kas

Laporan arus kas merupakan ikhtisar arus masuk dan arus keluar kas untuk satu periode. Walaupun arus kas didasarkan pada data yang sama seperti neraca dan laporan laba rugi, laporan ini lebih dapat diandalkan dan kurang dapat dimanipulasi dibandingkan laporan laba rugi.

Menurut Soemarso, (2002:22) “Laporan arus kas adalah suatu laporan yang menyediakan informasi mengenai penerimaan kas dan pengeluaran kas oleh suatu entitas selama periode tertentu”. Menurut Wibowo et.al (2003:24).

PSAK No.2 (par.5) menyatakan pengertian arus kas sebagai berikut: “Arus kas adalah arus masuk dan arus keluar kas atau setara kas”. Kas terdiri dari saldo kas (*cash on hand*) dan rekening giro, sedangkan setara kas (*cash equivalent*) adalah investasi yang sifatnya sangat likuid, berjangka pendek, dan yang dengan cepat dijadikan kas dalam jumlah tertentu tanpa menghadapi risiko perubahan nilai yang signifikan.

Laporan arus kas dapat memberikan informasi mengenai arus kas historis suatu perusahaan sehingga dapat diketahui berapa arus kas masuk dan arus kas keluar perusahaan. Laporan arus kas dapat memberikan informasi mengenai dari mana perusahaan mendanai aktivitas operasinya. Laporan arus kas juga dapat digunakan untuk menilai atau mengevaluasi kinerja perusahaan. Laporan arus kas menurut PSAK No.2 tahun 2004, memisahkan transaksi arus kas dalam 3 kategori, yaitu:

1. Arus kas yang berasal dari aktivitas operasi

Aktivitas ini melibatkan pengaruh kas dari transaksi yang dilibatkan dalam penentuan laba bersih, seperti penerimaan kas, penjualan barang dan jasa, serta pembayaran kas kepada pemasok dan karyawan untuk memperoleh persediaan serta membayar beban. Menurut Kieso et al (2002:375) dan PSAK No.2 (2007:12,13), jumlah arus kas yang berasal dari aktivitas operasi merupakan indikator yang menentukan apakah dari operasinya perusahaan dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar dividen dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan pada sumber pendanaan dari luar. Informasi mengenai unsur tertentu arus kas historis bersama dengan informasi lain, berguna dalam memprediksi arus kas operasi masa depan.

Arus kas dari aktivitas operasi terutama diperoleh dari aktivitas penghasil utama pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, arus kas tersebut pada umumnya berasal dari transaksi dan peristiwa lain yang mempengaruhi penetapan laba atau rugi bersih.

Beberapa contoh arus kas dari aktivitas operasi adalah:

1. Penerimaan kas dari penjualan barang dan jasa; termasuk penerimaan dari piutang akibat

penjualan, baik jangka panjang atau jangka pendek.

2. Penerimaan kas dari royalti, fees, komisi dan pendapatan lain.
3. Pembayaran kas kepada pemasok barang dan jasa;
4. Pembayaran kas kepada karyawan
5. Penerimaan dan pembayaran kas oleh perusahaan asuransi sehubungan dengan premi,
6. Klaim, anuitas dan manfaat asuransi lainnya;
7. Pembayaran kas atau penerimaan kembali (restitusi) pajak penghasilan kecuali jika dapat diidentifikasi secara khusus sebagai bagian dari aktivitas pendanaan dan investasi.
8. Penerimaan dan pembayaran kas dari kontrak yang diadakan untuk tujuan transaksi usaha dan perdagangan.
9. Penerimaan dari bunga pinjaman atas penermaan dari surat berharga lainnya seperti bunga dan deviden.

2. Arus kas yang berasal dari aktivitas investasi

Aktivitas ini umumnya melibatkan aktiva jangka panjang dan mencakup pemberian serta penagihan pinjaman, perolehan serta pelepasan investasi dan aktiva produktif jangka panjang. Menurut PSAK No.2 (2007:15) yaitu pengungkapan terpisah arus kas yang berasal dari aktivitas investasi perlu dilakukan sebab arus kas tersebut mencerminkan penerimaan dan pengeluaran kas, sehubungan dengan sumber daya yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan dan arus kas masa depan. Beberapa contoh arus kas yang berasal dari aktivitas investasi adalah:

1. Pembayaran kas untuk membeli aktiva tetap, aktiva tak berwujud, dan aktiva jangka panjang lain, termasuk biaya pengembangan yang dikapitalisasi dan aktiva tetap yang dibangun sendiri;
2. Penerimaan kas dari penjualan tanah, bangunan dan peralatan, aktiva tak berwujud dan aktiva jangka panjang lain.
3. Perolehan saham atau instrumen keuangan perusahaan lain.
4. Uang muka dan pinjaman yang diberikan kepada pihak lain serta pelunasannya (kecuali yang dilakukan oleh lembaga keuangan).
5. Pembayaran kas sehubungan dengan *futures contracts*, *forward contracts*, *option contracts* dan *swap contracts* kecuali apabila kontrak tersebut dilakukan untuk tujuan perdagangan (dealing or trading), atau apabila pembayaran tersebut diklasifikasikan sebagai aktivitas

pendanaan.

6. Penjualan saham baik saham sendiri maupun saham dalam bentuk investasi.
7. Pembelian saham perusahaan lain atau perusahaan sendiri.

3. Arus kas yang berasal dari aktivitas pembiayaan

Aktivitas melibatkan pos-pos kewajiban dan ekuitas pemegang saham serta mencakup, perolehan kas dari kreditor dan pembayaran kembali pinjaman, serta perolehan modal dari pemilik dan pemberian tingkat pengembalian atas, dan pengembalian dari investasi. Pengungkapan terpisah arus kas yang timbul dari aktivitas pendanaan perlu dilakukan sebab berguna untuk memprediksi klaim terhadap arus kas masa depan oleh para pemasok modal perusahaan. Beberapa contoh arus kas yang berasal dari aktivitas pendanaan adalah:

1. Penerimaan dan pengeluaran surat berharga dalam bentuk equity.
2. Penerimaan dan pengeluaran obligasi, hipotek, wesel, dan pinjaman jangka pendek lainnya.
3. Pembayaran dividen dan pembayaran bunga kepada pemilik akibat adanya surat berharga (equity).
4. Pelunasan pinjaman.
5. Pembayaran kas oleh penyewa guna usaha (lessee) untuk mengurangi saldo kewajiban yang berkaitan dengan sewa guna usaha pembiayaan (finance lease)

Metode Penyajian Laporan Arus Kas

Berbeda dengan laporan keuangan utama lainnya, laporan arus kas tidak disiapkan dari neraca saldo yang telah disesuaikan. Informasi untuk menyiapkan laporan ini biasanya berasal dari tiga sumber:

1. Neraca Komperatif, menyajikan jumlah perubahan aktiva, kewajiban, dan ekuitas dari awal hingga akhir.
2. Laporan rugi/laba periode berjalan, berisi data yang membantu pembaca menentukan jumlah kas yang diterima dari atau digunakan oleh operasi selama periode berjalan
3. Data transaksi tertentu, dari buku besar umum memberikan informasi tambahan terinci yang dibutuhkan untuk menentukan bagaimana kas diterima dan digunakan selama periode berjalan.

Menyiapkan laporan arus kas dari sumber-sumber data diatas melibatkan tiga langkah utama:

1. Langkah 1, menentukan perubahan kas. Prosedur ini bersifat langsung karena perbedaan

antara saldo kas awal dan akhir dapat dengan mudah dihitung dengan neraca komparatif.

2. Langkah 2, menentukan arus kas bersih dari kegiatan operasi. Prosedur ini rumit karena melibatkan analisis atas laporan laba rugi tahun berjalan dan neraca komperatif serta data transaksi tertentu.
3. Langkah 3, menentukan arus kas bersih dari kegiatan investasi dan pendanaan. Semua perubahan lain dalam akun neraca harus dianalisis untuk menentukan pengaruhnya terhadap kas.

Dalam penyajian laporan arus kas ada 2 metode yang di gunakan, yaitu metode langsung dan metode tidak langsung.

1. Keunggulan utama dari metode langsung menurut Kieso et.al (2007: 496) adalah bahwa metode ini menyajikan penerimaan dan pembayaran kas operasi. Yaitu metode langsung lebih konsisten dengan tujuan laporan arus kas untuk menyediakan informasi tentang penerimaan kas dan pembayaran kas dibandingkan dengan metode tidak langsung yang tidak melaporkan penerimaan kas dan pembayaran kas operasi. Dalam metode ini kelompok utama dari penerimaan kas bruto pada aktivitas operasi diungkapkan.
2. Serta keunggulan utama dari metode tidak langsung adalah bahwa metode ini berfokus pada perbedaan antara laba bersih, dan arus kas bersih dari kegiatan operasi, misalnya metode tidak langsung memberikan hubungan yang bermanfaat antara laporan arus kas dan laporan laba rugi serta neraca. Dalam metode ini laba atau rugi bersih disesuaikan dengan mengoreksi pengaruh dari transaksi bukan kas, penangguhan (*deferral*) atau akrual dari penerimaan atau pembayaran kas untuk operasi di masa lalu dan masa depan, dan unsure penghasilan atau beban yang berkaitan dengan arus investasi dan pendanaan.

Saham

Secara sederhana saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan. Investor yang menyertakan dananya sebagai modal bagi suatu perseroan terbatas tentu memerlukan bukti yang menjelaskan bahwa ia atau mereka telah menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Untuk itu dikeluarkanlah surat bukti kepemilikan/ penyertaan modal pada suatu perseroan terbatas yang disebut saham.

Perusahaan yang sudah Go Publik

menawarkan sahamnya kepada public untuk meraih dana dari masyarakat penanam modal. Alasannya bisa bermacam-macam, misalnya untuk ekspansi usaha, mengakuisisi perusahaan lain, membayar hutang dan lain sebagainya. Pada dasarnya mereka menawarkan kesempatan kepada public untuk memiliki sebagian perusahaannya secara proporsional. Pemilik perseroan terbatas merupakan kumpulan pihak-pihak yang menyertakan modalnya pada perseroan tersebut yang disebut sebagai pemegang saham (stockholder). Setiap pemegang saham mempunyai hak suara dalam RUPS yang diadakan sesuai dengan besarnya penyertaan kepada perusahaan. Selain itu pemegang saham sebaiknya mencermati setiap perubahan atau kejadian yang signifikan pada perusahaan tersebut.

Selain itu ada beberapa pengertian saham menurut beberapa ahli adalah Widiatmodjo (2006:239) saham adalah “surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan yang go public”. Sjahrial (2006:22), pengertian saham adalah “surat berharga yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas atau yang biasa disebut emiten”.

Secara garis besar saham dapat dibedakan menurut cara peralihannya dan manfaat yang diterima pemegang saham. Menurut Vonny (2000:12) Jenis-jenis saham dibedakan menurut cara peralihannya dan manfaat yang diperoleh pemegang saham adalah:

a. Saham menurut cara peralihannya

Ditinjau dari cara peralihannya saham dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Saham atas unjuk (*Barer Stock*), diatas sertifikat saham ini tidak tertulis nama pemiliknya, pemilik sangat mudah untuk mengalihkan saham unjuk atau memindahkan kepada orang lain, karena sifatnya mirip seperti uang. Siapa saja yang memegang saham atas unjuk ini dianggap sebagai pemiliknya dan berhak untuk mengalihkannya, berhak atas deviden yang dibagikan dan berhak hadir untuk memberikan suara dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).
2. Saham atas nama (*Register Stock*), diatas sertifikat saham tertulis nama pemiliknya. Tidak dapat dengan mudah untuk dialihkan kepemilikannya. Jika sertifikat saham hilang pemiiik dapat memintakan ganti kepada perusahaan karena namanya sudah tercatat dalam daftar pemilik perusahaan.

b. Saham menurut manfaat yang diterima pemegangnya

Ditinjau dari manfaaat yang diterima

pemegangnya saham dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Saham biasa, saham biasa adalah saham biasa yang dimiliki oleh kebanyakan investor sebagai modal suatu perusahaan. Saham biasa menerima dividen sisa dari dividen yang dibagikan terlebih dahulu kepada pemegang saham preferen
2. Saham preferen, Saham preferen disebut juga saham pendirian. Saham ini memiliki hak-hak lebih dari pada saham biasa.

Harga Saham

Harga saham merupakan harga atau nilai uang yang tersedia dikeluarkan untuk memperoleh kepemilikan atas suatu saham. Harga saham menurut Jogiyanto (2000:8) adalah Harga saham merupakan harga saham yang terjadi dipasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar bursa.

Meurut Panji dan Piji (2001:21) bahwasanya berdasarkan fungsinya, nilai suatu saham dibagi atas 3 jenis yaitu, sebagai berikut:

Par Value (Nilai Nominal/Stated Value/Face Value), nilai yang tercantum pada saham untuk tujuan akuntansi. Nilai nominal ini tidak digunakan untuk mengukur sesuatu dalam persentase akutasi. Nilai nominal dicatat sebagai modal ekuitas perseroan di dalam neraca.

Base Price (Harga Dasar), harga dasar adalah harga perdana yang digunakan dalam perhitungan indeks harga saham. Harga dasar akan berubah sesuai dengan aksi emiten, dimana untuk saham baru harga dasar merupakan harga perdananya.

Market Price (Harga Pasar), market price merupakan harga pada pasar rill dan merupakan harga yang paling mudah ditentukan, karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar sudah ditutup, maka harga pasar adalah harga penutupan (closing price). Harga ini terjadi setelah harga tersebut dicatat di bursa. Harga pasar ini merupakan harga jual dari investor yang satu dan investor yang lain dan disebut sebagai harga dipasar sekunder. Harga pasar inilah yang menyatakan naik turunnya suatu saham dan setiap harinya diumumkan di bursa atau media koran.

METODOLOGI PENELITIAN

Deskripsi Objek dan Sumber Data

Perusahaan jasa dalam sektor keuangan merupakan perusahaan yang cukup banyak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Oleh karena itu,

penulis melakukan penelitian ini di Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) yang berada di Bursa Efek Indonesia. Lokasi penelitian ini berada di jalan Jenderal Sudirman Kav.52-53.

Perusahaan jasa keuangan itu sendiri menurut Evi (2007:3) adalah “perusahaan yang kegiatannya menyediakan kemudahan, kenyamanan, kenikmatan, keamanan, atau pelayanan dibidang keuangan”. Dan perusahaan jasa dirasakan lebih berkembang dan memiliki kinerja lebih baik dibandingkan jasa lainnya karena banyaknya konsumen/pelanggan yang menggunakan jasa dibidang keuangan. Sehingga kas yang masuk dalam perusahaan jasa bidang keuangan akan terlihat kenaikannya.

Jumlah emiten yang listing pada Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 414 emiten. Dari jumlah emiten yang terdaftar di BEI dengan berbagai kelompok, penulis memilih emiten dari kelompok perusahaan jasa keuangan untuk dijadikan populasi dalam penelitian ini. Data yang digunakan termasuk data sekunder dimana data-data yang akan diperoleh dari emiten ini adalah tanggal publikasi laporan keuangan, data harga saham 5 hari kerja/closing prise setelah tanggal publikasi laporan keuangan, dan data laporan arus kas.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kausal, yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independen variable*) terhadap variabel terikat tertentu (*dependen variable*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh informasi arus kas (dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan) terhadap harga saham pada perusahaan jasa keuangan di BEI.

Teknik penelitian sampel yang dipergunakan adalah purposive sampling yakni “populasi yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti (Hartono, 2004:20).

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang mendukung penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu mengumpulkan data sekunder mengenai perusahaan di pusat referensi pasar modal (PRPM) sumber informasi diperoleh dari idx statistik tahun 2009-2011 dan mengakses komputer di pojok bursa universitas Mercu Buana untuk memperoleh data harga saham. Sedangkan publikasi laporan keuangan tiap

emiten diperoleh dari divisi komunikasi BEI dan idx statistik.

2. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu bertujuan memperoleh data sekunder untuk mendukung data primer. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan membaca literature literatur/jurnal-jurnal dan buku-buku mengenai teori-teori dan hal-hal lain yang berhubungan erat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penelitian yang dibahas. Penelitian kepustakaan juga bertujuan memenuhi landasan teoritis untuk mendukung penelitian ini.

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah pernyataan penelitian yang memerlukan pengujian secara empiris.

- Ho1: Arus kas dari aktivitas operasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha1: Arus kas dari aktivitas operasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ho2: Arus kas dari aktivitas investasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha2: Arus kas dari aktivitas investasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ho3: Arus kas dari aktivitas pendanaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha3: Arus kas dari aktivitas pendanaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ho4: Arus kas dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.
- Ha4: Arus kas dari aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

Populasi dan Sampel Penelitian

Metode teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu metode penetapan sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan yang dikehendaki peneliti. Penggunaan sampel hanya dari kelompok perusahaan jasa keuangan, dimaksudkan untuk membedakan sample dengan

penelitian sebelumnya. Adapun kriteria yang di tentukan oleh penulis yaitu:

- a. Perusahaan jasa keuangan yang termasuk dalam kelompok perbankan, lembaga pembiayaan, perusahaan efek, dan asuransi. Pemilihan ini didasarkan pada pertimbangan kemiripan aktivitas keuangan.
- b. Perusahaan yang telah listing dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebelum tahun 2011. Pemilihan ini didasarkan dengan pertimbangan untuk mendapatkan data yang berkesinambungan.
- c. Perusahaan telah mempublikasikan laporan keuangan auditan per 31 Desember 2009-2011. Karena Laporan keuangan yang telah dipublikasikan tersebut akan membuat investor memiliki informasi yang komprehensif sehingga harga saham akan lebih akurat dan aktif diperdagangkan di bursa saham.
- d. Perdagangan saham perusahaan (*Trading Days*) diatas 200 hari selama setahun untuk setiap periode pengamatan. Pemilihan ini berarti saham perusahaan yang diperdagangkan adalah aktif.
- e. Perusahaan yang laporan arus kasnya lengkap memiliki aktivitas operasi, investasi dan pendanaan periode 2009-2011.
- f. Perusahaan yang memiliki nilai arus kas operasi positif, karena dengan positifnya nilai arus kas operasi akan membuat investor yakin bahwa kas operasional perusahaan tersebut baik dan benefit, sehingga efeknya investor akan melakukan penawaran yang akhirnya berdampak pada harga saham.

Pembatasan ini dilakukan untuk menghindari adanya ambiguitas yang disampaikan oleh informasi-informasi tersebut (Howe dan Lin, 1992). Semua itu bertujuan untuk menghindari misspesifikasi dalam penentuan sampel penelitian yang selanjutnya dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian. Dalam penelitian ini penulis pun menggunakan alat bantu SPSS17.

Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausalitas. Penelitian ini dilakukan untuk mempengaruhi antara satu/lebih variabel bebas (*independen variable*) dengan variabel terikat (*dependen variable*) yaitu pengaruh informasi laporan arus kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan terhadap harga saham. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*), dalam penelitian ini variable terikatnya adalah harga

saham (dinyatakan dalam uang rupiah) yang diukur dengan skala rasio. Harga saham (P) ~ perubahan harga saham rata-rata pada saat penutupan (*closing price*) pada periode lima hari setelah tanggal penyerahan laporan keuangan kepada pengelola bursa (BEI) yaitu periode 31 Desember. Informasi harga saham diperoleh dari pengumuman mengenai harga saham yang diterbitkan oleh pengelola bursa yang diterbitkan secara periodik harian. Perubahan harga saham ini diperlakukan sebagai variabel terikat dalam regresi berganda. Dalam analisis statistik harga saham dinyatakan dalam satuan rupiah.

2. Variabel Bebas (*Independen Variabel*), dalam penelitian ini variable bebasnya adalah arus kas dari aktifitas operasi, investasi, dan pendanaan (dinyatakan dalam mata uang rupiah) yang diukur dengan skala rasio. Dalam analisis ini pengaruh informasi arus kas dari aktivitas operasi, pendanaan, dan investasi terhadap harga saham secara individu dilakukan regresi berganda bersama-sama yang dimasukkan sebagai variabel bebas dalam regresi berganda ini adalah perubahan dalam satu tahun dari arus kas. Variabel bebas tersebut disajikan dalam laporan keuangan tahunan yang telah diaudit oleh akuntan public.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Statistik Deskriptif, menjelaskan atau menggambarkan karakteristik data, seperti berapa *mean*/rata-rata, standar deviasi, nilai maximum, minimum, *range*, dan seberapa jauh data bervariasi.
2. Analisis Statistik Regresi Linear Berganda, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda (*multiple Regression*) yang merupakan pemasaran regresi dan menggunakan dua atau lebih variable bebas (*independen variable*).

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

dimana:

- Y = Variabel dependen (harga saham)
 a = Koefisien konstanta
 X1 = Variabel independen pertama (AKO)
 X2 = Variabel independen kedua (AKI)
 X3 = Variabel independen ketiga (AKP)
 b1 = Koefisien regresi pertama (AKO)
 b2 = Koefisien regresi kedua (AKI)

- b3 = Koefisien regresi ketiga (AKP)
e = Error

Diagnosis Model Analisis

Secara teoritis model regresi berganda akan menghasilkan nilai parameter yang sah bila dipenuhi asumsi klasik regresi yang terdiri dari uji normalitas, tidak terjadi autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedasitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek adalah perusahaan jasa keuangan seperti jasa perbankan, asuransi, perusahaan efek, dan juga lembaga pembiayaan semuanya berjumlah 96 perusahaan. Perusahaan tersebut adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009-2011. Dari hasil penelitian didapat perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, periode 2009-2011 berjumlah 14 perusahaan dan sisanya dikeluarkan dalam sampel karena tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Emiten yang digunakan dalam sampel ini adalah daftar emiten yang memiliki harga saham aktif dimana trading yang dilakukan 200 hari secara berturut-turut, dan informasi tersebut dapat diperoleh dari divisi Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan untuk memperoleh informasi arus kas diperoleh dari laporan keuangan arus kas perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan rata-rata data, standar deviasi, varian, nilai maksimum, dan nilai minimum, yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Descriptive Statistics

	Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Hs	42	50.0	5390.0	610.190	147.8545	958.2065
Ako	42	115075.0	4.8E11	5.136E10	1.8325E10	1.1876E11
Aki	42	-1.8E11	2.7E10	-7.579E9	4.5558E9	2.9525E10
Akp	42	-3.3E11	1.0E10	-2.200E10	1.1086E10	7.1848E10
Valid N (listwise)	42					

Berdasarkan data Tabel 1, n = 42 berarti jumlah data yang valid (sah untuk diproses) sebanyak 42 sampel, sedangkan data yang hilang (missing) adalah nol yang berarti bahwa semua data siap diproses.

1. Harga Saham (Y) menunjukkan nilai minimum 50 yang dimiliki oleh *Equity Development Investment.Tbk* (GSMF) dan Bank Artha Graha International.Tbk dan maximum 5390 terjadi pada Bank Mandiri.Tbk (BMRI), sedangkan nilai rata-rata dari harga saham adalah 610.190 dengan standar deviasi 147.854,5.
2. Mean atau rata-rata untuk AKO (X1) adalah sebesar 5.136.000.000 dengan standar eror 1.832.500.000 dan standar deviasi 1.187.600.000, AKI (X2) adalah sebesar -757.909.000 dengan standar eror 4.555.809.000 dan standar deviasi 2.952.000.000 AKP (X3) adalah sebesar -2.200.000.000 dengan standar eror 1.108.600.000 dengan deviasi 7.184.800.000 Standar Error of Mean digunakan untuk memperkirakan besar rata-rata populasi berdasarkan jumlah sample.

Uji Asumsi Klasik dan Linearitas

Hasil uji asumsi klasik regresi secara statistik terpenuhi dan menghasilkan nilai parameter yang sah yaitu pada uji normalitas dengan hasil data terdistribusi normal, tidak terjadi autokorelasi, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedasitas. Hasil uji linearitas dengan metode Durbin-Watson menunjukkan tidak adanya autokorelasi, baik positif maupun negative, maka spesifikasi model persamaan utama adalah benar atau linear.

Uji F- test

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan nilai F-tabel, apabila nilai F hitung > Ftabel model regresi berganda antara variabel independen terhadap variabel independen. Selain itu dapat

juga membandingkan nilai Sig dengan Signifikan. Apabila nilai Sig lebih kecil dari pada t taraf signifikan (α) maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak.

Hipotesis yang diajukan adalah:

Ho: Secara bersama-sama variabel independen tidak memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Ha: Secara bersama-sama variabel independen memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Nilai kepercayaan 95 % dengan nilai kesalahan (a) = 5%

Asumsi: Tolak Ho bila nilai uji signifikan SPSS < 0.05 dan terima Ho bila nilai uji signifikan SPSS > 0.05.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.044E7	3	6811857.456	15.042	.000 ^a
	Residual	1.721E7	38	452867.687		
	Total	3.764E7	41			

a. Predictors: (Constant), akp, aki, ako

b. Dependent Variable: harga saham

Dari hasil analisis menunjukkan nilai F sebesar 15,042 dengan probabilitas 0.000. karena probabilitas jauh lebih kecil dari signifikan 0.05, maka disimpulkan Ho di tolak dan Ha diterima, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Harga saham atau dapat dikatakan bahwa Arus kas operasi, investasi, dan pendanaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap harga saham.

Uji T-test

Uji t dipakai untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individual terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain konstan. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.. Apabila nilai t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak artinya konstanta a signifikan atau dapat juga dengan membandingkan nilai sig dengan nilai signifikansi. Apabila sig < a sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Hal ini berarti juga bahwa konstanta a signifikan (Y). Sebagaimana hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : Suatu variabel independen tidak memiliki pengaruh yang Signifikan terhadap variabel dependen.

Ha : Suatu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Asumsi: Tolak Ho bila nilai uji signifikan SPSS < 0.05 dan terima Ho bila nilai uji signifikan SPSS > 0.05.

Tabel 3. Hasil Uji T-Test

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	481.135	114.245		4.211	.000		
	Ako	-1.203E-9	.000	-.149	-.952	.347	.490	2.041
	Aki	-2.510E-8	.000	-.773	-6.452	.000	.837	1.194
	Akp	-2.870E-11	.000	-.002	-.015	.988	.551	1.816

a. Dependent Variable: hs

a. Dari tabel koefisien diperoleh t hitung dari variabel Arus Kas Operasi (AKO) adalah -0.952 dengan signifikansi 0.347 atau 34,7% ,

hal ini berarti nilai probabilitas > 0.05 (0.347 > 0.05), Sehingga kesimpulannya Ho diterima (Ha ditolak), artinya tidak ada pengaruh antara variabel Arus Kas Operasi (AKO) terhadap harga saham. b.

b. Diketahui dari tabel koefisien diperoleh t hitung Arus Kas Investasi (AKI) adalah -6.452 dengan signifikansi sebesar 0.000 , hal ini berarti nilai probabilitas > 0.05 (0.000 > 0.05), sehingga kesimpulannya Ho ditolak (Ha diterima), artinya ada pengaruh antara variabel arus kas investasi terhadap harga saham .

c. Diketahui dari tabel koefisien diperoleh t hitung Arus Kas Pendanaan (AKP) adalah -0.15 dengan signifikansi sebesar 0.988 atau 98,8% Hal ini berarti nilai probabilitas > 0.05 (0.588 > 0.05). Sehingga kesimpulannya Ho diterima (Ha ditolak), artinya tidak ada pengaruh antara variabel Arus Kas Pendanaan (AKP) terhadap harga saham.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen, Nilai R Square dikatakan baik jika diatas 0.5 karena nilai R Square berkisar 0 sampai 1.

Tabel 4. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.543	.507	672.9544	2.201

a. Predictors: (Constant), akp, aki, ako

b. Dependent Variable: harga saham

Pada Tabel 4 ditampilkan nilai R, R², Adjusted R², dan Standar Error. Dimana nilai R menunjukkan gabungan korelasi ketiga variabel bebas x_1, x_2 , dan x_3 terhadap Y adalah 0.737. Dan R² atau koefisien determinasi adalah 0.543, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan dari pengaruh secara bersama-sama (multiple regression antara X₁, X₂, dan X₃ terhadap Y adalah hanya 54,3%, sedangkan sisanya 45.7% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini akan dibuat model regresi yang terdiri dari variabel dependen yaitu harga saham dan variabel independen yang terdiri dari AKO (Arus Kas Operasi), AKI (Arus Kas Investasi), AKP (Arus Kas Pendanaan). Dari hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan, maka didapat model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 481.135 - 1.203X_1 - 2.510X_2 - 2.870X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa laba arus kas operasi, investasi, dan pendanaan memiliki hubungan yang berlawanan arah terhadap harga saham, Artinya setiap kenaikan Rp.1, arus kas operasi, investasi, dan pendanaan akan menyebabkan penurunan harga saham sebesar nilai koefisiennya masing-masing. Dan dari persamaan regresi diatas menjelaskan bahwa jika informasi arus kas operasi, investasi, dan pendanaan tidak ada maka harga saham untuk perusahaan jasa keuangan adalah Rp.481.135, dan koefisien regresi variabel arus kas dari aktivitas operasi (X₁) adalah sebesar -1.203, arus kas investasi (X₂) adalah -2.510, dan arus kas pendanaan (X₃) adalah -2.870. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap adanya penambahan sebesar Rp 1,- arus kas operasi akan mengalami penurunan harga saham sebesar Rp.1.203, arus kas investasi akan menurunkan sebesar Rp 2.501, dan setiap adanya penambahan Rp 1 arus kas pendanaan akan menurunkan harga sahamnya sebesar Rp 2.870.

PEMBAHASAN

Hasil analisis Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal, dan telah memenuhi uji asumsi klasik yang menyatakan bahwa data tidak mengandung autokorelasi, multikoloniaritas, dan heteroskedastisitas, dan dalam uji linearitas membuktikan bahwa spesifikasi model yang digunakan adalah benar. Selain itu, hanya arus kas investasi yang memiliki pengaruh terhadap harga saham, hal ini dapat dilihat pada Uji-t dimana hanya arus kas investasi yang memiliki nilai probabilitasnya <0.05 maka H₀ ditolak, sebaliknya untuk arus kas operasi dan pendanaan nilai probabilitasnya >0.05 maka H₀ ditolak. Sedangkan untuk total arus kas, dari hasil analisis data membuktikan adanya pengaruh secara bersama-sama terhadap harga saham, hal ini dilihat dengan pengujian uji F (ANOVA) diketahui bahwa probabilitas >0.05 maka H₀ ditolak. Pengujian uji R dan R Square di mana nilai R = 0.737 dan R Square = 0.54% harga saham dipengaruhi oleh AKO, AKI, dan AKP sedangkan sisanya 45.7% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Variabel arus kas operasi menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hasil ini terlihat pada nilai probabilitasnya 0.347 di atas tingkat signifikansinya 0.05. Sehingga variabel arus kas operasi tidak dapat dijadikan indikator dalam memprediksi harga saham. Mungkin karena banyaknya penjaminan dari luar yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan bunga agar masyarakat lebih meningkatkan minatnya dalam tabungan sehingga arus operasinya berkurang dan tidak cukup untuk membayar deviden sehingga informasi yang terdapat dalam arus kas operasi tidak digunakan oleh investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dihasilkan oleh Yessi, (2009) yang mengatakan bahwa pemisahan dalam arus kas tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Variabel arus kas investasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hasil ini terlihat pada nilai

probabilitasnya 0.00 di bawah tingkat signifikansinya 0.05. Sehingga variabel arus kas investasi dapat dijadikan indikator dalam memprediksi harga saham. Mungkin karena banyaknya investasi yang dilakukan ui pendanaan menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Hasil ini terlihat pada nilai probabilitasnya 0.988 di atas tingkat signifikansinya 0.05. Sehingga variabel arus kas investasi tidak dapat dijadikan indikator dalam memprediksi harga saham. Mungkin karena pelaporan arus kas dari aktivitas pendanaan berisi informasi aktivitas-aktivitas yang mengakibatkan perubahan dalam jumlah serta komposisi ekuitas dan pinjaman perusahaan. Investor dalam hal ini tidak melihat pelaporan arus kas dari aktivitas pendanaan tersebut sebagai informasi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan investasinya Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Kenni, (2008) bahwa tidak ada pengaruh terhadap arus kas pendanaan pada studi empiris perusahaan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KESIMPULAN

1. Total arus kas yang dimiliki oleh tiap emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sebagai perusahaan jasa keuangan memiliki pengaruh secara simultan, hal ini dirasakan karena investor mempertimbangkan banyaknya kas yang dimiliki oleh perusahaan sehingga investor mampu memprediksi kemampuan perusahaan dalam melakukan penawaran saham dengan kas yang dimiliki, sehingga akan mempengaruhi naik turunnya harga saham.
2. Arus kas operasi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham yang signifikan, hal ini kemungkinan disebabkan karena perbedaan harga yang besar pada setiap emiten.
3. Arus kas investasi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham, walaupun dari penelitian ini pengaruhnya adalah negatif. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa factor, antara lain emiten kurang melakukan investasi karena kurang berani dalam mengambil resiko pengembalian. Sedangkan arus kas pendanaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono. 1992. *Ekonomi Internasional*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Halwani, Hendra dan Prijono Tjiptoherijanto. 2009. *Perdagangan Internasional Pendekatan Ekonomi Mikro dan Makro*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2010. *Stándar Akuntansi Keuangan (SAK) per 1 Juli 2009*. Salemba Empat. Jakarta
- Imam, Ghazali. 2005. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS, Edisi 3*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jeff Madura. 2007. *Pengantar Bisnis, Edisi 4*, Salemba Empat, Jakarta.
- Jogiyanto, H.M. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas, Edisi Kedua*, BPFE, Yogyakarta.
- Kadariah, L. Karlina dan C. Gray. 2010. *Pengantar Evaluasi Proyek*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*, Liberty, Yogyakarta.
- Raharjo, Ahmad dan Onny Untung. 2006. *Ikan Hias Ditantang Dunia*. Trubus 369. (Agustus, XXXI). PT. Trubus Swadaya. Jakarta.
- Santoso Singgih. 2000. *Statistik Parameter*. PT. Alex Media Komputerindo. Jakarta.
- Sofyan Syafri Harahap. 2007. *Teori Akuntansi, Edisi Revisi 9*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2004. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 1995. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suprpto dan Harri Irawan. 2011. *Pengaruh Laba Akuntansi dan Arus Kas Operasi terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Jakarta

Suprpto. 2010. Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan Go Publik di BEI. Jurnal Bulletin Penelitian. Jakarta

Widoatmodjo, Sawidji. 2002. Cara Sehat Investasi di Pasar Modal, Edisi 2000, Mpu Ajar Artha, Jakarta.

www.idx.com

-oOo-

ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PROSES BELAJAR MENGAJAR DOSEN TETAP DENGAN DOSEN TIDAK TETAP PADA UNIVERSITAS MERCU BUANA

Hesti Maheswari, SE., M.Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

e-mail: hesti.maheswari@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to compare student satisfaction on the quality of the learning process between the Fulltime Parttime Lecturer. For Lecturers: negative gap of several indicators to prove the level of interest (customer importance) is far above the level of satisfaction (customer satisfaction performance). Performance with a negative gap reached 26 (twenty six) indicators. Indicator with a negative gap (-1) is Openness in assessing the exam. Whereas for Parttime Lecturer / Home base: The largest negative gap are 8 (eight) indicators. Indicators that are in group A (top priority) Cartesian diagram analysis, according to students is important but not satisfied: Timeliness out of the classroom; Availability module lectures; Education Lecturer in assessing duties; Education Lecturer in assessing the exam; willingness of students to buy books, and seriousness student preparing for exams. Student satisfaction on the quality of teaching and learning for Parttime Lecturers and home base shows the negative gap terbesar -0.64 tripled compared to unsatisfactory performance of the fulltime ones.

Keywords: *Quality, Satisfaction, Interest, Faculty Performance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kepuasan mahasiswa terhadap kualitas proses belajar mengajar antara Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap. Untuk Dosen Tetap: gap negatif dari beberapa indikator membuktikan tingkat kepentingan (*customer importance*) jauh berada di atas tingkat kepuasannya (*customer satisfaction performance*). Kinerja dengan gap negatif mencapai 26 (dua puluh enam) indikator. Indikator dengan gap negatif (-1) adalah Keterbukaan dalam menilai ujian. Sedangkan untuk Dosen Tidak Tetap/Home base: Gap negatif terbesar terdapat 8 (delapan) indikator. Indikator yang berada pada ruang A (prioritas utama) analisis diagram kartesius karena menurut mahasiswa penting namun tidak terpuaskan adalah: Ketepatan waktu keluar kelas; Ketersediaan modul perkuliahan; Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas; Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian; Ketersediaan mahasiswa membeli buku; dan keseriusan mahasiswa mempersiapkan ujian. Kepuasan mahasiswa atas kualitas proses belajar mengajar untuk dosen tidak tetap dan home base menunjukkan gap negatif terbesar -0,64 yaitu tiga kali lipat tidak memuaskan dibandingkan kinerja dosen tetap.

Kata kunci: *Kualitas, Kepuasan, Kepentingan, Kinerja Dosen.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis termasuk Perguruan Tinggi saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat sehingga persaingan di dunia usaha pendidikan pun menjadi semakin hebat, serta kondisi perekonomian global yang tidak menentu kerap membuat perguruan tinggi pencetak sumber daya manusia semakin sulit untuk berkembang. Berbagai pengaruh perubahan yang terjadi menuntut organisasi dunia pendidikan untuk membuka diri terhadap perubahan dan berupaya menyusun strategi dan kebijakan yang selaras dengan perubahan tersebut. Perguruan tinggi-

yang tidak mampu mengikuti perubahan secara cepat dalam mengelola bisnisnya akan mengalami kemunduran bahkan kehancuran. Perubahan selera konsumen dalam hal ini mahasiswa dalam sebuah perguruan tinggi juga mengalami perubahan yang cukup spektakuler. Hal ini terbukti dengan tuntutan yang lebih dari mahasiswa atas kampus tempat mereka menimba ilmu.

Kepuasan mahasiswa selama dalam proses perkuliahan sebenarnya menjadi kunci sukses sebuah perguruan tinggi. Perilaku yang biasanya muncul setelah merasakan bahwa sebuah pelayanan memuaskan adalah mempublikasikan pelayanan tersebut tanpa diminta oleh perusahaan pemberi

layanan. Begitu pula dengan reaksi yang akan muncul jika mahasiswa-mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana terlayani dengan baik terutama pada saat mereka kuliah, baik dalam hal kemampuan Dosen mentransfer ilmu, kesungguhan memotivasi mahasiswanya belajar, mengerjakan ujian dan menggali ilmu maupun dari segi fasilitas pendukung yang dibangun perguruan tinggi, seperti kelengkapan alat peraga, koleksi buku sampai lingkungan kampus yang bersih dan nyaman. Kondisi seperti ini membutuhkan pemimpin-pemimpin yang tangguh dan kukuh pada pendiriannya bahwa kualitas lebih harus diutamakan. Pembentukan lulusan yang berkualitas membutuhkan tenaga-tenaga pendidik yang mempunyai loyalitas tinggi untuk mempunyai kemauan mentrasfer ilmu (*willingness to teach*) dan mampu mata kuliah dengan baik. Selanjutnya adalah Dosen dalam sebuah perguruan tinggi yang terdiri atas Dosen Tetap maupun Dosen Tidak Tetap menggunakan gayanya masing-masing dalam mengajar yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa tersebut. Dengan latar belakang inilah, penulis sangat tertarik untuk meneliti tentang “Analisis perbandingan kepuasan Mahasiswa terhadap proses belajar-mengajar oleh Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana”.

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
2. Menganalisis kualitas proses belajar mengajar Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Menganalisis perbandingan kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Mengevaluasi kepuasan mahasiswa terhadap proses belajar mengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Kepuasan Pelanggan

Pengertian kepuasan menurut Kotler (2009): “*The buyer satisfaction is a function of the closers between the buyers product expectation and product performance.*” Day (dalam Tse dan Wilton, 1988) mendefinisikan sebagai berikut: “Bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian

yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.” Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja nyata produk yang dirasakan pelanggan setelah memakainya.

Sudut Pandang Pelanggan terhadap Kepuasan

Kepuasan merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Adapun alasan bahwa kepuasan merupakan sesuatu yang dikejar oleh individu karena kepuasan merupakan kondisi akhir yang diinginkan individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan muncul sebagai konsekuensi yang tidak dapat dielakan dari proses pembelian. Pembelian yang memuaskan merupakan suatu prestasi yang akan memberikan suatu stabilitas dan ketenangan hidup. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Tjiptono (2008), jika pelanggan merasa puas terhadap kinerja produk perusahaan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dengan cara promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) agar mencoba produk tersebut. Dari uraian tersebut di atas dapat disimpulkan juga bahwa kepuasan akan menciptakan kesetiaan pelanggan.

Strategi Kepuasan Pelanggan

Upaya perbaikan dan penyempurnaan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan konsumen akan menyebabkan pesaing bekerja keras dan memerlukan biaya yang tinggi untuk merebut konsumen. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2008), yaitu :

1. *Relationship marketing*, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus, sehingga dapat terjadi bisnis ulangan.
2. *Superior customer service*, berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul daripada pesaingnya.
3. *Unconditional guarantees*, komitmen memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan.
4. Penanganan keluhan yang efektif, penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas bahkan menjadi

- pelanggan abadi.
5. Peningkatan kinerja perusahaan, strategi melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan secara berkesinambungan, sistem penilaian kinerja, penghargaan dan promosi karyawan didasarkan pada kontribusi mereka, memberdayakan karyawan sehingga mereka dapat mengambil keputusan tertentu yang berkaitan dengan tugasnya.
 6. *Quality function deployment*, praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen.

Kerangka Pemikiran

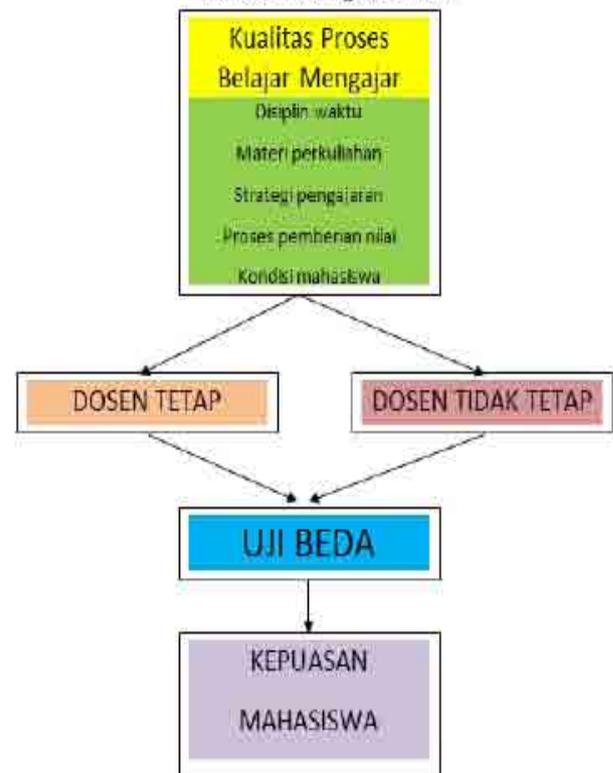
Mutu produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain. Sifat-sifat produk adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk satu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya (ciri yang memberikan tambahan manfaat dari suatu produk). Rancangan produk yang baik dapat menarik perhatian konsumen, memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi dan menambah keunggulan bersaing. Walaupun perguruan tinggi tumbuh seperti jamur, tetapi konsumen dapat secara selektif memilih produk yang diinginkan karena terdapat keistimewaan dan keunikan tersendiri.

Kepuasan merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Adapaun alasan bahwa kepuasan merupakan sesuatu yang dikejar oleh individu karena kepuasan merupakan kondisi akhir yang diinginkan individu dalam mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan muncul sebagai konsekuensi yang tidak dapat dielakkan dari proses pembelian. Seperti yang disebutkan sebelumnya, jika pelanggan merasa puas pada saat memakai produk tersebut serta terpenuhinya harapan pelanggan, dalam hal ini konfirmasi harapan terhadap suatu produk yang dikonsumsi. Apabila hal tersebut tercapai diharapkan konsumen akan melakukan pembelian ulang, mempunyai kemauan merekomendasikan dengan cara promosi dari mulut ke mulut agar konsumen lain mau mencoba produk tersebut.

Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dalam penelitian ini, masing-masing memiliki gaya tersendiri dalam mengampu mata kuliah. Namun gaya dosen dalam mengajar akan berpengaruh pada kepuasan mahasiswanya. Banyak pernyataan dari pejabat struktural FEB bahwa Dosen Tidak Tetap mempunyai kinerja lebih baik

dan mudah diatur dibandingkan dengan Dosen Tetap, namun untuk memuaskan mahasiswa yang merupakan konsumen sesungguhnya, benarkan Dosen Tidak Tetap lebih unggul daripada Dosen Tetap? Dosen dengan tugas utama mengajar harus mempunyai dedikasi yang tinggi dalam hal kemauan mereka untuk mentransfer ilmu. Kecerdasan Dosen, kepintaran dan keahliannya tidak berguna tanpa ada kemauan untuk mengajar dengan baik. Salah satu alat ukur kemauan Dosen untuk mengajar dengan baik adalah kepuasan mahasiswa terhadap proses

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



belajar mengajar yang diselenggarakan oleh Dosen tersebut dikelas. Jika digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran, alur penelitian ini menjadi :

Objek Penelitian

Dalam rangka penelitian ini, penulis berusaha mengumpulkan data secara lengkap serta melakukan riset dan penelitian pada Universitas Mercu Buana yang terletak di Jalan Raya Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah metode *survey explanatory*, yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan komparatif dan pengujian hipotesis. Tujuan penelitian ini ingin memperoleh gambaran atau deskripsi tentang bagaimana kepuasan mahasiswa atas proses belajar mengajar yang diselenggarakan oleh Dosen Tetap

dibandingkan dengan Dosen Tidak Tetap, serta menguji hipotesis perihal perbandingan perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa.

Desain penelitian yang tergambar di bawah ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Komponen-komponen input analisis mencakup kinerja Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
2. Dari input analisis yang demikian itu, dilakukan proses analisis dengan menggunakan Metode Analisis Statistik Inferensial, digunakan untuk mengukur kinerja Dosen FEB Universitas Mercu Buana dalam rangka pengujian Hipotesis.

3. Output analisis data tersebut adalah pokok-pokok kesimpulan dan saran.
4. Outcomes analisis adalah rekomendasi yang disusun berdasarkan pokok-pokok kesimpulan dan saran yang didapat dari pembahasan hasil penelitian.
5. Dengan desain penelitian yang demikian itu, maka diasumsikan bahwa terdapat perbedaan atau tidak terdapat perbedaan antara kinerja Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai

Tabel 1. Variabel dan Skala Pengukuran

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Kinerja Dosen		Ketepatan waktu masuk kelas	Ordinal
		Ketepatan waktu keluar kelas	Ordinal
		Ketepatan penyerahan nilai UTS	Ordinal
		Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	Ordinal
		Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	Ordinal
		Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	Ordinal
Materi perkuliahan		Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	Ordinal
		Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	Ordinal
		Kemutakhiran materi kuliah	Ordinal
		Kesediaan modul perkuliahan	Ordinal
		Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	Ordinal
Strategi Pengajaran		Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	Ordinal
		Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	Ordinal
		Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	Ordinal
		Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	Ordinal
		Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	Ordinal
		Penggunaan LCD dan komputer	Ordinal
		Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	Ordinal
		Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	Ordinal
		Kemauan Dosen mentransfer ilmu	Ordinal
		Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	Ordinal
Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	Ordinal		
Proses pemberian nilai		Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	Ordinal
		Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	Ordinal
		Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	Ordinal
		Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	Ordinal
		Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	Ordinal
Kondisi Mahasiswa		Keinginan bertanya	Ordinal
		Pemahaman	Ordinal
		Kesediaan membeli buku	Ordinal
		Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	Ordinal
		Keseriusan mempersiapkan tugas	Ordinal
		Keseriusan mempersiapkan ujian	Ordinal

berikut :

“Diduga terdapat perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa atas kinerja Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.”

Variabel dan Skala Pengukuran

Satuan ukuran dengan skala likert: untuk mengungkapkan kinerja karyawan Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap, skor 5 untuk pernyataan “Sangat Setuju”, skor 4 untuk pernyataan “Setuju”, skor 3 untuk pernyataan “Ragu-ragu”, skor 2 untuk pernyataan “Tidak Setuju”, dan skor 1 untuk pernyataan “Sangat Tidak Setuju”.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Dosen Tetap dan Dosen tidak Tetap Universitas Mercu Buana. Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari karyawan Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dengan cara convenience sampling proporsional, agar setiap karyawan Ukuran sampel : (Harun, 2001).

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

N = Populasi
n = sampel
e = persentase ukuran kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik statistik Inferensial. Sebelum angket digunakan untuk pengambilan data yang sesungguhnya, diadakan uji coba instrumen terlebih dahulu. Dengan harapan agar diketahui apakah butir-butir pertanyaan dalam angket dapat dipahami oleh responden.

Analisa Validitas Data

AVD merupakan proses pengujian suatu alat ukur untuk menentukan sejauh mana alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Pengujian validitas yang digunakan adalah analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir. Dalam hal analisis item ini masrun menyatakan ”teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan”. Teknik korelasi yang dipakai adalah

Korelasi Pearson Product Moment dengan rumus: (Bilson,2005).

Analisa Reliabilitas Data

Analisis reliabilitas data merupakan proses pengujian suatu alat ukur untuk menentukan ukuran keajekan (konsistensi) suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Analisis reliabilitas ini dilakukan menggunakan internal consistency dengan teknik belah dua (split half) yang dianalisis dengan rumus spearman brown. Untuk pengujian reliabilitas menggunakan teknik ini makan butir-butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok, yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap. Selanjutnya skor data tiap kelompok itu disusun secara terpisah. Skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari koefisien korelasinya. Setelah diperoleh nilai koefisien, kemudian nilai koefisien korelasi ini dimasukkan ke dalam rumus spearman brown. (Bilson, 2005). Semakin besar nilai reliabilitas (semakin mendekati angka 1), maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan instrument tersebut. Bila nilai bawahnya 0.60 maka dapat dikatakan instrument memiliki reliabilitas rendah; 0.6 - 0.8 reliabilitas sedang; diatas 0.8 reliabilitas tinggi.

Metode Analisa Data

Customer Satisfaction Index

Untuk mengetahui tingkat kepuasan adalah dengan mengukur respon kepuasan konsumen dimana menurut (Cronin and Taylor, 1992; Engel, et al., 1990; Tse and Wilton, 1988; Pawitra, 1993; Parasuraman, et al., 1994; Tears, 1994) yang dikuti oleh Fandy Tjiptono (2005) adalah salah satunya dengan membandingkan antara skor harapan dengan skor kinerja, sehingga apabila dibuat rumusan adalah sebagai berikut :

$$IKK = (PP : EX) \times 100\%$$

IKK = Indeks Kepuasan Konsumen.
PP = Perceived performance, yaitu skor penilaian kinerja terhadap jasa yang diterima dan Kenyataan yang sebenarnya dirasakan oleh konsumen .
EX = Expectation, yaitu skor harapan merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang kualitas produk yang akan diterimanya.

Kemudian hasil dari perbandingan tersebut dianalisis menggunakan analisis pembobotan, yang didapat dengan menentukan interval 0% (skor terendah) sampai 100% (skor tertinggi) dengan rincian sebagai berikut : 0% sampai 20%, artinya respon konsumen

tidak puas dan atribut produk dipersepsikan tidak baik. 21% sampai 40%, artinya respon konsumen kurang puas dan atribut produk yang dipersepsikan kurang baik. 41% sampai 60%, artinya respon konsumen cukup puas/netral dan atribut produk dipersepsikan cukup baik. 61% sampai 80%, artinya respon konsumen puas, dan atribut produk dipersepsikan baik. 81% sampai 100%, artinya respon konsumen sangat puas dan atribut produk dipersepsikan sangat baik. Nilai rata-rata dari masing-masing atribut tersebut kemudian dibandingkan antara 2 kelompok yaitu kinerja Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap, untuk mengetahui siapakah yang paling memuaskan mahasiswa dalam proses belajar mengajar.

Method of Successive Interval

Adapun teknik pengolahan data yang akan dilakukan adalah dengan mengolah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden adalah dengan menggunakan pembobotan skala likert. Setiap jawaban responden dinilai dengan arah pertanyaan sebagai berikut: untuk pertanyaan positif, skala yang digunakan adalah 5-4-3-2-1, dan untuk pernyataan negatif skala yang digunakan adalah 1-2-3-4-5, pengukuran ini dilakukan pada kuesioner tertutup yang berskala ordinal.

Method of successive interval perlu digunakan untuk

mentransformasi data yang diperoleh dengan ukuran ordinal menjadi interval. Proses ini dilakukan dengan menggunakan software MSI.

Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian yang diuji adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan mahasiswa atas kinerja Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap.

H1 : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan mahasiswa atas kinerja Dosen Tetap dengan Dosen Tidak Tetap.

Pengujian ini menggunakan uji hipotesis dengan analisa t hitung (t) dengan tingkat keyakinan 95% berarti ($\alpha = 0,05$), dengan rumus :

$$t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$$

Dimana :

rs : koefisien korelasi

n : ukuran sampel

tingkat kebebasan dk = n-2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Indikator	Correlation	Kriteria
Ketepatan waktu masuk kelas	.365	.002
Ketepatan waktu keluar kelas	.488	.000
Ketepatan penyerahan nilai UTS	.646	.000
Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	.505	.000
Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	.532	.000
Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	.556	.000
Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	.490	.000
Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	.533	.000
Kemutakhiran materi kuliah	.650	.000
Kesediaan modul perkuliahan	.401	.001
Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	.340	.004
Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	.362	.002
Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	.515	.000
Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	.306	.009
Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	.391	.001
Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	.601	.000
Penggunaan LCD dan komputer	.497	.000
Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	.674	.000
Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	.581	.000
Kemauan Dosen mentransfer ilmu	.444	.000
Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	.550	.000
Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	.593	.000
Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	.537	.000
Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	.372	.002
Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	.384	.001
Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	.306	.000
Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	.536	.000
Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	.505	.000
Kemudahan pemahaman	.631	.000
Kesediaan mahasiswa membeli buku	.478	.000
Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	.421	.000
Keseriusan mempersiapkan tugas	.646	.000
Keseriusan mempersiapkan ujian	.573	.000

Sumber : Data diolah

Perbandingan antara kelompok Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu 48 Dosen Tetap dan 61 Dosen termasuk dalam kelompok Dosen Home Base dan Dosen Tidak Tetap. Pada penelitian ini, kami akan melihat perbandingan kualitas proses belajar mengajar untuk kedua kelompok dosen ini yang dimulai dengan menganalisis dosen tetap terlebih dahulu. Sebelum melakukan analisis, dilakukan pengujian instrumen penelitian: Dari seluruh indikator yang digunakan untuk menganalisis kualitas proses belajar mengajar, ternyata seluruh indikator tersebut valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Indikator-indikator ini juga digunakan untuk mengukur kualitas kerja kelompok dosen tidak tetap dan atau dosen home base.

Uji reliabilitas instrumen menghasilkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan

reliabel dengan hasil 0,796, hal ini berarti instrumen penelitian tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian yaitu kualitas kerja.

Langkah selanjutnya adalah menganalisis kualitas kerja kelompok Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Seluruh item kuesioner dalam penelitian ini bernilai positif, artinya tidak ada item bernilai negatif, sehingga dengan merekapitulasi jawaban responden kemudian mengkalkulasikannya, diperoleh hasil bahwa jawaban responden pada kategori setuju dan sangat setuju secara total untuk 32 indikator dipilih sebanyak 652 dan 651 responden. Dengan kata lain sebanyak 67,86% responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap item atau indikator kualitas proses belajar mengajar yang diselenggarakan oleh kelompok Dosen Tetap. Pernyataan setuju dan sangat setuju mencerminkan bahwa kualitas proses belajar mengajar kelompok

Tabel 3. Kualitas Proses Belajar Mengajar Dosen Tetap & Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis

Indikator	TS (1)	KS (2)	S (3)	SS (4)
Ketepatan waktu masuk kelas	13/4	5/5	24/24	18/27
Ketepatan waktu keluar kelas	17/11	8/15	18/21	17/13
Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	2/2	11/3	24/25	23/30
Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	2/2	14/1	17/26	27/31
Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	8/16	16/18	19/14	17/12
Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	12/18	13/13	21/14	14/15
Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	3/22	8/12	23/14	26/12
Kemutakhiran materi kuliah	6/8	5/12	25/18	24/22
Kesediaan modul perkuliahan	14/18	12/20	16/12	18/10
Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	0/24	3/22	31/8	26/6
Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	8/21	4/15	24/12	24/12
Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	12/28	16/22	18/8	14/2
Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	16/12	18/17	14/14	12/17
Membenkan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	6/21	14/16	18/18	22/5
Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	0/2	5/12	26/18	29/28
Penggunaan LCD dan komputer	2/4	6/11	28/18	24/27
Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	6/21	12/16	24/12	18/11
Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	6/14	14/18	16/18	24/10
Kemauan Dosen mentransfer ilmu	18/16	9/15	12/14	21/15
Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	14/18	11/21	22/12	13/9
Membenkan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	18/4	14/12	12/18	16/26
Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	4/4	2/2	23/25	31/29
Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	2/6	2/16	23/18	33/20
Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	18/28	21/20	12/6	9/6
Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	13/18	16/22	15/16	16/4
Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	8/21	12/16	22/12	18/11
Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	5/12	8/14	21/21	26/15
Kemudahan pemahaman	12/12	16/16	18/18	14/14
Kesediaan mahasiswa membeli buku	18/4	22/12	11/18	9/26
Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	5/16	8/13	21/18	26/13
Keseriusan mempersiapkan tugas	2/5	8/11	26/21	24/23
Keseriusan mempersiapkan ujian	8/12	6/10	28/16	18/22
Jumlah	278/424	339/448	652/527	651/521
Total			1920	
	14,48/22,09	17,66/23,33	33,98/27,45	33,90/27,13

TS = tidak setuju, KS = kurang setuju, dan SS = sangat setuju
 Sumber : data diolah

Dosen Tetap adalah baik. Kesimpulan kualitas proses belajar mengajar yang baik ini didukung pula dengan pembuktian lain bahwa hanya 32,14% dari responden yang menyatakan tidak setuju dan kurang setuju. Beberapa indikator sangat ekstrim dijawab oleh responden tidak setuju atau kurang setuju adalah pada indikator ketepatan waktu keluar dan masuk kelas, efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah, kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh, mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah, kemauan dosen mentransfer ilmu, Memberikan kuis pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa, keterbukaan Dosen menilai tugas, keterbukaan Dosen menilai kuis, kemampuan dosen memberikan pemahaman, dan Kesiediaan mahasiswa membeli buku. Walaupun secara totalitas rata-rata sudah memuaskan, namun untuk 11 indikator ini sangat perlu ditingkatkan kembali.

Dari hasil analisis pada tabel 3 pernyataan yang dijawab oleh responden tidak setuju dan kurang setuju, dimana seluruh pernyataan adalah pernyataan positif, mencapai 45,42%. Hal ini berarti bahwa banyak responden menganggap bahwa proses belajar mengajar kelompok dosen yang kedua berdasarkan indikator-indikator yang ada cenderung kurang dan tidak memuaskan. Dari 32 indikator pengukur kualitas proses belajar mengajar, terdapat 19 indikator yang berada pada area berbahaya ini, diantaranya adalah ketepatan waktu keluar kelas, Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah, Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan, Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini, Kesiediaan modul perkuliahan, Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah, Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas, Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori), Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan, Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan, Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi, Kemauan Dosen mentransfer ilmu, Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar, Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi, Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas, Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz, Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian, Kemudahan pemahaman, dan Kesiediaan memiliki bahan kuliah(modul). Banyak keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa yang tidak mendapatkan solusi dari para pemangku jabatan seperti ketua program studi, sekretaris program studi sampai pada level Dekan. Keluhan mahasiswa

biasanya hanya ditanggapi setengah hati, solusi tidak didapat, dan biasanya mereka diminta untuk mengikuti saja kemauan dosennya.

Perbandingan kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Uji Signifikansi Perbedaan Dua Sampel yang Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Mann Whitney karena Uji Mann Whitney sebesar -0,770, maka untuk hipotesisnya dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima. Dengan kata lain tidak ada perbedaan kualitas proses belajar mengajar antara Dosen Tetap dengan kelompok kedua yaitu Dosen *Home Base* dan Dosen Tidak Tetap. Di samping itu keputusan juga dapat diambil dengan melihat nilai Asymp Sig (2-tailed). Nilai Asymp Sig (2-tailed) = 0,441 > setengah α = 0,025, maka H_0 diterima.

Kepuasan mahasiswa terhadap proses belajar mengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Kinerja yang baik terlihat pada enam indikator dengan gap positif, diantaranya adalah memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan, penyampaian materi menarik dan tidak membosankan, soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan, meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa, kemudahan pemahaman, dan kesiediaan memiliki bahan kuliah(modul).

Sebaliknya kinerja yang masih kurang atau dengan gap negatif mencapai dua puluh enam indikator. Indikator dengan gap negatif tertinggi (-1) adalah keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai ujian. Dari hasil analisis ini ternyata masih banyak Dosen Tetap yang tidak membagikan lembar jawaban ujian yang sudah dikoreksi. Mereka memang mengumumkan hasil ujian melalui sia mercu buana, kalau memang diberikanpun mahasiswa tidak tahu mengapa nilainya kurang atau tidak mendapat nilai penuh karena mereka tidak tahu jawaban yang benar seperti apa. Sebaiknya pada sesi pertama setelah ujian tengah semester (UTS) adalah minggu untuk membahas soal ujian dan jangan masuk ke materi baru. Minggu ini juga menjadi minggu evaluasi terhadap materi-materi yang dikuasai dengan baik oleh mahasiswa.

Hasil analisis ini dipetakan ke dalam diagram cartesius agar dapat kita lihat mana indikator yang menjadi prioritas utama (ruang A), yang berlebihan (ruang D), prioritas rendah (ruang

Tabel 4: Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Belajar Mengajar Dosen Tetap Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu Buana

No	Indikator	Customer Satisfaction Performance (Y _i)	Customer Importance (X _i)	\bar{Y}	\bar{X}
1.	Ketepatan waktu masuk kelas	238	242	3,97	4,03
2.	Ketepatan waktu keluar kelas	179	236	2,98	3,93
3.	Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	227	233	3,78	3,88
4.	Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	228	250	3,80	4,17
5.	Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	233	233	3,88	3,88
6.	Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	228	234	3,80	3,90
7.	Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	210	228	3,50	3,80
8.	Kemutakhiran materi kuliah	196	207	3,27	3,45
9.	Kesediaan modul perkuliahan	209	249	3,48	4,15
10.	Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	191	214	3,18	3,57
11.	Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	201	218	3,35	3,63
12.	Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	192	197	3,20	3,28
13.	Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	162	192	2,70	3,20
14.	Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	241	201	4,02	3,35
15.	Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	249	250	4,15	4,17
16.	Penggunaan LCD dan komputer	238	246	3,97	4,10
17.	Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	244	211	4,07	3,52
18.	Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	238	242	3,97	4,03
19.	Kemauan Dosen mentransfer ilmu	247	249	4,12	4,15
20.	Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	186	211	3,10	3,51
21.	Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	210	244	3,50	4,07
22.	Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	251	249	4,18	4,15
23.	Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	243	248	4,05	4,13
24.	Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	221	250	3,68	4,17
25.	Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	247	250	4,12	4,17
26.	Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	188	248	3,13	4,13
27.	Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	247	244	4,12	4,07
28.	Kemudahan pemahaman	248	250	4,13	3,83
29.	Kesediaan mahasiswa membeli buku	214	244	3,57	4,06
30.	Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	176	244	4,40	4,07
31.	Keseriusan mempersiapkan tugas	246	249	4,10	4,13
32.	Keseriusan mempersiapkan ujian	194	241	3,23	4,01
Jumlah				119	124,71
\bar{X} dan \bar{Y}				3,72	3,90
GAP				-0,18	

Sumber : data diolah peneliti

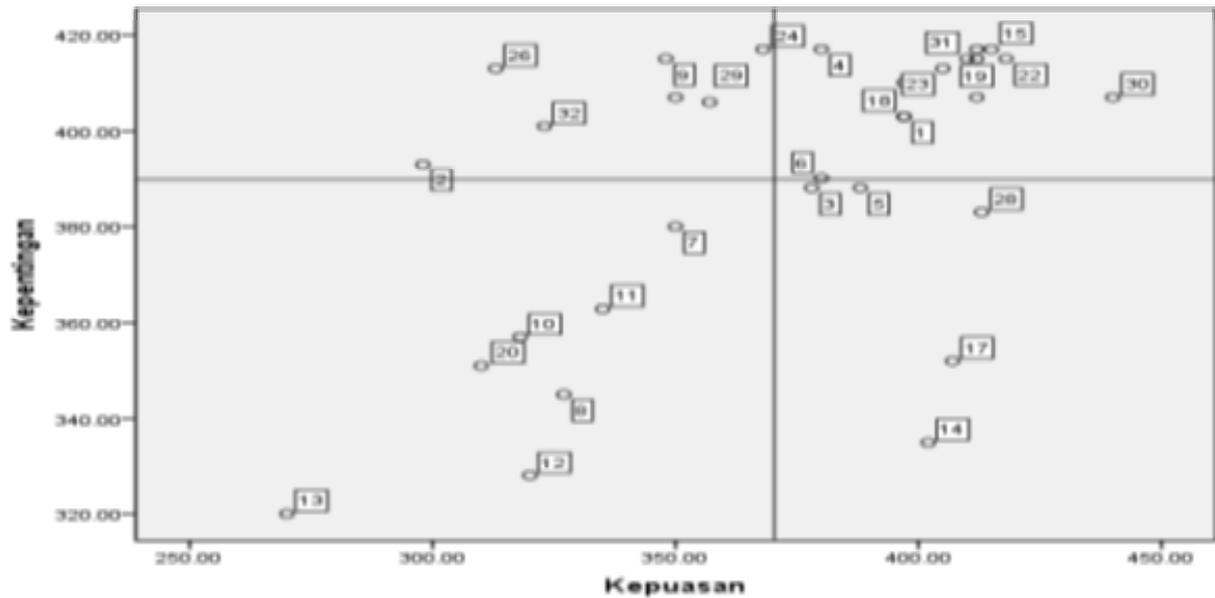
C), dan atau pertahankan prestasi (ruang B).

Indikator Ketepatan waktu keluar kelas (2), Ketersediaan modul perkuliahan (9), Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai tugas (24), Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai ujian (26), Kesiediaan mahasiswa membeli buku (29), dan Keseriusan mahasiswa mempersiapkan ujian (32) adalah indikator yang menjadi prioritas utama (ruang A) untuk segera diperbaiki, karena pada ruang ini menunjukkan bahwa menurut mahasiswa hal ini penting tapi tingkat kepuasan mahasiswa yang

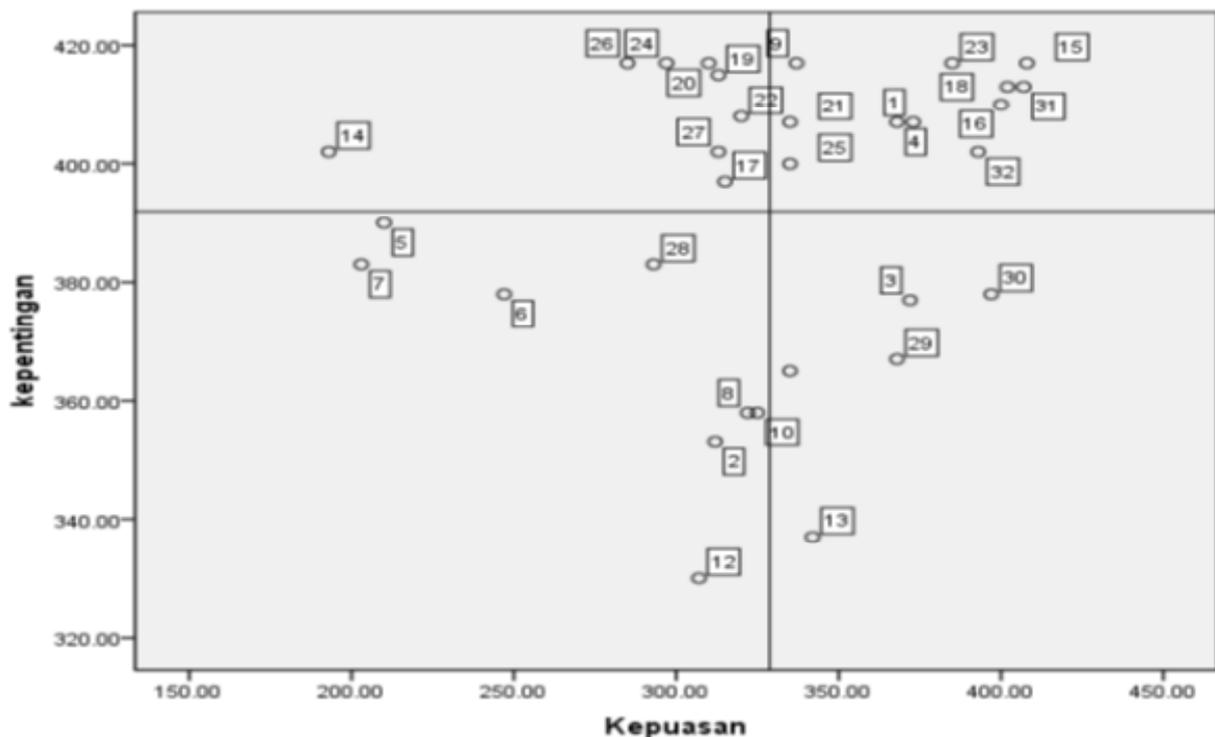
merupakan konsumen UMB kurang memuaskan.

Terdapat 5 indikator yang pelayanannya berlebihan (ruang D), yaitu Ketepatan waktu dalam mengawas UTS (3), Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah (5), Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan (14), Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan (17), Kemudahan pemahaman/mahasiswa mudah memahami materi yang disampaikan (28).

Gambar 4.1. Diagram Kartesius : Analisis Kepuasan



Gambar 4.2. Diagram Cartesius Kinerja Dosen Tidak Tetap & Home Base



Langkah terakhir dalam penelitian ini dilakukan analisis kepuasan mahasiswa atas kualitas proses belajar mengajar untuk kelompok kedua yaitu Dosen Tidak Tetap dan Dosen Home base. Dari tabel 4.8. di bawah ini gap negatif mencapai -0,64,

jika dibandingkan dengan kinerja Dosen Tetap, angka ini cukup tinggi mencapai tiga kali lipat tidak memuaskan.

Pada gambar 4.2. dapat diketahui bahwa terdapat 7

Tabel 5. Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Belajar Mengajar Dosen Tidak Tetap dan Dosen Home Base Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Mercu

No	Indikator	Customer Satisfaction Performance (Y ₁)	Customer Importance (X ₁)	\bar{Y}	\bar{X}
1.	Ketepatan waktu masuk kelas	224	244	3,73	4,07
2.	Ketepatan waktu keluar kelas	187	212	3,12	3,53
3.	Ketepatan waktu dalam mengawas UTS	223	226	3,72	3,77
4.	Ketepatan waktu dalam mengawas UAS	221	244	3,68	4,07
5.	Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah	126	234	2,10	3,9
6.	Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan	148	227	2,47	3,82
7.	Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini	122	230	2,03	3,83
8.	Kemutakhiran materi kuliah	193	215	3,22	3,58
9.	Kesediaan modul perkuliahan	202	250	3,37	4,17
10.	Kesempatan berdiskusi topik-topik terbaru berkaitan dengan materi kuliah	195	215	3,25	3,58
11.	Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas	201	219	3,35	3,65
12.	Kejelasan penyampaian materi dan pemberian contoh	184	198	3,07	3,3
13.	Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori)	205	202	3,42	3,37
14.	Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan	116	241	1,93	4,01
15.	Kemampuan berkomunikasi dan berbahasa	245	250	4,08	4,17
16.	Penggunaan LCD dan komputer	240	246	4,00	4,10
17.	Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan	189	238	3,15	3,97
18.	Memotivasi mahasiswa dalam menyimak materi	241	248	4,02	4,13
19.	Kemauan Dosen mentransfer ilmu	188	249	3,13	4,15
20.	Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar	186	250	3,10	4,17
21.	Memberikan quiz pada setiap akhir suatu materi untuk mengukur daya serap mahasiswa	201	244	3,35	4,07
22.	Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan	192	245	3,20	4,08
23.	Penyerahan lembar ujian yang sudah dikoreksi	231	250	3,85	4,17
24.	Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas	178	250	2,97	4,17
25.	Keterbukaan Dosen dalam menilai quiz	201	240	3,35	4,00
26.	Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian	171	250	2,85	4,17
27.	Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa	188	241	3,13	4,02
28.	Kemudahan pemahaman	176	230	2,93	3,83
29.	Kesediaan mahasiswa membeli buku	221	220	3,68	3,67
30.	Kesediaan memiliki bahan kuliah(modul)	238	227	3,97	3,78
31.	Keseriusan mempersiapkan tugas	244	248	4,07	4,13
32.	Keseriusan mempersiapkan ujian	236	241	3,93	4,01
Jumlah				105,22	125,40
\bar{X} dan \bar{Y}				3,28	3,92
GAP				-0,64	

Sumber : data diolah peneliti

indikator yang berada pada ruang A Prioritas Utama, yaitu Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan (14), Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan (17), Kemauan Dosen mentransfer ilmu (19), Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar (20), Soal ujian sesuai dengan materi perkuliahan yang disampaikan (22), Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas (24), dan Meningkatkan Keinginan bertanya bagi Mahasiswa (27).

Indikator dengan indikasi pelayanan yang berlebihan adalah Ketepatan waktu dalam mengawas UTS, Penyelesaian setiap kasus, PR dan tugas, Mewajibkan mahasiswa presentasi materi kuliah (teori), Kesiediaan mahasiswa membeli buku, dan Kesiediaan memiliki bahan kuliah(modul).

Dari tabel 4.8. dapat diketahui bahwa terdapat 8 indikator dengan dengan tingkat gap negatif terbesar, yang akan diuraikan berikut ini dari mulai yang paling buruk kinerjanya, yaitu: Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan -2,08 (14), Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah -1,8 (5), Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini -1,8 (7), Kesesuaian materi kuliah dengan Satuan Acara Perkuliahan (6), Keterbukaan Dosen dalam menilai ujian (26), Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas (24), Kesungguhan Dosen membantu mahasiswa belajar (20), Kemauan Dosen mentransfer ilmu(19).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil analisis dan pembahasan atas kondisi kualitas belajar mengajar dari Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta kondisi kepuasan dari mahasiswa sebagai konsumennya menunjukkan bahwa:

1. Kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap berada pada angka 67,86% dimana kemutakhiran materi kuliah, penyelesaian kasus, PR dan tugas; Kemampuan komunikasi dan bahasa; Penggunaan LCD Komputer; Soal ujian sesuai materi kuliah; serta keseriusan mempersiapkan tugas merupakan indikator-indikator yang memberikan kontribusi besar terhadap persentase tersebut. Sedangkan Dosen dianggap kurang berkualitas sebesar 32,14% terutama untuk indikator Keterbukaan Dosen dalam menilai tugas; Pemberian kuis untuk menilai kemampuan mahasiswa; kemauan Dosen untuk transfer ilmu; Mewajibkan mahasiswa presentasi; serta Ketepatan Dosen keluar kelas perkuliahan.

2. Kualitas proses belajar mengajar Dosen Tidak Tetap dan Home Base sebesar 54,58% dimana ketepatan waktu masuk kelas; ketepatan waktu mengawas UTS/UAS; Kemampuan komunikasi dan bahasa; dan soal ujian sesuai dengan materi kuliah memberikan kontribusi besar terhadap kualitas tersebut. Sebesar 45,42% dianggap kurang berkualitas dan indikator yang berkontribusi besar untuk kondisi tersebut seperti Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata; Kesempatan berdiskusi; Memberikan kasus untuk dipresentasikan; Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan; serta keterbukaan menilai kuis dan ujian.
3. Membandingkan kualitas proses belajar mengajar kelompok Dosen Tetap dan Dosen Tidak Tetap/home base dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas Dosen Tetap lebih baik dari pada Dosen Tidak Tetap dan *Home base* namun dengan indikator pendukung kualitas yang berbeda. Kualitas Dosen Tetap dan *Home Base* anatar lain dari indikator Ketepatan waktu masuk kelas dan Ketepatan waktu mengawas UTS/UAS, dimana indikator tersebut bukan merupakan pendukung besar untuk kualitas proses belajar mengajar Dosen Tetap. Keterbukaan menilai kuis dan tugas baik Dosen Tetap maupun Dosen Tidak Tetap/*Home Base* sama-sama kurang baik kualitasnya.
4. Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis belum sepenuhnya dapat memuaskan mahasiswa dalam proses belajar mengajar dikelas. Beberapa indikator menunjukkan gap negatif yang berarti membuktikan tingkat kepentingan (*customer importance*) jauh berada di atas tingkat kepuasannya (*customer satisfaction performance*). Sedangkan kinerja yang baik terlihat pada 6 (enam) indikator dengan gap positif, diantaranya adalah: Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh mahasiswa kemudian dipresentasikan; Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan; Soal ujian sesuai dengan materi kuliah yang disampaikan; Meningkatkan keinginan bertanya bagi mahasiswa; Kemudahan pemahaman; dan Kesiediaan memiliki bahan kuliah (modul). Sedangkan kinerja dengan gap negatif mencapai 26 (dua puluh enam) indikator. Indikator dengan gap nilai tertinggi (-1) adalah Keterbukaan dalam menilai ujian.
5. Dosen Tidak Tetap dan Home base ternyata masih menunjukkan kinerja kurang baik dimana terdapat 8 (delapan) indikator dengan tingkat gap negatif terbesar dan yang paling buruk

kinerjanya, adalah: Memberikan kasus sesuai dengan materi yang disampaikan untuk dibuat penyelesaiannya oleh Mahasiswa kemudian dipresentasikan sebesar -2,08; Efektivitas pemanfaatan waktu untuk penyampaian materi kuliah -1,8; dan Relevansi materi kuliah dengan kondisi nyata saat ini -1,8

6. Prioritas utama (ruang A) menunjukkan bahwa menurut mahasiswa hal ini penting namun tingkat kepuasan mahasiswa sebagai konsumen kurang memuaskan, yaitu untuk indikator Ketepatan waktu keluar kelas; Ketersediaan modul perkuliahan; Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai tugas; Keterbukaan Dosen Tetap dalam menilai ujian; Kesiapan mahasiswa membeli buku; dan Keseriusan mahasiswa mempersiapkan ujian.
7. Analisis kepuasan mahasiswa atas kualitas proses belajar mengajar untuk Dosen Tidak Tetap dan Home Base menunjukkan bahwa gap negatif mencapai -0,64. Jika dibandingkan dengan kinerja Dosen Tetap, angka ini mencapai tiga kali lipat tidak memuaskan.

Saran

Beberapa perbaikan yang perlu ditindaklanjuti untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam hal ini mahasiswa sebagai berikut:

1. Indikator yang digunakan perlu dikelompokkan ke dalam kelompok akademik dan non-akademik misalnya pengembangan sumber daya manusia baik dalam hal ini Dosen maupun mahasiswa. Pengelompokan tersebut diperlukan agar perbaikan lebih fokus penanganan perbaikannya mengingat bahwa di UMB terdapat beberapa bidang yang ditangani oleh unit yang berbeda dengan kewenangan masing-masing.
2. Salah satu indikator, Penyampaian materi menarik dan tidak membosankan yang bagi Dosen Tetap memiliki gap positif perlu dipertahankan, yang dapat dilakukan dengan memberikan training bagi para Dosen agar dalam menyusun materi selalu dapat mengikuti perkembangan teknologi pembuatan power point. Sedangkan gap negatif

yang cukup besar bagi Dosen Tidak Tetap perlu dikaji lebih dalam penyebabnya, untuk jangka pendek diperlukan monitoring dan evaluasi terus-menerus dari pihak fakultas atau program studi agar mereka dapat memperbaiki kinerjanya dan tidak menggunakannya lagi sebagai pengampu jika tidak menunjukkan perbaikan.

3. Indikator-indikator lain yang berada pada ruang diagram yang berbeda dapat menjadi acuan untuk dilakukan perbaikan oleh unit-unit yang berwenang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, John 2008, *Kepemimpinan Yang Memotivasi*, Jakarta, Gramedia.
- Danim, Sudarwan, 2004, *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Dessler, Gary, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Indeks.
- Kotler Philip and Armstrong, G (2008), "Prinsip-Prinsip Dasar Pemasaran." Jilid II (12th ed.), Jakarta Erlangga.
- Kotler Philip and Keller lane (2009), "Marketing Management." (13th ed.), Upper Sadler River, NJ: Prentice Hall.
- Riberu J, 2003, *Dasar-Dasar Kepemimpinan*, Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya.
- Samsudin, Sadili, 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung, Pustaka Setia.
- Sugiono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfa Beta CV.
- Umar, Husein, 2003, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta, Rajawali Pers.

PERANAN KOMITMEN ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN BERDASARKAN *THE INDONESIAN INSTITUTE FOR CORPORATE GOVERNANCE (IICG)*

Eni Wuryani

Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Surabaya 60231 Indonesia
e-mail : eniwuryani_bm@yahoo.com

ABSTRACT

Organizational commitment included an element of loyalty to the organization, involvement in work, and the identification of the values and goals of the organization. While organization commitment could be seen as the company's formulating organizational initiatives and strategies and corporate policies. The application of Good Corporate Governance (GCG) concept and sincerity to achieve an organization commitment, and this can be felt as well as to encourage the members of the companies to do it. Company that seeks to improve the performance will conduct accountability (responsibility) that is sincerity organ accountable enterprises in the whole process of reaching performance in a transparent and fair, including accountable for the entire process in formulating, implementing and evaluating strategies and corporate policies, and sincerity can be felt as well as to encourage the members of the companies to do it.

Keywords: *Organizational Commitment, Corporate Performance, Good Corporate Governance*

ABSTRAK

Komitmen organisasional mencakup unsur loyalitas terhadap organisasi, keterlibatan dalam pekerjaan, dan identifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Sedangkan komitmen organisasi ditunjukkan dengan kesungguhan organisasi perusahaan dalam merumuskan inisiatif dan strategi serta kebijakan perusahaan. Penerapan konsep *Good Corporate Governance* (GCG) dan kesungguhan untuk mencapainya merupakan komitmen organisasi, dan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Perusahaan yang berupaya meningkatkan kinerja perusahaan akan melakukan akuntabilitas (pertanggungjawaban) yaitu kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Kata kunci: *Komitmen Organisasi, Kinerja Perusahaan, Good Corporate Governance*

PENDAHULUAN

Komitmen organisasi dapat merupakan alat bantu psikologis dalam menjalankan organisasinya untuk pencapaian kinerja yang diharapkan (Nouri dan Parker, 1996). Komitmen organisasi yang kuat akan mendorong para manajer bawahan berusaha keras mencapai tujuan organisasi Porter *et al.*, (1974). Komitmen yang tinggi menjadikan individu lebih mementingkan organisasi daripada kepentingan pribadi dan berusaha menjadikan organisasi menjadi lebih baik. Komitmen organisasi yang rendah akan membuat individu untuk berbuat untuk kepentingan pribadinya. Komitmen organisasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja

yang tinggi, Randall (1990) dalam Nouri dan Parker (1998).

Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang paling mampu menarik, mengembangkan dan menjaga individu yang memiliki *skill*, perspektif, dan pengalaman yang cukup untuk menggerakkan bisnis global, untuk itu kekayaan intelektual diperlukan untuk menciptakan dan mendistribusikan produk dan jasa ke bisnis global. Untuk mencapai kinerja perusahaan secara maksimal dan keunggulan kompetitif diperlukan sumber daya dan kapabilitas organisasi meliputi kemampuan untuk membentuk dan menjaga sumber daya manusia yang memiliki kapabilitas dan komitmen, Becker *et al.* (2000). Komitmen

organisasi (*organization commitment*) adalah kemampuan dan kemauan untuk menyelaraskan perilaku pribadi dengan kebutuhan, prioritas dan sasaran organisasi. Ini mencakup cara-cara mengembangkan tujuan atau memenuhi kebutuhan organisasi.

KOMITMEN ORGANISASI

Komitmen berasal dari kata latin *committere* yang berarti menggabungkan, mempercayai dan mengerjakannya. Organisasi adalah entitas sosial yang dibangun untuk mencapai tujuan tertentu, berisi posisi-posisi yang saling berinteraksi dan secara sengaja distrukturisasi dan dikoordinasikan, serta berada di dalam lingkungan sosial yang lebih besar, Bedeian(1991:7). Hal ini berarti organisasi berisikan kumpulan orang yang berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu dari organisasi. Komponen dari suatu organisasi antara lain meliputi manajer maupun pegawai dan pihak-pihak yang terkait yang berinteraksi dan terkoordinasi.

Ada dua pendekatan dalam merumuskan definisi komitmen dalam berorganisasi. Yang pertama melibatkan usaha untuk mengilustrasikan bahwa komitmen dapat muncul dalam berbagai bentuk, maksudnya arti dari komitmen menjelaskan perbedaan hubungan antara anggota organisasi dan entitas lainnya (salah satunya organisasi itu sendiri). Yang kedua melibatkan usaha untuk memisahkan diantara berbagai entitas di mana individu berkembang menjadi memiliki komitmen. Kedua pendekatan ini tidak *compatible* namun dapat menjelaskan definisi dari komitmen, bagaimana proses perkembangannya dan bagaimana implikasinya terhadap individu dan organisasi, Meyer & Allen (1997).

Komitmen organisasi didefinisikan sebagai keyakinan dan dukungan yang kuat terhadap nilai dan sasaran yang ingin dicapai organisasi. Konsep dari komitmen organisasi didasarkan pada premis bahwa individu-individu membentuk suatu *artachment* pada organisasi, Ketchand & Strawser(1998:109). Komitmen organisasi dapat didefinisikan sebagai "*relative strength of an individual's identification with and involvement in a particular organization*" (Porter, *etal.*, 1998: 109).Salancik dalam Kwon (2002) menyatakan bahwa komitmen organisasi didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seorang individu menjadi terikat atas apa yang dilakukan dan, melalui kegiatan yang dilakukan, untuk kepercayaan yang mempertahankan kegiatan dan keterlibatannya.

Komitmen organisasi merupakan sebuah ekspresi dari keinginan seseorang untuk menunjukkan prilakunya. Pada saat

seseorang komit terhadap organisasi, seseorang tersebut akan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk berperilaku berdasarkan norma institusional dibandingkan mereka yang tidak komit. Sebagai hasilnya, komitmen memperkuat keinginan seseorang untuk menunjukkan perilaku yang diinginkan oleh organisasi. Sebaliknya, komitmen yang rendah akan menghilangkan kecenderungan orang akan berperilaku sesuai dengan apa yang diinginkan organisasi. Komitmen organisasi merefleksikan kekuatan relatif dari sebuah indentifikasi individual seseorang dalam keterlibatannya didalam organisasi, Steers, 1977 dalam Randal (1987: 461). Komitmen organisasi dapat digambarkan dalam tiga komponen utama: (a) keyakinan yang kuat dari seseorang dan sebuah keyakinan terhadap tujuan organisasi; (b) keinginan seseorang untuk memberikan usaha yang sesuai untuk kepentingan organisasi; (c) hasrat yang jelas dari seseorang untuk memelihara keanggotaan, Randal(1987: 461). Semakin kuat komitmen organisasi seseorang, semakin kuat pula kecenderungan seseorang untuk diarahkan dalam tindakannya oleh standard internal yang ada.

Menurut Robbin (2003:94) komitmen pada organisasi merupakan suatu sikap kerja, didefinisikan sebagai keadaan dimana karyawan mengaitkan dirinya ke organisasi tertentu dan sasaran-sasarannya, serta berharap mempertahankan keanggotaan dalam organisasi itu. Menurut O'Reilley dalam Staw (1991: 299) komitmen terhadap organisasi adalah rasa keterikatan seseorang kepada organisasi, termasuk perasaan terlibat dalam pekerjaan, loyalitas, dan kepercayaan pada nilai-nilai organisasi. Steers (1985:50) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai rasa indentifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi) dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang pegawai terhadap organisasinya. Steers berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan kondisi dimana pegawai sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-nilai, dan sasaran organisasinya. Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan. Berdasarkan definisi ini, dalam komitmen organisasi tercakup unsur loyalitas terhadap organisasi, keterlibatan dalam pekerjaan, dan indentifikasi terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.

Meyer dan Allen (1991) merumuskan suatu definisi mengenai komitmen dalam berorganisasi sebagai suatu konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk melanjutkan keanggotaannya dalam berorganisasi. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan anggota yang memiliki komitmen terhadap organisasinya akan lebih dapat bertahan sebagai bagian dari organisasi dibandingkan anggota yang tidak memiliki komitmen terhadap organisasi. Komitmen memiliki arti penerimaan yang kuat individu terhadap tujuan dan nilai-nilai perusahaan, di mana individu akan berusaha dan berkarya serta memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan di perusahaan tersebut.

PEMBENTUKAN KOMITMEN ORGANISASI

Menurut O'Reilley dalam Staw (1991: 299) terdapat tiga proses atau tahapan pembentukan komitmen organisasi, yakni: *compliance*, *identification*, dan *internalization*. Pada tahap pertama, *compliance*, seseorang menerima pengaruh dari orang lain, karena suatu alasan misalnya pembayaran. Tahapan yang ke dua, *identification*, ketika seseorang menerima pengaruh orang lain dengan tujuan untuk menjaga sesuatu yang memuaskan orang lain, mendefinisikan hubungan. Orang-orang merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan. Tahapan akhir pembentukan komitmen adalah *internalization*, yakni individu menemukan nilai-nilai organisasi yang secara intrinsik memberikan imbalan karena nilai-nilai organisasi sesuai dengan nilai-nilai personal. Mengingat komitmen sebagai proses internalisasi maka beragamnya budaya organisasi mencerminkan tingkatan komitmen di antara para anggotanya. Organisasi-organisasi dapat dikelompokkan berdasarkan komitmen para karyawannya. Budaya organisasi yang kuat dicirikan oleh para anggotanya yang mengidentifikasi dirinya dengan organisasi, karena organisasi menjunjung tinggi nilai-nilai yang dihargai oleh para karyawan.

Menurut Kreitner dan Kinicki (1995 : 162) komitmen organisasi merupakan akibat yang ditimbulkan oleh kepuasan kerja. Komitmen organisasi mencerminkan adanya identifikasi individu dengan suatu organisasi dan adanya komitmen terhadap tujuan-tujuan organisasi. Meyer and Allen (1997), menyatakan bahwa pegawai yang memiliki hubungan yang baik dengan atasan langsungnya memiliki tingkat komitmen yang lebih tinggi. Mereka berpendapat bahwa jika pegawai memiliki komitmen yang tinggi terhadap kelompok

kerjanya maka komitmen terhadap organisasi secara keseluruhan juga tinggi. Lio dalam Kwon (2002) mengatakan komitmen pekerja yang tinggi berkorelasi dengan keamanan kerja yang mereka dapatkan.

Koopman dalam Kwon (2002) mengatakan bahwa gaya manajemen dapat berpengaruh terhadap tingkat komitmen para pegawai. Para pegawai yang lebih menyukai gaya manajer mereka juga lebih menyukai organisasi, sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap komitmen mereka terhadap organisasi. Nierhoff *et al.* dalam Kwon (2002) menyatakan bahwa budaya dan gaya yang dilakukan oleh manajemen tingkat atas (top management) memiliki korelasi yang kuat dengan tingkat komitmen para pegawai. Hubungan tersebut menunjukkan pentingnya memiliki manajer-manajer karena peranan mereka dalam organisasi secara keseluruhan.

Eisenberger *et al.* dalam Kwon (2002) menyatakan bahwa karyawan yang merasa diperhatikan dan mendapatkan kepedulian dari organisasi dan para manajer bukan hanya memiliki komitmen yang tinggi tetapi juga mereka lebih sadar tentang tanggung jawab pekerjaannya, memiliki keterlibatan yang tinggi, dan lebih inovatif. Para manajer dan organisasi harus memberikan imbalan dan dukungan karena pegawai yang memperoleh dukungan akan menyebabkan para karyawan lebih percaya kepada organisasi.

Dessler dalam Sunarto (1999) menyampaikan praktek-praktek kunci untuk menciptakan komitmen karyawan yang disebut dengan *commitment wheel*. Menciptakan komitmen memerlukan suatu perencanaan yang komprehensif, terdapat delapan hal yang harus dilakukan, yakni :

1. *People-first values*; yaitu komitmen karyawan akan terwujud apabila top manajemen memiliki nilai-nilai yang mengutamakan adanya kepercayaan dan mengutamakan manusia dan menghargai keberadaannya.
2. *Double-talk*; yaitu adanya kemauan untuk mendengarkan dan didengarkan atau menggunakan komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah membantu terwujudnya *trust* (kepercayaan).
3. *Communion*; yaitu mendorong terwujudnya suatu perasaan keterhubungan satu sama lain di antara karyawan, rasa memiliki dan partisipasi secara keseluruhan. Hal ini akan membuat para karyawan melihat bahwa mereka adalah merupakan bagian dari suatu komunitas yang akrab dan memuaskan, dan mereka merasakan senasib.
4. *Transcendental-mediation*; yaitu

memformulasikan ideologi transendental dalam misi dan nilai-nilai, membuat suatu mekanisme untuk mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut kepada para karyawan. Hal ini akan membuat para karyawan bertindak sebagai seorang pejuang karena melakukan sesuai dengan ideologi transendental.

5. *Value-based hiring*; yaitu perusahaan memilih atau menseleksi karyawan yang memiliki nilai-nilai yang cocok dengan nilai-nilai perusahaan. Proses pemilihan dimulai dengan menyatakan ideologi perusahaan secara jelas, sehingga dapat disusun dan diterjemahkan dalam pernyataan-pernyataan yang konkrit, test dan pelatihan-pelatihan sehingga dibuat sebagai bagian dari proses skrining perusahaan.
6. *Securitizing*; yaitu menyatakan secara jelas bahwa manajemen berkomitmen untuk melakukan dengan sebaik mungkin untuk mewujudkan keamanan pekerjaan (*job security*).
7. *Hard-side rewards*; yaitu menawarkan gaji di atas rata-rata dan dikombinasikan dengan insentif-insentif dan keuntungan kestensif.
8. *Actualizing*; yaitu melibatkan karyawan, dengan tujuan untuk menjamin bahwa semua karyawan memiliki kesempatan untuk menggunakan segenap keahliannya pada pekerjaan, dan berjuang sekuat tenaga dalam menjalankan pekerjaannya.

DIMENSI KOMITMEN ORGANISASI

Berdasarkan pandangan dikotomis antara komitmen behavioral dengan attitudial, Meyer and Allen dalam Kwon (2002) membuat konseptualisasi komitmen sebagai konstruk multidimensional. Konstruk multidimensional tentang komitmen terdiri tiga komponen komitmen yakni afektif, kontinuans, dan normatif yang merupakan integrasi antara komitmen attitudial dan behavioral. Allen and Meyer dalam Robbins (2003: 300) menyatakan terdapat tiga dimensi komitmen organisasi yakni komitmen afektif, komitmen normatif dan komitmen kontinuans. Komitmen organisasi dibangun melalui identifikasi individual dengan tujuan organisasi (*affective commitment*) dan biaya terkait dengan tetap tinggalnya seseorang pada suatu organisasi (*the "side-bet" theory* atau *continuance commitment*) serta apa yang sebaiknya dilakukan (*normatif commitment*), Meyer (1990:1).

1. Komitmen Afektif ((Affective Commitment).

Komitmen afektif adalah komitmen yang berkaitan dengan emosional, identifikasi dan keterlibatan pegawai di dalam suatu organisasi.

Dalam hal ini individu menetap dalam suatu organisasi karena keinginannya sendiri. Komitmen Afektif merupakan dimensi dari komitmen organisasi yang lebih menekankan pada emosional individu. Pada dimensi komitmen organisasi ini, anggota organisasi tertarik lebih masuk organisasi atau perusahaan disebabkan oleh dorongan afektifnya daripada kognitifnya. Pada dimensi komitmen afektif ini, anggota organisasi memilih organisasi lebih disebabkan adanya dedikasi yang tinggi agar perusahaan menjadi berkembang. Dimensi ini biasanya tumbuh subur pada perusahaan organisasi dengan adanya kesamaan sikap, dengan kepercayaan yang kuat dalam penerimaan tujuan dan nilai-nilai organisasi (*identification*), kemauan untuk mengerahkan usahanya atas nama organisasi (*involvement*), dan keinginan yang kuat untuk tetap bersama organisasi (*loyalty*) didorong adanya kesamaan sikap yang lebih diwarnai oleh faktor afektif anggota organisasi.

Para pekerja yang mempunyai perasaan positif tentang seluruh pekerjaan organisasi, mempunyai lebih sedikit jumlah absen dalam bekerja dan tidak mau meninggalkan organisasi untuk bekerja pada yang lain dibandingkan dengan pekerja yang mempunyai tingkah laku negatif terhadap organisasi. *Affective commitment* berkaitan dengan hubungan emosional anggota terhadap organisasinya, identifikasi dengan organisasi, dan keterlibatan anggota dengan kegiatan di organisasi. Anggota organisasi dengan *affective commitment* yang tinggi akan terus menjadi anggota dalam organisasi karena memang memiliki keinginan untuk itu, Allen and Meyer (1997).

Hackett *et al.* (1994) mengatakan bahwa individu yang memiliki komitmen organisasi yang merupakan *affective commitment* melaksanakan perannya karena hasrat yang ingin dilakukan. Hasrat ini berdasarkan identifikasinya pada organisasi dan keinginannya untuk membantu organisasi mencapai tujuan, Strawser dan Ketchand (1998: 111). Kwon (2002) menyatakan bahwa komitmen afektif lebih banyak diteliti dibandingkan komitmen normative. Penelitian tentang komitmen telah dilakukan di berbagai setor ekonomi, baik sektor pemerintah, swasta, sektor profit dan non profit. Para pegawai di badan-badan pemerintah biasanya memiliki komitmen normative dimana mereka merasakan pekerjaan sebagai tanggung jawab moral. Hal ini disebabkan karena bekerja di badan-badan milik pemerintah memiliki tingkat keamanan yang tinggi

terhadap risiko kehilangan pekerjaan.

1.1 Proses terbentuknya Affective Commitment

Ada beberapa penelitian mengenai *antecedents* dari *affective commitment*. Berdasarkan penelitian tersebut didapatkan tiga kategori besar. Ketiga kategori tersebut yaitu :

a. Karakteristik Organisasi.

Karakteristik organisasi yang mempengaruhi perkembangan *affective commitment* adalah sistem desentralisasi, {Bateman and Strasser(1984); Morris and Steers(1980)}, adanya kebijakan organisasi yang adil, dan cara menyampaikan kebijakan organisasi kepada individu, Allen and Meyer(1997). Dalam penelitian ini karakteristik organisasi gereja yang dilihat adalah aliran gereja yang digunakan, bagaimana praktek kelompok sel dalam gereja tersebut dan bagaimana kedudukan kelompok sel sebagai strategi gereja.

b. Karakteristik Individu.

Ada beberapa penelitian yang menyatakan bahwa gender mempengaruhi *affective commitment*, namun ada pula yang menyatakan tidak demikian, Mathieu and Zajac dalam Allen and Meyer(1997). Selain itu usia juga mempengaruhi proses terbentuknya *affective commitment*, meskipun tergantung dari beberapa kondisi individu sendiri, Allen and Meyer (1993), organizational tenure Mathieu and Zajac dalam Allen and Meyer(1997), status pernikahan, tingkat pendidikan, kebutuhan untuk berprestasi, etos kerja, dan persepsi individu mengenai kompetensinya, Allen and Meyer(1997)

c. Pengalaman Kerja.

Pengalaman kerja individu yang mempengaruhi proses terbentuknya *affective commitment* antara lain Job scope, yaitu beberapa karakteristik yang menunjukkan kepuasan dan motivasi individu, Hackman and Oldham (1980) dalam Allen and Meyer, (1997). Hal ini mencakup tantangan dalam pekerjaan, tingkat otonomi individu, dan variasi kemampuan yang digunakan individu. Selain itu peran individu dalam organisasi tersebut Mathieu and Zajac(1990) dalam Allen and Meyer(1997) dan hubungannya dengan atasan. Pengalaman berorganisasi individu didapatkan dari pelayanan yang dilakukannya dalam gereja

dan interaksi dengan anggota gereja lain seperti pemimpinnya.

1.2 Indikator Affective Commitment

Individu dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki kedekatan emosional yang erat terhadap organisasi, hal ini berarti bahwa individu tersebut akan memiliki motivasi dan keinginan untuk berkontribusi secara berarti terhadap organisasi dibandingkan individu dengan *affective commitment* yang lebih rendah. Berdasarkan beberapa penelitian *affective commitment* memiliki hubungan yang sangat erat dengan seberapa sering seorang anggota tidak hadir atau absen dalam organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian dalam hal *role-job performance*, atau hasil pekerjaan yang dilakukan, individu dengan *affective commitment* akan bekerja lebih keras dan menunjukkan hasil pekerjaan yang lebih baik dibandingkan yang komitmennya lebih rendah. Kim dan Mauborgne Allen and Meyer(1997) menyatakan individu dengan *affective commitment* tinggi akan lebih mendukung kebijakan perusahaan dibandingkan yang lebih rendah. *Affective commitment* memiliki hubungan yang erat dengan pengukuran *self-reported* dari keseluruhan hasil pekerjaan individu, Sager and Johnston dalam Allen and Meyer(1997).

Berdasarkan penelitian yang didapat dari *self-report* tingkah laku, Pearce dalam Allen and Meyer(1997) dan assesment tingkah laku, Munene; Shore and Wayne dalam Allen and Meyer, (1997) karyawan dengan *affective commitment* yang tinggi memiliki tingkah laku *organizational citizenship* yang lebih tinggi daripada yang rendah.

Berdasarkan penelitian Ghirschman (1970) dan Farrell (1983), Meyer *et al.* (1993) meneliti tiga respon ketidakpuasan, yaitu *voice*, *loyalty*, dan *neglect*. Dalam penelitian yang diadakan pada perawat, *affective commitment* ditemukan memiliki hubungan yang positif dengan keinginan untuk menyarankan suatu hal demi kemajuan (*voice*) dan menerima sesuatu hal sebagaimana adanya mereka (*loyalty*) dan berhubungan negatif dengan *tendency* untuk bertingkah laku pasif ataupun mengabaikan situasi yang tidak memuaskan (*neglect*). Individu dengan *affective commitment* yang tinggi cenderung untuk melakukan internal *whistle-blowing* (yaitu melaporkan kecurangan kepada bagian yang berwenang dalam perusahaan) dibandingkan external *whistle-blowing* (yaitu melaporkan kecurangan atau kesalahan perusahaan pada pihak yang berwenang). Berdasarkan beberapa penelitian *affective commitment* yang tinggi berkorelasi

negatif dengan keadaan stress yang dialami anggota organisasi, Kozlowski; Reilly & Orsak dalam Allen and Meyer (1997).

2. Komitmen Kontinuans (Continuance Commitment)

Komitmen kontinuans adalah perasaan bahwa biaya untuk meninggalkan jauh lebih mahal, atau berdasarkan persepsi pegawai tentang kerugian yang akan dihadapinya jika ia meninggalkan organisasi. Individu memutuskan untuk menetap pada suatu organisasi karena menganggap hal tersebut sebagai suatu pemenuhan kebutuhan. Pada dimensi komitmen organisasi ini, komitmen kontinuan adalah berbeda dengan komitmen afektif. Komitmen kontinuan menunjukkan komitmen anggota organisasi lebih disebabkan biaya hidup. Dengan demikian, semakin besar perolehan pendapatan karyawan dari perusahaan maka akan semakin besar kepuasan kerja, prestasi kerja (*performance*), dan sebaliknya akan semakin kecil kemangkiran dan intensiti turnover. Tetapi secara prinsip baik dimensi komitmen afektif maupun komitmen kontinuan, komitmen organisasi yang baik dan jelas sangat penting artinya, sebab sebagaimana komitmen organisasi berhubungan dengan tingkah laku dari berhenti bekerja berkorelasi secara negatif. Oleh sebab itu sangat beralasan jika komitmen organisasi cukup mempengaruhi prestasi kerja karyawan. Individu yang memiliki bentuk komitmen organisasi berupa *continuance commitment* berdasarkan Becker's (1960) mengenai *side-bets theory* individu tetap bekerja untuk organisasi mereka mengakumulasi benefit yang lebih tinggi daripada mereka mencari.

2.1 Proses Terbentuknya Continuance Commitment

Continuance commitment dapat berkembang karena adanya berbagai tindakan atau kejadian yang dapat meningkatkan kerugian jika meninggalkan organisasi. Beberapa tindakan atau kejadian ini dapat dibagi ke dalam dua variable, yaitu investasi dan alternatif. Selain itu proses pertimbangan juga dapat mempengaruhi individu, Allen and Meyer(1997). Investasi termasuk sesuatu yang berharga, termasuk waktu, usaha ataupun uang, yang harus individu lepaskan jika meninggalkan organisasi. Sedangkan alternatif adalah kemungkinan untuk masuk ke organisasi lain. Proses pertimbangan adalah saat di mana individu mencapai kesadaran akan investasi dan alternatif, dan bagaimana dampaknya bagi mereka sendiri, Allen and Meyer(1997). Investasi dan

alternatif yang dialami individu dalam organisasi gereja berbeda dengan organisasi lain. Investasi dan alternatif yang terjadi lebih terkait dengan kegiatan-kegiatan khas gereja dibandingkan keuntungan materi atau kedudukan yang bisa didapat dari organisasi profit biasa.

2.2. Indikator Continuance Commitment

Individu dengan *continuance commitment* yang tinggi akan bertahan dalam organisasi, bukan karena alasan emosional, tapi karena adanya kesadaran dalam individu tersebut akan kerugian besar yang dialami jika meninggalkan organisasi. Berkaitan dengan hal ini, maka individu tersebut tidak dapat diharapkan untuk memiliki keinginan yang kuat untuk berkontribusi pada organisasi. Jika individu tersebut tetap bertahan dalam organisasi, maka pada tahap selanjutnya individu tersebut dapat merasakan putus asa dan frustrasi yang dapat menyebabkan kinerja yang buruk. Meyer and Allen (1991) menyatakan bahwa *continuance commitment* tidak berhubungan atau memiliki hubungan yang negatif pada kehadiran anggota organisasi atau indikator hasil pekerjaan selanjutnya, kecuali dalam kasus-kasus di mana job retention jelas sekali mempengaruhi hasil pekerjaan. *Continuance commitment* berkaitan dengan kesadaran anggota organisasi akan mengalami kerugian jika meninggalkan organisasi. Anggota organisasi dengan *continuance commitment* yang tinggi akan terus menjadi anggota dalam organisasi karena mereka memiliki kebutuhan untuk menjadi anggota organisasi tersebut, Allen and Meyer(1997).

Individu dengan *continuance commitment* yang tinggi akan lebih bertahan dalam organisasi dibandingkan yang rendah, Allen and Meyer(1997). *Continuance commitment* tidak mempengaruhi beberapa hasil pengukuran kerja Morrman *et al.* dalam Allen and Meyer(1997). Berdasarkan beberapa penelitian *continuance commitment* tidak memiliki hubungan yang sangat erat dengan seberapa sering seorang anggota tidak hadir atau absen dalam organisasi. *Continuance commitment* tidak berhubungan dengan tingkah laku *organizational citizenship*, Meyer *et al.*, dalam Allen and Meyer(1997), sedangkan dalam penelitian lain, kedua hal ini memiliki hubungan yang negatif. *Continuance commitment* juga dianggap tidak berhubungan dengan tingkah laku *altruism* ataupun *compliance*, di mana kedua tingkah laku tersebut termasuk ke dalam *organizational citizenship* ataupun *extra-role*. Komitmen juga berhubungan dengan bagaimana anggota organisasi merespon ketidakpuasannya dengan kejadian-kejadian dalam pekerjaan, Allen

and Meyer(1997). *Continuance commitment* tidak berhubungan dengan kecenderungan seorang anggota organisasi untuk mengembangkan suatu situasi yang tidak berhasil ataupun menerima suatu situasi apa adanya, Allen and Meyer(1997). Hal menarik lainnya, semakin besar *continuance commitment* seseorang, maka ia akan semakin bersikap pasif atau membiarkan saja keadaan yang tidak berjalan dengan baik.

3. Komitmen Normatif (Normative Commitment)

Komitmen normatif adalah suatu perasaan akan suatu tanggung jawab atau kewajiban terhadap organisasi. Individu tetap tinggal pada suatu organisasi karena merasa wajib untuk loyal kepada organisasi tersebut. Komponen normatif dari komitmen ditekankan pada perasaan loyalitas terhadap organisasi tertentu yang terbentuk dari pendalaman tekanan-tekanan normatif yang mendesak dari seseorang. Dalam penerimaan pengaruh oleh seseorang di dalam organisasi, pendalaman terjadi saat nilai-nilai yang tertanam dalam diri seseorang dan grup atau organisasi adalah sama. Sebagai akibat persamaan nilai tersebut, seseorang akan melakukan tingkah laku yang komit karena mereka percaya bahwa hal itu merupakan hak mereka dan hal yang baik untuk dilakukan (Allen and Meyer, 1991).

Normative commitment menggambarkan perasaan keterikatan untuk terus berada dalam organisasi. Anggota organisasi dengan *normative commitment* yang tinggi akan terus menjadi anggota dalam organisasi karena merasa dirinya harus berada dalam organisasi tersebut Allen and Meyer, (1997). Pola pikir ini konsisten dengan pandangan beberapa penulis yang menyatakan bahwa norma-norma pribadi (didefinisikan sebagai kewajiban moral dalam diri) adalah merupakan faktor utama terhadap perilaku, termasuk menjadikan organisasi tersebut sebagai pilihan untuk bekerja. Allen and Meyer (1991) menyebutkan definisi komitmen normatif (yang dikenal sebagai komitmen moral) yang membedakannya dari komponen komitmen afektif dan komitmen kontinuan.

Komitmen normatif sebagai suatu tingkatan dimana seseorang terikat secara psikologis pada organisasi yang memperkerjakannya melalui pendalaman tujuan organisasi, nilai-nilai, dan misinya. Bentuk komitmen ini berbeda dari komitmen afektif karena merefleksikan perasaan tugas, kewajiban dan panggilan untuk bekerja pada organisasi, namun tidak menjadikannya sebagai keterikatan emosional. Menurut Allen and Meyer (1990) karyawan dengan tingkat komitmen

normatif yang tinggi merasa bahwa mereka harus berada dalam organisasi. Karyawan seperti itu dapat diharapkan untuk menunjukkan kesediaannya menempatkan tujuan organisasi diatas tujuan pribadinya.

3.1 Proses terbentuknya Normative Commitment

Allen and Meyer, (1997) menyatakan *normative commitment* terhadap organisasi dapat berkembang dari sejumlah tekanan yang dirasakan individu selama proses sosialisasi (dari keluarga atau budaya) dan selama sosialisasi saat individu baru masuk ke dalam organisasi. Selain itu *normative commitment* juga berkembang karena organisasi memberikan sesuatu yang sangat berharga bagi individu yang tidak dapat dibalas kembali, Scholl dalam Allen and Meyer, (1997). Faktor lainnya adalah adanya kontrak psikologis antara anggota dengan organisasinya Schein dalam Allen and Meyer(1997). Kontrak psikologis adalah kepercayaan dari masing-masing pihak bahwa masing-masing akan timbal balik memberi.

3.2 Indikator Normative Commitment

Individu dengan *normative commitment* yang tinggi akan tetap bertahan dalam organisasi karena merasa adanya suatu kewajiban atau tugas. Meyer and Allen (1991) menyatakan bahwa perasaan semacam itu akan memotivasi individu untuk bertingkah laku secara baik dan melakukan tindakan yang tepat bagi organisasi. Namun adanya *normative commitment* diharapkan memiliki hubungan yang positif dengan tingkah laku dalam pekerjaan, seperti *job performance*, *work attendance*, dan *organizational citizenship*. *Normative commitment* akan berdampak kuat pada suasana pekerjaan, Allen and Meyer, (1997).

Hubungan antara *normative commitment* dengan ketidakhadiran seseorang jarang sekali mendapat perhatian. *Normative commitment* dianggap memiliki hubungan dengan tingkat ketidakhadiran dalam suatu penelitian Meyer *et al.*, dalam Allen and Meyer, (1997). Namun suatu penelitian lain menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kedua variable tersebut, Somers dalam Allen and Meyer(1997).

Sedikit sekali penelitian yang mengukur *normative commitment* dan *role-job performance*. Berdasarkan hasil penelitian *normative commitment* berhubungan positif dengan pengukuran hasil kerja, Randall *et al.*, dalam Allen and Meyer(1997) dan pengukuran laporan kerja dari keseluruhan pekerjaan Ashfort and Saks dalam Allen and Meyer (1997). *Normative commitment* memiliki

hubungan dengan tingkah laku *organizational citizenship* (Allen & Meyer, 1997). Walaupun demikian hubungan antara *normative commitment* dengan tingkah laku *extra-role* lebih lemah jika dibandingkan *affective commitment*.

Berdasarkan beberapa penelitian, sama seperti *affective commitment*, *normative commitment* yang tinggi berkorelasi negatif dengan keadaan stress anggota organisasi Reilly and Orsak dalam Allen and Meyer, (1997). Beberapa hasil penelitian menunjukkan hubungan yang negatif antara komitmen terhadap organisasi dengan intensi untuk meninggalkan organisasi dan actual turnover, Tett and Meyer dalam Allen and Meyer, (1997). Meskipun hubungan terbesar terdapat pada *affective commitment*, terdapat pula hubungan yang signifikan antara komitmen dan *turn over variable* diantara ketiga dimensi komitmen Allen and Meyer (1997). Sebagian besar organisasi menginginkan anggota yang berkomitmen dan tidak hanya bertahan dalam organisasi.

KOMITMEN ORGANISASI DAN KINERJA PERUSAHAAN

Nicoloet *al.* (2008) menyatakan *Index Corporate Governance Quality* (CGQ) meliputi 3 indikator yaitu: *Accounting Standards* (AS), *Earnings Smoothing* (ES), and *Stock Price Synchronicity* (SPS). Index CGQ merupakan 3 proxi pengukuran hasil *corporate governance* dalam dimensi pengungkapan akuntansi dan transparansi. Pengungkapan akuntansi dan transparansi diperlukan untuk menuju GCG karena tingkat informasi asimetri antara para manajer dan stakeholder ditunjukkan dengan *corporate governance*.

Perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dengan meningkatnya harga saham. Hal ini sesuai dengan pernyataan Van Horne (1991:215) dalam Dewi (2004) yang mengatakan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan dimulai dengan meningkatkan harga saham, berarti memberi peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham. Dengan adanya kondisi yang demikian ini harga saham dan volume perdagangan saham pada perusahaan yang masuk sepuluh besar *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) akan lebih tinggi dibandingkan perusahaan Non sepuluh besar CGPI.

Pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) di Indonesia dilakukan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG). *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) didirikan pada tanggal 2 Juni 2000 merupakan sebuah lembaga

independen yang melakukan kegiatan diseminasi dan pengembangan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) di Indonesia. Pernyataan visi menjadi lembaga yang independen dan bermanfaat untuk mendorong terciptanya perilaku bisnis yang sehat, menjadi inspirasi IICG untuk senantiasa berupaya mensyarakatkan konsep, praktik dan manfaat GCG kepada dunia bisnis khususnya masyarakat luas pada umumnya. Kegiatan utama yang dilakukan IICG adalah melaksanakan riset penetapan penerapan GCG, yang hasilnya berupa *Corporate Governance Perception Index* (CGPI).

Peserta pemeringkatan CGPI yang dilakukan oleh IICG diikuti oleh perusahaan terbuka, BUMN, BUMD dan perusahaan swasta. Hasil riset IICG berupa skor dan indeks persepsi penerapan GCG pada Perusahaan Publik, Swasta, Perbankan, dan BUMN di Indonesia. Menurut IICG (2005), IICG (2006), IICG (2007), IICG (2008), IICG (2009) pemeringkatan CGPI disusun berdasarkan kategori tingkat kepercayaan dengan selang nilai yang telah ditetapkan, yaitu terdiri dari 3 kategori: tidak terpercay (skor 55-69), terpercay (skor 70-84), dan sangat terpercay (skor 85-100).

Aktivitas GCG melalui penerapan prinsip dasar *transparency, accountability, responsibility, independensi* dan *fairness*. *The Indonesian Institute for Corporate Governance* (IICG) melakukan pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index* (CGPI) melalui 4 (empat) tahap, yaitu (1) *self assessment* dengan nilai 15% (persen), (2) kelengkapan dokumen dengan nilai 25% (persen), (3) makalah dan presentasi dengan nilai 12% (persen) dan (4) observasi perusahaan dengan nilai 48% (persen).

Self assesment adalah sebuah proses penilaian objektif dari perusahaan atas dirinya sendiri yang berkaitan dengan penyelarasan sistem GCG dalam semua proses bisnis melalui penetapan, pelaksanaan dan evaluasi strategi perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan yang berkelanjutan (manajemen strategik). *Self assesment* dilaksanakan melalui pengisian kuesioner oleh seluruh stakeholder perusahaan. IICG (2009) aspek penilaian *self-assessment* secara lebih rinci menilai faktor-faktor sebagai berikut: komitmen, transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, keadilan, kompetensi, kepemimpinan, kemampuan bekerjasama, pernyataan visi, misi dan tata nilai, moral dan etika, strategi. Penilaian *self assesment* sebesar 15% (persen) dari total penilaian pelaksanaan GCG.

Komitmen, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam merumuskan inisiatif dan strategi serta kebijakan perusahaan dalam rangka menerapkan konsep *Corporate Governance* (CG), dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Transparansi, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menyampaikan berbagai informasi perusahaan secara tepat waktu dan akurat, termasuk informasi tentang proses merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Akuntabilitas, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Responsibilitas, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menjamin terlaksananya peraturan perundang-undangan dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, termasuk dalam menjamin terlaksananya proses perumusan, implementasi serta evaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Independensi, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menjamin tidak adanya dominasi atau intervensi dari satu partisipan terhadap partisipan lainnya, termasuk dalam menjamin tidak adanya dominasi dan intervensi dari satu partisipan manapun dalam proses merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Keadilan, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam memberikan perlakuan yang setara dan wajar kepada seluruh pemegang saham (*shareholders*), termasuk mempertimbangkan kepentingan seluruh stakeholders dalam proses merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong pemegang saham minoritas untuk berpartisipasi dalam proses tersebut secara

bersama-sama.

Kompetensi, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya dalam menggunakan otoritasnya sesuai dengan peran dan fungsinya, inovatif dan kreatif, termasuk menunjukkan kemampuannya untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG secara tepat, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk melakukannya secara bersama-sama.

Kepemimpinan, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam menunjukkan corak kepemimpinan yang dapat mentransformasikan perusahaan ke arah yang lebih baik, termasuk dalam menunjukkan corak kepemimpinan yang dapat membimbing anggota perusahaan untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Kemampuan Bekerjasama, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan dalam membangun kerjasama guna mencapai tujuan bersama secara bermartabat, termasuk dalam membangun kerjasama untuk merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

Pernyataan Visi, Misi dan Tata Nilai, yaitu acuan dalam mewujudkan, Kesungguhan organ perusahaan untuk memahami pokok-pokok yang terkandung di dalam pernyataan visi, misi dan tata nilai perusahaan dan menjadikan pokok-pokok tersebut sebagai panduan perusahaan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat menumbuhkan tekad dan semangat para anggota perusahaan untuk mencapai pokok-pokok tersebut secara bersama-sama.

Moral dan Etika, yaitu wujud kesungguhan organ perusahaan untuk menerapkan nilai-nilai moral dan etika dalam setiap proses bisnis, termasuk dalam proses merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk

ikut melakukannya secara bersama-sama.

Penilaian makalah dan presentasi, makalah disusun menurut sistematika penyusunan yang ditetapkan guna mempermudah prosedur penilaian dan selanjutnya akan membantu penulisan publikasi praktik GCG di perusahaan sebagai rangkaian kelanjutan pelaksanaan program CGPI. Membuat makalah terdiri dari abstrak, pendahuluan (latar belakang, tujuan aktualisasi GCG sebagai sistem, sasaran aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem, manfaat aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem), proses penyelarasan sistem (pendekatan dan pentahapan aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem), mekanisme aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem), hasil aktualisasi GCG sebagai sebuah sistem dan penutup. Penilaian makalah dan presentasi sebesar 12% (persen) dari nilai total penilaian pelaksanaan GCG.

Observasi perusahaan merupakan salah satu bagian penting penilaian dan mempunyai nilai yang paling besar dari proses riset dan pemeringkatan CGPI. Observasi merupakan kegiatan peninjauan langsung ke perusahaan peserta CGPI. Didalam observasi membahas sejauh mana perusahaan telah menyempurnakan CGPI sebagai sebuah sistem. Tim peneliti riset dan pemeringkatan CGPI dapat langsung melakukan verifikasi data dan dokumentasi perusahaan yang dibutuhkan untuk kepentingan riset dan pemeringkatan CGPI. Pihak perusahaan yang diminta untuk hadir pada saat observasi adalah perwakilan dari Dewan Komisaris, Dewan Direksi *Corporate Secretary*, dan manajer-manajer terkait dalam implementasi GCG. Penilaian observasi ke perusahaan sebesar 48% (persen) dari nilai total penilaian pelaksanaan GCG.

KESIMPULAN

Faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen dalam berorganisasi adalah pribadi individu, karakteristik organisasi, dan pengalaman selama berorganisasi. Komitmen organisasi secara tradisional memisahkan antara komitmen attitudinal dengan komitmen behavioral. Konstruksi multidimensional tentang komitmen terdiri tiga komponen komitmen yakni afektif, kontinuans, dan normatif yang merupakan integrasi antara komitmen attitudinal dan behavioral. Pada dimensi komitmen afektif ini, anggota organisasi memilih organisasi lebih disebabkan adanya dedikasi yang tinggi agar perusahaan menjadi berkembang. Dimensi komitmen kontinuan menunjukkan komitmen anggota organisasi lebih disebabkan biaya hidup. Dimensi komitmen normatif adalah suatu perasaan akan suatu tanggung jawab atau

kewajiban terhadap organisasi. Individu tetap tinggal pada suatu organisasi karena merasa wajib untuk loyal kepada organisasi tersebut.

Komitmen dalam berorganisasi sebagai suatu konstruk psikologis yang merupakan karakteristik hubungan anggota organisasi dengan organisasinya dalam berorganisasi. Anggota yang memiliki komitmen organisasi terhadap organisasinya akan lebih bertahan sebagai bagian dari organisasi dibandingkan anggota yang tidak memiliki komitmen terhadap organisasi. Tingkat komitmen organisasi seorang individu berhubungan terbalik dengan pengunduran diri karyawan. Komitmen yang rendah berakibat pada rendahnya kualitas kerja dan kurangnya loyalitas pada perusahaan. Komitmen karyawan yang rendah akan memicu perilaku karyawan yang kurang baik. Komitmen organisasi yang kuat akan mendorong para manajer bawahan berusaha keras mencapai tujuan organisasi. Komitmen yang tinggi menjadikan individu lebih mementingkan organisasi daripada kepentingan pribadi dan berusaha menjadikan organisasi menjadi lebih baik. Komitmen organisasi yang rendah akan membuat individu untuk berbuat untuk kepentingan pribadinya. Komitmen organisasi dapat merupakan alat bantu psikologis dalam menjalankan organisasinya untuk pencapaian kinerja yang diharapkan. Komitmen organisasi yang tinggi akan meningkatkan kinerja yang tinggi.

Perusahaan yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik akan melakukan tata kelola yang baik dalam operasional perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dengan meningkatnya harga saham. Memaksimalkan kinerja perusahaan dimulai dengan meningkatkan harga saham, berarti memberi peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham. Pemeringkatan *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* di Indonesia dilakukan oleh *The Indonesian Institute for Corporate Governance (IICG)*. IICG merupakan sebuah lembaga independen yang melakukan kegiatan diseminasi dan pengembangan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) di Indonesia. Pernyataan visi menjadi lembaga yang independen dan bermanfaat untuk mendorong terciptanya perilaku bisnis yang sehat, menjadi inspirasi IICG untuk senantiasa berupaya mensyarakatkan konsep, praktik dan manfaat GCG (*Good Corporate Governance*) kepada dunia bisnis khususnya masyarakat luas pada umumnya. Peserta pemeringkatan CGPI yang dilakukan oleh IICG diikuti oleh perusahaan terbuka, BUMN, BUMD dan perusahaan swasta. Hasil riset IICG

berupa skor dan indeks persepsi penerapan GCG pada Perusahaan Publik, Swasta, Perbankan, dan BUMN di Indonesia. Peningkatan CGPI disusun berdasarkan kategori tingkat kepercayaan dengan selang nilai yang telah ditetapkan, yaitu terdiri dari 3 kategori: sangat terpercaya (skor 55-69), terpercaya (skor 70-84), dan cukup terpercaya (skor 85-100).

Komitmen organisasi ditunjukkan dengan kesungguhan organ perusahaan dalam merumuskan inisiatif dan strategi serta kebijakan perusahaan dalam rangka menerapkan konsep *Corporate Governance* (CG), dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama. Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, perusahaan melakukan operasional perusahaan sesuai kompetensi, yaitu kesungguhan organ perusahaan untuk menunjukkan kemampuannya dalam menggunakan otoritasnya sesuai dengan peran dan fungsinya, inovatif dan kreatif, termasuk menunjukkan kemampuannya untuk merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip GCG secara tepat, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk melakukannya secara bersama-sama.

Perusahaan yang berupaya meningkatkan kinerja perusahaan dengan melakukan akuntabilitas (pertanggungjawaban) yaitu kesungguhan organ perusahaan dalam mempertanggungjawabkan seluruh proses pencapaian kinerja secara transparan dan wajar, termasuk mempertanggungjawabkan seluruh proses dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi strategi dan kebijakan perusahaan, dan kesungguhan ini dapat dirasakan serta dapat mendorong anggota perusahaan untuk ikut melakukannya secara bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, N., J. Meyer. (1990), "The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization", *Journal of Occupational Psychology*, Vol.63, pp.1-18.
- Becker, H. (1960), Notes on the Concept of Commitment, *American Journal of Sociology*, Vol. 66, pp. 32-42.
- Bateman, T. Strasser, S. S. (1984), A longitudinal Analysis of the Antecedents of Organizational commitment, *Academy of Management Journal*, Vol. 27, pp. 95 – 112.
- Bedeian, Arthur G., Zammuto, Raymond F. (1991). *Organizations: Theory and Design*, The Dryden Press. Chicago.
- Chong, V. K. (1996), Management Accounting Systems, Task Uncertainty and Managerial Performance, a Research Note, *Accounting, Organization and Society*, Vol. 21, pp. 415–421.
- Dewi, Lina A., 2004, Analisis Pengaruh Trading Volume dan Variance Return Saham terhadap Bid-Ask Spread Saham Perusahaan LQ-45 Periode 2001-2002, Thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- IICG (The Indonesian Institute for Corporate Governance), 2000, Corporate Governance atau Corporate Failure?
-
- _____, 2005, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2004, Internalisasi Good Corporate Governance dalam Proses Bisnis.
-
- _____, 2006, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2005, Mewujudkan Good Corporate Governance sebagai Sebuah Sistem.
-
- _____, 2007, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2006, Menyempurnakan Good Corporate Governance sebagai Sebuah Sistem.
-
- _____, 2008, Laporan Hasil Riset dan Peningkatan Corporate Governance Perception Index 2007, Aktualisasi Good Corporate Governance sebagai Sebuah Sistem.
- Kechand, Alice A., Jerry R Strawser, (1998), The Existence of Multiple Measures of Organizational Commitment and Experience-Related Differences in a Public Accounting Setting, *Behavioral Research in Accounting*.
- Kwon, Yongsoo. (2002), "A Process Model of Organizational Commitment of Korean

- Government Employees: The Effects of Organizational Practices, Role of Ambiguity, and Trust on Altruism”, *International Review of Public Administration*, Vol.7 No.2, pp. 81-97.
- Mathieu, J. E., Zajac, D.M., (1990), A Review and Meta Analysis of the Antecedents, correlates, Consequences of Organizational Commitment, *Psychological bulletin*, Vol. 108, pp. 171-194.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., (1997), *Commitment in the Workplace Theory Research and Application*. California: Sage Publications.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L., (2002), Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta – Analysis of Antecedents Correlates and Consequences, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 61, pp. 20 -52.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., (1984), Testing the “Side – Bet Theory” of Organizational Commitment: Testing Methodological considerations, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 69, pp. 372 – 378.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steeras, R. (1982). *Organizational Linkages : The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. San Diego, California : Academic Press.
- Nicolo, Gianni De, Luc Laeven, and Kenichi Ueda. 2008. Corporate governance quality: Trends and real effects. *Journal of Financial Intermediation*. Vol. 17. pp. 198–228.
- Nouri, H., Parker, R., (1998). The Relationship between Budget Participation and Job Performance: The Roles of Budget Adequacy and Organizational Commitment. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 23, pp. 467- 483.
- O’Reilly, C. A., & Caldwell, D.F. The Commitment and Job tenure of new Employees: Some Evidence of Post-Decision Justification. *Administrative Science Quarterly*, 1981, Vol. 26, pp. 597-616.
- Porter, L., Steer, R., Mowday, R., Boulian, P. (1974), *Organization Commitment, Job Satisfaction and Turn Over among Psychiatric Technicians*, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 59, pp. 603 – 609.
- Randal, Donna M. (1987), *Commitment and Organization: The Organization Man Resited*, *Academy of Management Review*, Vol. 12, No. 3.
- Robbin, Stephen P. (2003), *Perilaku Organisasi, Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta, PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Robbins, S. P. (2003), *Organizational behavior (10thed)*. New Jersey : Prentice Hall.
- Sopiah, (2009), *Perilaku Organisasional*, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Staw, Barry M., (1991). *Psychological Dimensions of Gorganizational Behavior*. New York. Prentice Hall.
- Steers, R. M. (1977), Antecedents and Outcomes of Organizational Effectiveness, *Administrative Science Quarterly*, Vol.22, pp. 40-56.
- Sunarto, (2004), *Perilaku Organisasi*, Penerbit Amus, Yogyakarta

HUBUNGAN NILAI-NILAI YANG TERDAPAT PADA CONSUMER PERCEIVED VALUE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA (STUDI TERHADAP TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MERCU BUANA)

Yennida Parmariza

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

e-mail : ekaparma@yahoo.com

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the relationship between Perceived Value and Customer Satisfaction. Perceived Value is formed from five basic values, there are functional value, epistemic value, price value, emotional value and social value. We tried to measure how the five's value influence the customer satisfaction of the students in Executive, Faculty of Economic University of Mercu Buana, Jakarta. We also identify the most dominant value which students felt very important to them during their study term in University of Mercu Buana. Non probability sampling was used with 150 respondents to the students of Executive Class at Meruya's Campus-West Jakarta and Menteng's Campus in Central Jakarta, by distributing questionnaire in the Likert scale. Data analysed with SPSS 16.0 program for window. The Regression analysis showed that there is an excellent correlation between perceived value and customer satisfaction. It also showed that all values in perceived value have direct positive influences to customer satisfaction. The dominant value for the students here was price value and social value.

Keywords : *epistemic value, social value, price value*

ABSTRAK

Perceived Value adalah nilai atau manfaat yang dirasakan oleh pelanggan atas semua pengorbanan yang telah mereka keluarkan untuk mengkonsumsi suatu produk. *Perceived Value* dibentuk atas 5 faktor nilai jasa yaitu *Functional Value*, *Epistemic Value*, *Emotional Value*, *Price Value* dan *Social Value*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara nilai-nilai yang terdapat dalam *Perceived Value* terhadap tingkat kepuasan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner yang kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana menggunakan paket program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai yang dirasakan oleh mahasiswa dengan kepuasan yang mereka peroleh selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana. Nilai-nilai tersebut diantaranya adalah nilai kebutuhan untuk mendapatkan gelar akademik, nilai emosional seperti kebanggaan dan rasa percaya diri, nilai terhadap kualitas pengajaran dari para staf pengajar serta nilai sosial yang berkaitan dengan sosialisasi yang baik, dan pergaulan yang positif dengan teman-teman di kampus, yang semuanya itu berkorelasi positif dengan kepuasan mahasiswa selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana. Oleh karena itu, maka sinergi antara seluruh elemen, baik staf pengajar, staf non dosen, mahasiswa, orang tua siswa dan seluruh elemen yang terlibat dalam proses pendidikan sangat diperlukan untuk membangun citra Universitas Mercu Buana yang baik dan positif. Sinergi tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai konsumen Universitas Mercu Buana.

Kata kunci: *kepuasan, nilai, proses pendidikan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tingginya antusiasme masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya pendidikan yang berkualitas, meskipun secara biaya tergolong tinggi merupakan suatu peluang bagi perguruan-

perguruan tinggi untuk bersaing secara kompetitif dalam merebut hati dan minat calon mahasiswa. Setiap universitas mempunyai ciri masing-masing, mempunyai keunggulan yang berbeda-beda dan mempunyai nilai tambah yang akan dijual kepada calon mahasiswa. Maka dalam hal ini dituntut usaha sungguh-sungguh dari lembaga penyelenggara

pendidikan tersebut untuk menciptakan *brand image* yang baik kepada calon mahasiswa, bahwa lembaga atau perguruan tinggi merekalah yang terbaik dari berbagai sisi. Minimal mahasiswa dapat mengingat bahwa perguruan tinggi A memiliki ciri khusus atau keunggulan tersendiri dari satu sisi yang tidak dimiliki oleh perguruan tinggi lain.

Dampak positif perkembangan dunia pendidikan, perguruan tinggi semakin kaya dengan program-program studinya, kemudahan memilih waktu perkuliahan, kemudahan cara pembayaran dan perekrutan tenaga-tenaga pengajar yang memiliki kredibilitas yang baik di bidangnya. Lembaga perguruan tinggi juga lebih selektif mempertimbangkan apa yang akan menjadi program terbaik berdasarkan riset di lapangan, kemungkinan karier setelah menamatkan pendidikan dan bantuan yang diberikan universitas bagi mahasiswanya untuk dapat memasuki dunia kerja, seperti adanya *Career Centre* dimana mahasiswa dapat memasukkan aplikasi lamaran mereka, dan pihak universitas yang akan mengirimkan aplikasi tersebut ke perusahaan-perusahaan yang membutuhkan karyawan dengan kualifikasi yang cocok dengan latar belakang pendidikan mahasiswa tersebut.

Namun tidak dapat dipungkiri, pada situasi penyelenggara Program Kelas Karyawan ataupun Kelas Eksekutif, banyak bertebaran institusi yang tidak jelas status maupun kredibilitasnya. Bermodalkan papan nama mereka mengiming-imingi jalan pintas untuk memperoleh gelar, padahal setelah lulus barulah mahasiswa menyadari bahwa gelar yang telah mereka sandang tidak diakui karena status institusi pendidikan yang tidak jelas, begitu juga dengan harga maupun kualitas yang ditawarkan yang kadang tidak sesuai dengan tingkat kemampuan mahasiswa. Hal-hal seperti inilah yang mempengaruhi penilaian mahasiswa terhadap puas atau tidaknya ia akan jasa yang diperolehnya. Salah satu hal untuk menilai kepuasan tersebut adalah *Perceived Value*.

Berdasarkan fenomena yang ada pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah: "Seberapa besar nilai-nilai yang terdapat pada *Consumer Perceived Value* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana?"

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Consumer Perceived Value* terhadap kepuasan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan strata satu Program

Kelas Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui nilai (*value*) manakah dari variabel *Perceived Value* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Manfaat Teoritis Untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengembangan serta penelaahan ilmu pemasaran khususnya. Bagi pihak Universitas Mercu Buana sebagai bahan kajian dalam rangka untuk menilai bagaimanakah nilai yang benar-benar dirasakan oleh mahasiswa, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana dan untuk menelaah dimensi manakah dari variabel *Perceived Value* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi strategi pemasaran di masa yang akan datang.

LANDASAN TEORI

Karakteristik Jasa Perguruan Tinggi

Menurut Lupioyadi dan Hamdani (2006) ada empat karakteristik Jasa Perguruan Tinggi, yakni 1) Perguruan tinggi termasuk ke dalam kelompok jasa murni, dan pemberian jasa yang dilakukan didukung alat kerja atau sarana pendukung semata-mata seperti ruang kelas, kursi, meja, buku-buku, dan sebagainya. 2) Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (mahasiswa) yang dalam hal ini mahasiswalah yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan (meski dalam perkembangannya, ada juga yang menawarkan program universitas terbuka, kuliah jarak jauh, dan sebagainya). 3) Penerima jasa adalah orang, jadi merupakan pemberian jasa yang berbasis yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan mahasiswa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung. Dengan kata lain, untuk menerima jasa mahasiswa tersebut harus menjadi bagian dari sistem jasa tersebut. 4) Hubungan dengan mahasiswa berdasarkan hubungan keanggotaan, dimana mahasiswa telah menjadi anggota lembaga pendidikan tertentu. Sistem pemberian jasanya dilakukan secara terus-menerus dan teratur sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan.

Mengelola Kualitas Jasa

Agar suatu organisasi dapat unggul bersaing dibandingkan dengan kompetitornya,

satu-satunya cara adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan mahasiswa dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh penyedia jasa tersebut dan kemudian harapan yang sudah terbentuk ini akan dibandingkan dengan hasil nyata yang mereka peroleh.

Perceived Value

Perceived Value merupakan hal yang sangat penting yang menentukan loyalitas mahasiswa (Parasuraman 1997; Woodruff 1997). Sedangkan Woodruff dan Gardial (2000) menyatakan bahwa *Perceived Value* menguraikan hubungan antara produk dan mahasiswa yaitu pemahaman mahasiswa mengenai apa yang mereka inginkan bagi produk atau jasa yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhannya dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkannya.

Perceived value adalah nilai bagi konsumen berhubungan dengan keahliannya atau pengetahuan membeli dan menggunakan suatu produk. Nilai bagi konsumen berhubungan dengan persepsi mahasiswa dan tidak dapat secara objektif didefinisikan oleh sebuah organisasi. Nilai yang dirasakan oleh pelanggan didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang manfaat bersih berdasarkan persepsi dari apa yang diterima dan apa yang diberikan (Hsin dan Yao, 2009). Jadi dapat disimpulkan bahwa *perceived value* adalah manfaat yang dirasakan pelanggan atas semua pengorbanan dalam mengkonsumsi suatu produk.

Lima Faktor nilai jasa yang terdapat pada *Perceived Value* menurut Le Blanc dan Nguyen (1999), yakni: 1) *Functional Value*, yakni Berkaitan dengan kemampuan ekonomi sehubungan dengan gelar yang akan diperolehnya dan nilai bagi mahasiswa untuk melihat pekerjaan di masa mendatang, dalam hal ini bagaimana responden menilai bahwa gelar yang akan mereka peroleh merupakan investasi yang bagus dan membuat mereka merasa bahwa fakultas ini memenuhi harapannya dan mereka puas karenanya. 2) *Epistemic Value*, yakni terkait dengan kemampuan perguruan tinggi untuk menawarkan layanan pendidikan yang berkualitas kepada melalui pengetahuan dan bimbingan yang disediakan fakultas. 3) *Emotional Value*, yakni yang berkaitan erat dengan keadaan afektif mahasiswa dalam bentuk perasaan positif yang mereka rasakan terhadap bidang studi yang mereka pilih, pengalaman-pengalaman selama perkuliahan yang akan memberikan perasaan puas terhadap mahasiswa. 4) *Price Value* berkaitan

dengan harga yang mereka bayarkan dan kualitas yang mereka dapat, dalam hal ini mahasiswa memperoleh sesuai dengan yang mereka bayarkan. 5) *Social Value* yakni merupakan utilitas dimana mahasiswa memiliki teman, kelompok atau aktivitas sosial yang berguna selama mereka menempuh pendidikan di perguruan tinggi tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gaston Le Blanc dan Nguyen (1999) nilai sosial inilah yang memberikan pengaruh paling besar terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa selama menjalani masa pendidikan mereka.

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Armstrong (2005) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu tingkatan dimana produk dirasakan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen terhadap pembelian tergantung pada kinerja produk aktual sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja suatu produk di bawah harapan pembeli, maka pembeli tersebut merasa tidak puas. Sebaliknya jika sesuai dengan harapan, maka konsumen akan menjadi puas. Jadi kepuasan konsumen adalah tingkatan perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja produk dengan harapannya.

Terdapat lima tingkatan dimensi kepuasan konsumen (Barnes, 2001) dimulai dari hirarki terbawah yang kemudian berkembang sampai dengan yang teratas atau tingkatan kelima. Tingkatan tersebut adalah:

1. Kepuasan terhadap wujud produk atau pelayanan itu sendiri sebagai elemen yang paling mendasar
2. Kepuasan terhadap layanan pendukung atas produk atau jasa yang ditawarkan seperti pengiriman, sistem pembayaran, kemudahan akses, dan lain-lain
3. Kepuasan terhadap konsistensi pelayanan, antara janji-janji perusahaan dengan faktanya
4. Kepuasan terhadap elemen-elemen yang berperan dalam interaksi dengan konsumen seperti kecepatan pelayanan, cara karyawan memperlakukan konsumen, dan sebagainya
5. Kepuasan konsumen terhadap seluruh dimensi pelayanan (dari tingkat 1 sampai tingkat 4) akan menciptakan kepuasan emosional, yaitu tingkat kepuasan konsumen yang sesungguhnya

Kajian Penelitian Terdahulu

Hubungan antara *Perceived Value* dengan Kepuasan Konsumen telah banyak diteliti oleh para ahli maupun peneliti sebelumnya. Diantaranya

adalah : hasil penelitian yang dilakukan oleh Fomell *et al* (1996); Cronin, *et al* (2000), Sloan Consortium (2001), Andreas Eggert dan Wolfgang Ulaga (2002), Kardisudinoto (2010), yang menyimpulkan bahwa *Perceived Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin tinggi *Perceived Value* maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Model ACSI (Indeks Kepuasan Konsumen di Amerika Serikat) di dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Fornell dan rekan-rekan (1996) menunjukkan bahwa kepuasan adalah sesuatu yang dihasilkan dari kualitas dan bukan oleh harga, namun *Perceived Value* juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Gaston Le Blanc dan Nguyen (1999) menyatakan bahwa diantara 5 nilai yang terdapat pada *Perceived Value*, nilai sosial (*social value*) lah yang memberikan pengaruh paling besar terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa selama menjalani masa pendidikan mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Cronin dan rekan-rekan (2000) menyimpulkan bahwa *Perceived Value* adalah sebuah faktor predictor atau penilaian yang sangat penting bagi kepuasan. Sejalan dengan itu, dalam salah satu artikelnya Sloan Consortium (2001) Andreas Eggert dan Wolfgang Ulaga (2002) dalam penelitian mereka menemukan bahwa *Perceived Value* bukanlah pengganti *Customer Satisfaction*, melainkan sebuah unsur yang berbeda dan *Customer Perceived Value* memiliki hubungan langsung dengan *Customer Satisfaction* dan dapat diukur berbeda dan saling melengkapi. Selanjutnya Kardi Sudinoto dalam judul penelitiannya “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas dan Perpindahan Merek” menyatakan bahwa *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, artinya semakin tinggi *Perceived Value*, maka akan semakin tinggi juga *Customer Satisfaction*.

Hasil-hasil penelitian diatas juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Arianto Pribadi (Fakultas Teknik UI, 2010) yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan positif mempengaruhi *Perceived Value* dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika suatu perusahaan memberikan kualitas layanan yang baik, *Perceived Value* dan kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan. Nilai kualitas layanan yang lebih tinggi dapat menyebabkan pelanggan yang memiliki *Perceived Value* dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan sebaliknya

bahwa *Perceived Value* juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan kata lain nilai yang lebih tinggi berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan yang juga tinggi.

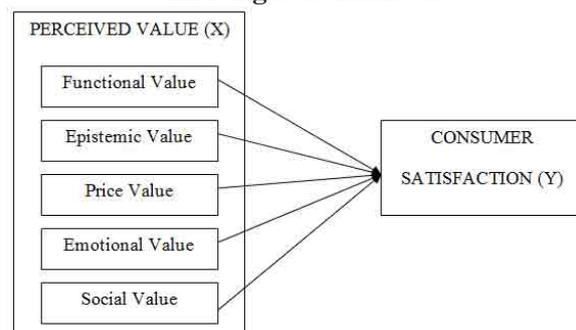
Penelitian yang dilakukan oleh Hatanae Samuel dan Nadya Wijaya (2009) dengan judul “*Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Trust and Loyalty*” menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung positif secara signifikan antara *Perceived Value* dengan tingkat kepuasan.

Konsisten dengan hal diatas, Neneng Syamsiah (2009) juga menyimpulkan bahwa *Perceived Value* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh pelanggan.

Endah Pri Ariningsih dari Universitas Muhammadiyah Purworejo dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *Perceived Value* pada Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dan dimoderatori oleh Gender” menyimpulkan bahwa *Perceived Value* dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas konsumen. Untuk itu, sebaiknya dari awal pemasar membuat suatu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai pada produk yang dijual. Selain itu, pemasar juga harus mengetahui nilai apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen mereka.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat apakah *Perceived value* dapat berpengaruh positif kepada kepuasan konsumen, dimana hipotesa yang terbentuk adalah:

Ho : Tidak ada pengaruh positif *Perceived value* terhadap kepuasan konsumen.

Hi : Ada pengaruh positif *Perceived value* terhadap kepuasan konsumen.

Perumusan Hipotesis

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka dapat ditarik suatu hipotesis sebagai berikut:

1. *Consumer Perceived Value* adalah variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pada Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
2. Kebutuhan mahasiswa terhadap gelar, ilmu pengetahuan, nilai emosional, harga atau kualitas dan nilai sosial secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pada Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Nilai-nilai yang ada *Perceived Value* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Perumusan hipotesis tersebut diatas sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fomell et al (1996); Cronin, et al (2000), Sloan Consortium (2001), Andreas Eggert dan Wolfgang Ulaga (2002), Kardisudinoto (2010), H.M, Noor Sembiring (2010) yang menyimpulkan bahwa *Perceived Value* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin tinggi *Perceived Value* maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan dan adanya hipotesis yang hendak diuji, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pengambilan data survey secara langsung. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.

Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel Bebas/Independen (X) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah : *Consumer Perceived Value* yaitu nilai yang dirasakan oleh mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta saat mereka menempuh pendidikannya. Nilai-nilai tersebut akan adalah *Functional Value, Epistemic Value, Price Value, Emotional Value* dan *Social Value*. Variabel bebas dalam penelitian ini diwakili oleh

pertanyaan no 1-10 di dalam bagian pertanyaan untuk *Perceived Value*.

2. Variabel Terikat/Dependen (Y) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah: Kepuasan Mahasiswa yaitu kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa Program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana. Variabel terikat di dalam kuisisioner ini diwakili oleh pertanyaan no. 1-10 di dalam bagian pertanyaan untuk Kepuasan Mahasiswa.

Skala nominal digunakan untuk data diri responden. Sedangkan untuk data-data tentang *Perceived Value* dan Kepuasan Mahasiswa menggunakan skala ordinal. Skala ordinal yaitu menempatkan data dalam urutan ranking dari yang tertinggi sampai terendah (Wirawan, 2009).

Teknik skala yang dipilih adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2008), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dalam skala Likert ini mempunyai gradasi, dari sangat positif sampai sangat negative yang dapat berupa kata-kata. Penelitian ini menggunakan klasifikasi jawaban 5 untuk Sangat Setuju, 4 untuk setuju, 3 untuk netral, 2 untuk tidak setuju, dan 1 untuk sangat tidak setuju.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan menyebarkan kuisisioner (*Questionnaire*), yaitu teknik pengumpulan data yang tidak memerlukan kehadiran peneliti, dimana pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dikemukakan secara tertulis (Indriantoro dan Supomo, 1999:154). Kuisisioner akan diberikan langsung oleh peneliti kepada responden untuk mengetahui bagaimana sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dalam kuisisioner.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana. Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin, dimana untuk ukuran populasi sebanyak 2195 orang, jumlah sampel yang diperoleh adalah 96 orang, namun untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat kuisisioner dibagikan untuk 150 orang responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap responden. Dalam penelitian ini akan digunakan metode Purposive Sampling dimana peneliti mengambil sampel dengan tujuan tertentu yang sudah ditentukan dan sudah tersedia rencana sebelumnya. Kriteria yang digunakan dalam memilih sampel adalah sebelum menyebarkan kuisisioner, penulis terlebih dahulu memastikan bahwa sampel tersebut adalah mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana baik yang tersebar di kampus Meruya Jakarta Barat dan kampus Menteng Jakarta Pusat.

Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan adalah analisa statistik deskriptif dan regresi linier sederhana. Analisa statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan presentase responden sedangkan regresi linier sederhana digunakan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam satu persamaan linier (Indriantoro dan Supomo 2002:211).

Untuk melihat kejelasan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, peneliti menggunakan metode perhitungan regresi linier sederhana dan menggunakan SPSS. Adapun model regresinya adalah:

$$Y = a + b1X1 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Mahasiswa
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi linier
- X = Perceived Value

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2007:45). Uji validitas dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel (df) = n-2, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Untuk uji validitas penulis menggunakan *Pearson Correlation*.

2. Uji Realiabilitas

Realiabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dan menunjukkan konsistensi dari suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menghitung reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk menghitung reliabilitas alat pengukur pada kuisisioner yang memiliki skala rentang nilai dalam pernyataannya 1-3, 1-5, 1-7, (Supramono, 2003).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Suatu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat P-Plot. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Sedangkan untuk menguji hipotesis dilakukan dengan dua cara yaitu melalui uji F dan uji t-test. Uji F digunakan untuk mengetahui bilamana variabel independen (secara bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Keseluruhan teknik diatas menggunakan program SPSS 16.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	wanita	63	42.0	42.0	42.0
	pria	87	58.0	58.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin wanita adalah 63 orang atau 42% dan responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 87 orang atau 58%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 tahun	82	54.7	54.7	54.7
	26-30 tahun	68	45.3	45.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas terlihat bahwa responden yang berusia 20-25 tahun adalah sebanyak 82 orang (54,7%), dan responden yang berusia 26-30 tahun adalah sebanyak 68 (45,3%) orang. Dalam penelitian ini tidak ada responden yang berusia lebih dari 30 tahun.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	manajemen	96	64.0	64.0	64.0
	akuntansi	46	30.7	30.7	94.7
	3.00	8	5.3	5.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang mengambil jurusan S1 Manajemen adalah sebanyak 96 orang (64%), S1 Akuntansi sebanyak 46 (37%) orang dan ada 8 orang responden yang tidak mengisi jurusannya.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	perusahaan swasta	119	79.3	79.3	79.3
	perusahaan BUMN	24	16.0	16.0	95.3
	pegawai negeri sipil	7	4.7	4.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa 119 orang responden yang bekerja di perusahaan swasta (79,3%), 24 orang responden yang bekerja di

perusahaan BUMN (16%), dan 7 orang responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau sebesar 4,7%.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Identitas Responden

		jenis kelamin	jurusan	usia	pekerjaan
N	Valid	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0
Std. Deviation		49521	49949	59287	53328
Variance		245	249	351	284
Minimum		1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum		2.00	2.00	3.00	3.00

Dari hasil olah data kuesioner masih banyak fasilitas-fasilitas kampus yang menimbulkan rasa ketidakpuasan bagi mahasiswa seperti fasilitas perpustakaan, hot spot area yang masih sulit diakses, pelayanan bagian administrasi/front liners yang seringkali memberikan pelayanan yang kurang menyenangkan bagi mahasiswa.

Dari sisi kemudahan pembayaran uang kuliah, rata-rata mahasiswa menyatakan perasaan puas, hal ini dapat menjadi “nilai jual” bagi pihak Universitas Mercu Buana dimana biaya kuliah yang relatif mahal tidak terlalu memberatkan mahasiswa karena adanya program cicilan.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Jawaban Responden

Variabel	Dimensi	Minimum	Maksimum	Rata-Rat
Perceived Value	Functional Value	1=10 orang	4=70 Orang	4
	Epistemic Value	2	4 (setuju)	4
	Price Value	1	4	4
	Emotional Value			
	Social Value			
Customer Satisfaction				

Dengan menggunakan teknik analisa regresi sederhana dan dibantu dengan program SPSS versi 16.0 *for windows*, maka diperoleh data yang sudah diolah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value

		PV1	PV2	PV3	PV4	PV5	PV6	PV7	PV8	PV9	PV10	totPV
PV1	Pearson Correlatio	1	.307**	.317**	.287**	.344**	.330**	.518**	.156	.144	.211**	.560*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.056	.079	.008	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV2	Pearson Correlatio	.307**	1	.517**	.541**	.358**	.421**	.362**	.503**	.393**	.456**	.730*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV3	Pearson Correlatio	.317**	.517**	1	.457**	.218**	.363**	.288**	.404**	.318*	.390**	.645*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV4	Pearson Correlatio	.287**	.541**	.457**	1	.439**	.388**	.481**	.411**	.350**	.564**	.738*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV5	Pearson Correlatio	.344**	.358**	.218**	.439**	1	.478**	.443**	.272**	.131	.305**	.617*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000		.000	.000	.001	.111	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV6	Pearson Correlatio	.330**	.421**	.363**	.388**	.478**	1	.421**	.412**	.191*	.489**	.677*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.019	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV7	Pearson Correlatio	.518**	.362**	.288**	.481**	.443**	.421**	1	.240**	.192*	.456**	.679*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.018	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV8	Pearson Correlatio	.156	.503**	.404**	.411**	.272**	.412**	.240**	1	.523**	.381**	.663*
	Sig. (2-tailed)	.056	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV9	Pearson Correlatio	.144	.393**	.318**	.350**	.131	.191*	.192*	.523**	1	.328**	.567*
	Sig. (2-tailed)	.079	.000	.000	.000	.111	.019	.018	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PV10	Pearson Correlatio	.211**	.456**	.390**	.564**	.305**	.455**	.455**	.381**	.328**	1	.692*
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
totPV	Pearson Correlatio	.560**	.730**	.645**	.738**	.617**	.677**	.679**	.663**	.657**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

Untuk (perceived value) PV1 sampai PV 10 nilai sig (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima (valid). Yang artinya bahwa instrument pertanyaan yang ada dalam variabel Perceived Value valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

		KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	totk
KK1	Pearson Correlat.	1	.622**	.594**	.563**	.447**	.492**	.552**	.450**	.419**	.438**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK2	Pearson Correlat.	.622**	1	.596**	.609**	.554**	.476**	.439**	.407**	.371**	.430**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK3	Pearson Correlat.	.594**	.596**	1	.666**	.704**	.544**	.513**	.564**	.440**	.576**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK4	Pearson Correlat.	.563**	.609**	.666**	1	.672**	.525**	.536**	.536**	.518**	.447**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK5	Pearson Correlat.	.447**	.554**	.704**	.672**	1	.598**	.571**	.502**	.457**	.538**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK6	Pearson Correlat.	.492**	.476**	.544**	.525**	.598**	1	.754**	.548**	.535**	.643**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK7	Pearson Correlat.	.552**	.439**	.513**	.536**	.571**	.754**	1	.626**	.665**	.697**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK8	Pearson Correlat.	.450**	.407**	.564**	.536**	.502**	.548**	.626**	1	.752**	.751**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK9	Pearson Correlat.	.419**	.371**	.440**	.518**	.457**	.535**	.665**	.752**	1	.765**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KK10	Pearson Correlat.	.438**	.430**	.576**	.447**	.538**	.643**	.697**	.751**	.765**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
totk	Pearson Correlat.	.729**	.716**	.801**	.785**	.774**	.781**	.811**	.790**	.763**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

Untuk variabel Kepuasan Mahasiswa KK1 sampai KK10 nilai sig (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima (valid). Yang berarti bahwa semua butir pertanyaan variabel Kepuasan Mahasiswa valid.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perceived Value

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PV1	33.5400	21.901	.430	.844
PV2	33.8200	21.357	.657	.824
PV3	34.0400	21.623	.545	.833
PV4	33.7067	21.068	.661	.823
PV5	33.5067	21.393	.496	.838
PV6	33.7000	21.467	.586	.829
PV7	33.4000	21.007	.576	.830
PV8	33.9400	21.560	.555	.832
PV9	34.0133	21.705	.417	.847
PV10	33.7733	21.277	.603	.828

Maka berdasarkan hasil statistik nilai dari Cronbach Alpha Perceived Value sebesar $0,847 > 0,6$. Berarti konsisten jawaban responden (reliabel). Maka pengujian dapat di lanjutkan.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Mahasiswa

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK1	32.0467	29.400	.648	.922
KK2	32.2967	30.072	.640	.921
KK3	32.2333	29.509	.746	.915
KK4	32.1133	29.457	.725	.917
KK5	32.0733	30.122	.718	.917
KK6	31.8867	29.980	.726	.917
KK7	31.9067	30.300	.767	.915
KK8	32.0667	29.553	.733	.916
KK9	31.9933	29.685	.698	.918
KK10	31.9733	29.207	.753	.915

Maka berdasarkan hasil statistik nilai dari Cronbach Alpha Kepuasan Mahasiswa sebesar $0,925 > 0,6$. Berarti konsisten jawaban responden (reliabel). Maka pengujian dapat di lanjutkan.

Tabel 11. Model Summary Tabel

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.611	3.76456

a. Predictors: (Constant), perceivedvalue

Goodness of fit model (adjusted R²) nilainya sebesar : 0,613 yang artinya variasi dari variabel independent (*perceived value*) mampu menjelaskan variasi dari variabel dependent (kepuasan mahasiswa) sebesar 61,3 %. Sedangkan sisanya (100%- 61,3% yaitu sebesar 38,7 % adalah variasi dari variabel independen lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

Tabel 12. Tabel Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.896	2.287		.392	.696
	perceivedvalue	.926	.060	.783	15.319	.000

a. Dependent Variable: kepuasankonsumen

Uji t untuk Perceived Value diperoleh nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 Ha diterima, Ho ditolak, berarti terdapat terdapat pengaruh antara perceived value dengan kepuasan mahasiswa. Artinya hipotesis yang diajukan di awal penelitian dapat diterima.

Kemudian untuk t tabel adalah 1,960 jika dibandingkan dengan t hitung dimana: t hitung = 15,319 > t tabel 1,960, maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak.

Tabel 13. Tabel Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3325.897	1	3325.897	234.682	.000 ^a
	Residual	2097.443	148	14.172		
	Total	5423.340	149			

a. Predictors: (Constant), perceivedvalue

b. Dependent Variable: kepuasankonsumen

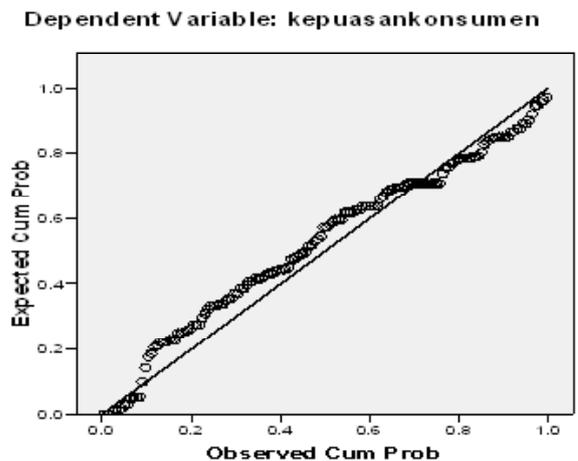
Dari pengujian regresi dengan melihat tabel Anova dapat diketahui bahwa nilai F (F hitung) mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan yang diuji dalam penelitian fit atau sesuai dengan data empiris. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara seluruh variabel independen (*Perceived Value*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Mahasiswa).

Kemudian dengan menggunakan rumus analisa regresi sederhana yaitu:

$$Y = a + b x_1 + e$$

Maka didapat persamaan regresinya yaitu $Y = 0,896 + 0,926 X$

Tabel 14. Uji Normalitas



Dilihat dari grafik normalitas di atas (*Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*) terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan terhadap hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara Perceived Value dengan Kepuasan Mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

Kemudian melalui perhitungan tersebut juga diperoleh persamaan regresinya yaitu $Y = 0,896 + 0,926 X$. Hal ini berarti bahwa konstanta (harga Y bila nilai X=0) atau Kepuasan Mahasiswa yaitu sebesar 0,896. Lalu koefisien regresi (positif) 0,926 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan Perceived Value akan berpengaruh kepada Kepuasan Mahasiswa yang juga akan ikut naik.

Secara nilai angka dapat dilihat pada angka R square yaitu 0,613 yang artinya variasi dari variabel independent (*perceived value*) mampu menjelaskan variasi dari variabel dependent (kepuasan mahasiswa) sebesar 61,3 %. Sedangkan sisanya (100%- 61,3% = 38,7%) sebesar adalah variasi dari variabel independen lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

Dari penelitian ini juga terlihat bahwa nilai yang dirasakan oleh mahasiswa selama mereka mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana yang berkaitan dengan nilai kebutuhan mereka akan

gelar akademik, kebutuhan terhadap pengetahuan, citra dan reputasi Universitas Mercu Buana di mata masyarakat, nilai emosional seperti kebanggaan dan rasa percaya diri, nilai terhadap kualitas pengajaran yang diterima yang berkaitan dengan harga yang mereka bayar dan nilai sosial yang mereka dapat selama menempuh pendidikan seperti sosialisasi yang baik dan pergaulan yang positif dengan teman-teman sebaya berkorelasi positif dan kuat terhadap kepuasan mahasiswa selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.

Sedangkan diantara kelima nilai (*value*) tersebut diatas yang paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah nilai akan harga (*Price Value*) dimana mahasiswa merasa puas terhadap kemudahan cara pembayaran uang kuliah yang bisa dicicil setiap bulan dan nilai sosial (*Social Value*) yang berkaitan dengan interaksi dan hubungan pertemanan dengan teman-teman sesama mahasiswa di kampus.

Saran

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa nilai-nilai yang terdapat pada *Perceived Value* yaitu *Functional Value* yang berkaitan dengan nilai untuk memperoleh gelar yang diinginkan dan pentingnya gelar tersebut untuk memperoleh pekerjaan dan karir yang lebih baik, *Epistemic Value* yang berhubungan dengan kapasitas universitas tersebut untuk memberikan pendidikan yang berkualitas bagi mahasiswa, *Price Value* yang berhubungan dengan harga yang dibayarkan mahasiswa untuk menempuh pendidikan, *Emotional Value* yaitu perasaan positif mahasiswa terhadap proses belajar yang mereka jalankan dan *Social Value* yang menggambarkan nilai yang diperoleh mahasiswa dari interaksi dengan teman-teman di bangku kuliah ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu disarankan kepada pihak Universitas Mercu Buana untuk dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan cara meningkatkan *Perceived Value* yang mereka rasakan selama menjalani perkuliahan.

Dari hasil olah data kuesioner masih banyak fasilitas-fasilitas kampus yang menimbulkan rasa ketidakpuasan bagi mahasiswa seperti fasilitas perpustakaan, hot spot area yang masih sulit diakses, pelayanan bagian administrasi/front liners yang seringkali memberikan pelayanan yang kurang menyenangkan bagi mahasiswa.

Dari sisi kemudahan pembayaran uang kuliah, rata-rata mahasiswa menyatakan perasaan puas, hal ini dapat menjadi "nilai jual" bagi pihak Universitas Mercu Buana dimana biaya kuliah yang relatif

mahal tidak terlalu memberatkan mahasiswa karena adanya program cicilan.

Saran lain yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah meningkatkan kualitas pendidikan dengan memberikan materi-materi yang dapat langsung diterapkan mahasiswa dalam pekerjaannya, menyesuaikan materi kuliah dengan kebutuhan dalam pekerjaannya, menambah jumlah dosen berpengalaman baik secara teori maupun secara praktek, memberikan penjelasan yang lebih rinci kepada semua mahasiswa mengenai program-program yang ditawarkan pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana serta menitikberatkan kegiatan-kegiatan dalam Proses Belajar Mengajar pada aktivitas kelompok yang mengutamakan nilai-nilai interaksi antar sesama mahasiswa karena hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai dari *Price Value* dan *Social Value* lah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Program Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Waktu yang relatif singkat untuk melakukan penelitian ini, dimana untuk program kelas karyawan yang menjadi responden dalam penelitian ini, pembagian kuesioner hanya dapat dilakukan di hari Sabtu-Minggu.
2. Jumlah item pertanyaan yang terbatas, sehingga ada baiknya untuk penelitian yang akan datang perlu menambah jumlah pertanyaan dalam kuesioner sehingga memperoleh gambaran yang lebih baik terhadap permasalahan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, ada baiknya untuk menambah jumlah sampel dan disarankan untuk memperluas penelitian tidak hanya di Fakultas Ekonomi, tetapi juga di fakultas-fakultas lain di lingkungan Universitas Mercu Buana.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali dan Fuad. 2007. *Structural Equation Modelling*. U NDIP. Semarang
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, BPFE. Yogyakarta
- Kotler dan Armstrong, G.2005. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Cetakan Kesembilan. PT.Indeks..

- Jakarta
- Lupioyadi dan Hamdani, 2009. Manajemen Pemasaran Jasa.LPFE UI. Jakarta
- Sugiyono. 2006. Statistik untuk Penelitian. Cetakan Kesembilan. CV.Afabeta. Bandung
- Supramono. 2005. Desain Proposal Penelitian. Andi. Yogyakarta

-oOo-

HUBUNGAN ANTARA POLA PENGAJARAN ETIK UMB DENGAN SIKAP DAN PERILAKU MAHASISWA

Yuni Astuti

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
e-mail : yuniastuti_solo@yahoo.com

ABSTRACT

Hassle among students lately is one of the consequences of the lack of moral education, moral education nowadays is too much focused on classifying obligation instead of increasing responsibility awareness, as stated by Suseno (2012). To anticipate this, ethics education is required consists of cognitive, affective, as well as psychomotor so that the students understand good ethics value and character. This research aims to analyse the correlation between Ethics subject and students' behavior in Mercu Buana University (UMB). This is an explanative research which will analyze the correlation between persuasive communication variable in Ethics UMB subject with students' behavior. Research's result shows that there is a weak positive correlation between Ethics subject in UMB and students' attitude and behavior, and there is a positive effect of Ethics subject on students' attitude and behavior.

Keywords: Attitude, Behavior, Ethics UMB

ABSTRAK

Tawuran yang terjadi di kalangan pelajar dan mahasiswa akhir-akhir ini merupakan salah satu akibat pendidikan moral yang lemah, dimana pendidikan moral saat ini terlalu terfokus pada pembagian kewajiban, seharusnya sudah mengarah pada kesadaran akan tanggung jawab, sebagaimana dinyatakan oleh Suseno (2012). Untuk mengantisipasi akan hal tersebut di atas, perlu adanya pendidikan etika dari mulai pengetahuan kognitif, afektif dan psikomotorik, sehingga mahasiswa memahami nilai-nilai etika dan karakter yang baik. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah ada Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa?". Penelitian bersifat eksplanatif yang akan menganalisis hubungan antara variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan variabel sikap dan variabel perilaku mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif lemah antara Pola pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan perilaku mahasiswa Mercu Buana dan ada pengaruh yang positif antara Pola pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa.

Kata Kunci : Sikap, Perilaku, Etik UMB

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan kebutuhan mutlak yang harus dipenuhi oleh umat manusia dalam mencapai cita-cita yang diinginkan, kesejahteraan dan kebahagiaan. Pendidikan sebagai salah satu sarana untuk mempersiapkan generasi yang akan datang. Dengan demikian, pendidikan merupakan sesuatu yang sangat penting dan perlu diperhatikan serta dikembangkan sebaik mungkin.

Kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dibidang pendidikan, disatu sisi membawa perubahan yang cukup positif dan baik. Disisi lain, ada hal-hal yang masih dirasakan kurang atau lemah, seperti penanaman nilai-nilai etika dan pembentukan karakter. Kelemahan itu bisa dilihat dari kenakalan remaja, seperti pergaulan

bebas, siswa mengkonsumsi narkoba, tawuran antar pelajar, tawuran antar mahasiswa, mahasiswa berperilaku anarkis dan sebagainya.

Budayawan, Franz Magnis Suseno menilai, tawuran yang terjadi di kalangan pelajar dan mahasiswa akhir-akhir ini disebabkan pendidikan moral yang lemah. "Pendidikan moral saat ini terlalu terfokus pada pembagian kewajiban, seharusnya sudah mengarah pada kesadaran akan tanggung jawab," ujar Franz dalam diskusi bertajuk 'Kekerasan vs Budaya Bangsa' di Gedung Lembaga Pertahanan Nasional (Lemhannas), Jakarta, Jumat (12/10).

Untuk mengantisipasi akan hal tersebut di atas, perlu adanya pendidikan etika dari mulai pengetahuan kognitif, afektif dan psikomotorik, sehingga mahasiswa memahami nilai-nilai etika

dan karakter yang baik. Selanjutnya, Franz menilai lembaga pendidikan pemerintah perlu melakukan perubahan terhadap kebijakan pendidikan. Hal ini guna mengurangi unsur kekerasan yang terdapat dalam dunia pendidikan saat ini. Kenakalan itu ternyata berpengaruh tidak saja pada prestasi siswa, melainkan juga mengganggu ketertiban dan kenyamanan masyarakat dan menggelisahkan orang tua mahasiswa.

Dalam UU No. 20 tahun 2003, telah termaktub dalam pasal 3 tentang tujuan pendidikan nasional, disebutkan bahwa pendidikan nasional bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan sehat.

Secara Etimologis, Etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan, atau ilmu tentang adat kebiasaan. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, Etika adalah ilmu tentang apa yang buruk dan apa yang baik dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).

Etika dan karakter merupakan dua istilah yang berbeda, tetapi memiliki keterkaitan yang sangat erat. Istilah Etika memiliki arti yang semakna dengan Akhlak, Adab, Moral, Perilaku baik, dan sebagainya. Sementara Karakter memiliki arti Tabi'at, Watak, Fitrah dan sebagainya. Keduanya saling mempengaruhi satu sama lain. Orang yang berperilaku baik (ber-etika), karena ia memiliki karakter baik. Begitu juga orang yang berkarakter adalah orang yang bertabi'at dan membiasakan perilaku baik.

Universitas Mercu Buana adalah universitas yang mempunyai Mata Kuliah Ciri Universitas (MKCU) antara lain adalah Etik UMB yang diharapkan mahasiswa lulus menjadi sarjana tidak hanya pandai dengan IPK tinggi tetapi dengan Etika yang baik antara lain jujur, bisa mengelola waktu, bisa bekerjasama, mempunyai motivasi, tujuan dan tidak korupsi (Artiningrum P, dkk, 2013). Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan proses ajar mengajar didalam kelas dengan berbagai kegiatan seperti diskusi, presentasi makalah, sehingga terlihat bakat-bakat terpendam dan kepribadian masing-masing mahasiswa. Disamping itu diharapkan juga adanya perbaikan-perbaikan sikap, tingkah laku dan kepribadian mahasiswa seperti menjadi lebih santun, dapat menghargai orang lain, hormat kepada orang yang lebih tua seperti dosen, karyawan, *cleaning service*, sayang terhadap sesama dan yang lebih muda.

Para ahli memperkirakan bahwa untuk dapat sukses dalam hidup, baik itu karier, pekerjaan,

rumah tangga maupun kehidupan sosial, dibutuhkan perpaduan antara sikap (80%) dan kecerdasan (20%). Ilmu yang dipelajari dibangku kuliah yang menghaikan ijazah ternyata hanya menghasilkan kontribusi 20% untuk menjadi manusia yang sukses (Srijanti, dkk. 2007). Sikap atau akhlak atau karakter memang tidak dapat diperoleh atau diukur dengan jumlah SKS, tetapi merupakan suatu proses pembelajaran dan penerapan sepanjang hayat. Orang yang menikmati pekerjaannya adalah orang-orang yang selalu berpikir positif dan biasanya menjadi orang yang berprestasi, sedangkan orang-orang yang hanya melaksanakan pekerjaannya, akan sulit mencapai prestasi.

Etik UMB adalah matakuliah yang membahas tentang pengetahuan-pengetahuan praktis dalam mengenali sikap individu agar dapat menjadi pribadi yang berkarakter, memiliki tujuan, tanggap terhadap perubahan, kompetitif dan pada akhirnya dapat menjadi sumberdaya manusia yang unggul dan bermutu, disamping itu diberikan juga Pendidikan Anti Korupsi dengan maksud agar sejak usia muda mahasiswa dapat menjaga, mencegah diri dan lingkungannya dari perilaku koruptif. Dari latar belakang penelitian di atas dipandang perlu dilakukan penelitian Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa

Pokok permasalahannya adalah dalam memberi Ilmu pengetahuan Etika ke mahasiswa bersifat tidak berwujud dan tidak dapat diperkirakan, dirasakan dan diuji sebelum tercapai apa yang diinginkan. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengajaran berperan terhadap pembentukan sikap positif mahasiswa yaitu memberikan kepada mahasiswa keyakinan dan kepercayaan terhadap sikap dan tingkah laku positif dan membangun emosi dalam kerangka berpikir yang lebih reseptif, sehingga mahasiswa akan berubah sikap dan tingkah lakunya menjadi lebih baik. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dibuat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah ada Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa?"

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya hubungan antara pola pengajaran Etik UMB dengan sikap dan perilaku mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antar pola pengajaran Etik UMB dengan sikap dan perilaku mahasiswa, sehingga dapat diperoleh ide-ide untuk meningkatkan keberhasilan pola pengajaran Etik

UMB dengan menggunakan komunikasi persuasif dan intrapersonal dalam kegiatan ajar mengajar.

Adapun manfaat penelitian ini adalah, pertama dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam studi perilaku mahasiswa. Secara khusus memberikan gambaran bagaimana komunikasi pengajaran berperan dalam pembentukan sikap dan perilaku mahasiswa. Kedua, dapat menjadi sebuah konfirmasi bagi teori pembelajaran kognitif (*Cognitive learning theory*) yang menyatakan bahwa pembelajaran menyangkut aktivitas mental yang kompleks terhadap informasi dan bahwa sikap dan perilaku mahasiswa dipelajari dan diubah melalui proses yang sama yang terjadi ketika pembelajaran terjadi (Schiffman & Kanuk, 2007 : 196).

Kegunaan penelitian ini adalah pertama, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana hubungan antara komunikasi persuasif dalam pengajaran dengan sikap dan perilaku mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta, sehingga dapat memberi masukan bagi pengelola mata kuliah Etik UMB untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektifitas komunikasi persuasif dalam pengajaran, yang diharapkan dapat meningkatkan sikap dan tingkah laku mahasiswa.

Disamping itu hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi masukan bagi universitas lain dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian – penelitian mengenai sikap dan perilaku mahasiswa setelah diberi pelajaran Etik UMB.

KAJIAN PUSTAKA

Sesuai dengan judul penelitian yaitu Hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa, berikut ini beberapa hasil penelitian mengenai komunikasi persuasif dan interpersonal dalam pembentukan sikap dan perilaku mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan Kelman dan Hovland (1974, dalam Rahmat, 2003 : 258-259) bahwa subyek penelitian cenderung lebih setuju pada komunikator yang berkredibilitas tinggi. Kredibilitas terbukti mempengaruhi perubahan sikap komunikasi kearah yang dikehendaki oleh komunikator.

Hasil penelitian Abelson dan Miller (1976, dalam Azwar, 2002: 76) menyatakan bahwa apabila komunikator merupakan individu yang tidak menarik atau tidak disukai, persuasi biasanya tidak efektif dan efek persuasi yang disampaikan komunikator dapat mengubah sikap ke arah yang

berlawanan. Hal ini disebut “boomerang “

Komunikasi adalah suatu aspek kehidupan manusia yang paling mendasar, penting, dan kompleks. Kehidupan sehari-hari kita sangat dipengaruhi oleh komunikasi kita sendiri dengan orang lain, bahkan oleh pesan yang berasal dari orang yang kita tidak tahu (*we can not not communication*).

Little John (2005 : 20) mengatakan, komunikasi adalah sesuatu yang sulit untuk didefinisikan. Sementara itu, menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain, agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya.

Dalam proses komunikasi, ada lima elemen dasar yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dengan istilah “*Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*”. Kelima elemen dasar tersebut adalah *Who* (sumber atau komunikator), *Says What* (pesan), *in Which Channel* (Saluran), *to Whom* (Penerima), *with What Effect* (Efek atau dampak).

Berhasil tidaknya suatu komunikasi tergantung dari kelima elemen dasar tersebut. Bagaimana komunikator bisa mempengaruhi komunikannya, sehingga bisa bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan perilaku dari komunikan tersebut. Namun, komunikator, pesan, saluran yang bagaimana yang akan bisa merubah sikap dan perilaku komunikan, serta perubahan yang bagaimana yang diharapkan harus menjadi perhatian sangat besar bagi kita semua.

Kerangka Pemikiran

Mahasiswa membentuk sikap terhadap pengajaran dan melakukan perubahan sikap dan perilaku setelah mempertimbangkan informasi yang diperolehnya melalui proses komunikasi persuasif oleh pengajar dalam kegiatan pengajaran.

Proses komunikasi persuasif merupakan proses pembelajaran yang melibatkan kemampuan kognitif mahasiswa dalam memproses informasi. Dengan demikian memanipulasi sebab (masukan) yaitu komunikasi persuasif, pengajar dapat mempengaruhi pembentukan sikap dan mendorong terjadinya perilaku mahasiswa (hasil) yang diharapkan. Jika seseorang dapat bertindak dengan cara yang dapat diprediksi terhadap stimulus yang diketahui, ia dikatakan telah “belajar” (Schiffman dan Kanuk, 2007 : 19, 179).

Untuk menjelaskan hal tersebut di atas digunakan pendekatan Teori Pembelajaran

Kognitif, yang mengatakan bahwa pembelajaran merupakan aktifitas mental. Proses belajar terjadi sebagai upaya manusia untuk mengatasi masalah. Dalam mengatasi masalah inimahasiswa akan memproses informasi yang melibatkan proses mental yang kompleks untuk membuat keputusan.

Peranan Komunikasi Persuasif dalam Pola Pengajaran Etika

Persuasif adalah sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologi. Menurut Fisher ada empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi : penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantar stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*), prediksi respons (*prediction of response*) dan peneguhan respons (*reinforcement of response*) (Rakhmat J, 2003:6).

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Pada umumnya sikap-sikap individu/kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen:

1. Kognitif - perilaku dimana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.
2. Afektif - perilaku dimana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.
3. Konatif - perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu (perbuatan) terhadap objek.

Tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua yaitu 1. Mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens, dan 2. Mendorong audiens melakukan sesuatu/ memiliki tingkah-laku (*behaviour*) tertentu yang diharapkan.

Ada empat prinsip dasar dalam komunikasi persuasif yang dapat menentukan efektivitas dan keberhasilan komunikasi, yaitu :

1. Prinsip Pemaparan yang Selektif (*The Selective Exposure Principle*), Prinsip ini menyatakan bahwa pada dasarnya audiens akan mengikuti hukum pemaparan selektif (*the law of selective exposure*), yang menegaskan bahwa audiens (pendengar) akan secara aktif mencari informasi yang sesuai dan mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan dan perilaku mereka, dan sebaliknya audiens akan menolak atau menghindari informasi-informasi yang berlawanan dengan opini, kepercayaan, sikap,

nilai, dan perilaku mereka.

2. Prinsip Partisipasi Audiens (*The Audience Participation Principle*), Prinsip ini menyatakan bahwa daya persuasif suatu komunikasi akan semakin besar manakala audiens berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi tersebut. Bentuk partisipasi bisa dalam berbagai bentuk dan aktivitas, seperti dalam menentukan tema, dalam presentasi, membuat slogan, dan lain-lain.
3. Prinsip Suntikan (*The Inoculation Principle*), Audiens telah memiliki pendapat dan keyakinan tertentu, maka pembicaraan komunikasi persuasif biasanya dimulai dengan memberi pembenaran dan dukungan atas keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki audiens.
4. Prinsip Perubahan yang Besar (*The Magnitude of Change Principle*), Prinsip ini menyatakan bahwa semakin besar, semakin cepat dan semakin penting perubahan yang ingin dicapai, maka seorang da'i mempunyai tugas dan kerja yang lebih besar, serta komunikasi yang dilakukan membutuhkan perjuangan yang lebih besar

Pengertian Pola Pengajaran

Pola pengajaran yang diterapkan adalah tatap muka didalam kelas, mahasiswa diwajibkan mempunyai buku, kemudian diwajibkan membacanya dan membuat ringkasan tentang pemahamannya setiap modul sebelum kuliah, membuat makalah mandiri dan kelompok yang dipresentasikan didepan kelas kemudian dilanjutkan tanya jawab dalam forum presentasi mahasiswa.

Pengajar Etika di dalam kelas selalu memotivasi mahasiswa sebelum kuliah dimulai, menjelaskan modul dengan power point yang ditampilkan dengan slide projector, tanya jawab, dosen memandu seminar kecil dalam kelas.

Dalam mata kuliah Etik UMB, mahasiswa belajar dan berlatih tentang pengembangan karakter dan diharapkan dapat diterapkan dalam kehidupannya sehari-hari agar dapat menjadi sarjana yang bersikap profesional dan beretika. Adapun ruang lingkup materi perkuliahan meliputi : Etika dan Sikap Profesionalisme Sarjana, Mengenal Potensi Diri, Tujuan hidup dan motivasi Pencapaian Prestasi, Berpikir Positif, Komunikasi Effektif, Menyongsong Perubahan, Kepemimpinan dan Kerjasama Tim, Mengelola Waktu dan Menyusun Prioritas, Etiket Pergaulan, Tindakan Korupsi dan Penyebabnya, Pencegahan dan Upaya Pemberantasan Korupsi.

Kemendiknas (2007) merumuskan tiga

tujuan, yaitu (1) memperjelas dan mempermudah penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbal, (2) mengatasi keterbatasan waktu, ruang, dan daya indera, baik peserta didik maupun pengajar, dan (3) dapat digunakan secara tepat dan bervariasi.

Bahan Ajar

Mahasiswa bukan hanya berinteraksi dengan dosen, melainkan juga dapat berinteraksi dengan sumber belajar yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Penggunaan bahan ajar mempunyai tujuan (1) supaya kegiatan pembelajaran dalam berbagai situasi dapat berlangsung secara optimal, (2) meningkatkan motivasi pengajar dan mahasiswa dalam kegiatan belajar mengajar, dan (3) mempersiapkan kegiatan belajar mengajar dengan mengisi bahan-bahan yang selalu baru, ditampilkan dengan cara baru dan dilaksanakan dengan strategi pembelajaran yang baru pula.

Gatot (2008) juga menambahkan bahwa “bahan ajar yang baik harus dapat memenuhi tuntutan kurikulum yang berisi kompetensi-kompetensi yang ditentukan”. Materi-materi ajar terarah sesuai dengan tuntutan kurikulum. Kompetensi-kompetensi yang diberikan sesuai dengan kurikulum.

Bahan ajar dapat juga ditinjau dari segi kemenarikan dan penggunaan bahasa agar dapat dimanfaatkan dengan efektif. Greene & Petty (dalam Hakim 2001) menyatakan bahwa ciri bahan ajar yang berkualitas adalah (1) dapat menarik perhatian, (2) membangkitkan motivasi belajar, (3) memuat ilustrasi yang menarik, (4) penggunaan bahasa yang jelas, (5) adanya keterkaitan dengan pelajaran yang lain, dan (6) terhindar dari konsep yang samar-samar.

Untuk mengembangkan bahan ajar, Gatot (2008) memberikan empat tahapan. Tahapan-tahapan tersebut dijabarkan melalui uraian berikut. Tahapan pengembangan bahan ajar meliputi (1)

sumber bahan ajar.

Mbulu (2004:77) juga menawarkan sebuah prosedur pengembangan bahan ajar melalui tiga tahap. Ketiga tahap tersebut adalah (1) tahap merancang, yaitu menerjemahkan pengetahuan/teori yang bersifat umum ke dalam bentuk yang terinci, meliputi mengkaji kompetensi, analisis pembelajaran, analisis isi, seleksi isi, penataan urutan isi, dan struktur isi, (2) tahap menilai, dilakukan untuk uji kelayakan draft awal, mencakup penilaian formatif, revisi, dan sumatif, dan (3) tahap pemanfaatan, mencakup kegiatan pengembangan pembaca dan pengembangan bahan pembelajaran.

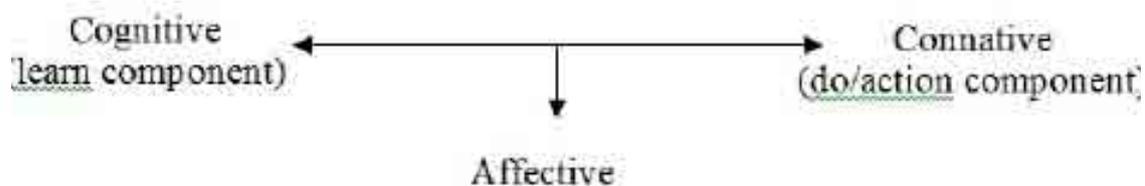
Kemendiknas (2008) menyatakan bahwa pengembangan bahan ajar dimulai dari (1) standar kompetensi, (2) kompetensi dasar, (3) indikator, (4) materi pembelajaran, (5) kegiatan pembelajaran, dan (6) bahan ajar. Berdasarkan kedua rujukan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan bahan ajar dimulai dari (1) identifikasi standar kompetensi, (2) identifikasi kompetensi dasar, (3) identifikasi indikator, (4) identifikasi materi bahan ajar dan memilih bahan ajar yang sesuai dengan kurikulum, (5) merancang kegiatan pembelajaran, dan (6) memilih jenis dan menyusun bahan ajar.

Model dan Perubahan Sikap Perilaku Mahasiswa

Pengetahuan seseorang tentang sesuatu dapat mempengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku mereka terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seseorang akan sesuatu, dipercaya dapat mengubah perilaku mereka. Walaupun ada kaitan antara kognitif, afektif, dan konatif - keterkaitan ini tidak selalu berlaku lurus atau langsung.

Model sikap tiga komponen dikembangkan oleh para ahli perilaku khususnya ahli psikologi sosial. Menurut model ini sikap terdiri dari tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif (Schiffman dan Kanuk, 2007 : 225 – 227) dan digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Model Sikap Tiga Komponen



mengidentifikasi aspek-aspek standar kompetensi dan kompetensi dasar yang menjadi acuan pemilihan bahan ajar, (2) mengidentifikasi jenis-jenis materi bahan ajar, (3) memilih bahan ajar yang sesuai dengan butir pertama, dan (4) memilih

Pengajar sangat berkepentingan pada sikap mahasiswa terhadap hasil ajarnya, karena sikap yang positif akan menghasilkan perubahan sikap yang lebih baik, Sebaliknya sikap yang negatif terhadap pengajaran akan menghasilkan penolakan yang

mungkin akan diteruskan kepada orang lain, karena itu komunikasi terhadap mahasiswa bertujuan untuk memelihara sikap positif mahasiswa dan mengubah sikap negatif menjadi sikap positif.

Schiffman dan Kanuk (2007 : 222-223) mengatakan bahwa sikap adalah predisposisi yang dipelajari dalam merespons secara konsisten suatu obyek dalam bentuk suka atau tidak suka.

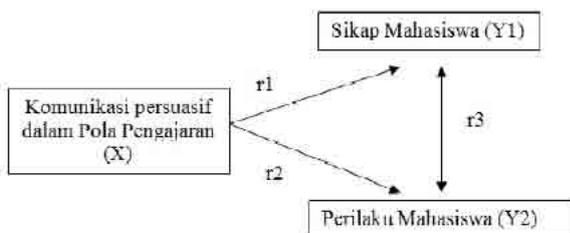
Motivasi Mahasiswa

Kebutuhan mahasiswa dalam hal motivasi adalah kebutuhan dasar dalam menambah ilmu pengetahuan. Schiffman dan Kanuk(2007 : 72) mengatakan individu yang mempunyai kebutuhan, akan merasakan tekanan yang menyebabkan ketegangan. Setiap individu akan melakukan perilaku yang menurut anggapannya akan memuaskan kebutuhan, dengan demikian akan mengurangi ketegangan. Dorongan yang menyebabkan individu bertindak untuk memenuhi kebutuhannya disebut motivasi.

Alur Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kepada kerangka pemikiran untuk menjawab keseluruhan permasalahan sebagaimana diungkapkan dalam perumusan masalah di dalam penelitian ini maka kerangka logika yang dikembangkan untuk merumuskan permasalahan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan skematis sebagai berikut:

Gambar :2. Alur Kerangka Pemikiran



Penelitian bersifat eksplanatif yang akan menganalisis hubungan antara variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan variabel sikap dan variabel perilaku mahasiswa. Dalam penelitian eksplanatif, peneliti menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih variabel yang akan diteliti.

Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah mahasiswa yang mengikuti kuliah Etik UMB pada Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. Data diambil diakhir kuliah Etika UMB, setelah mahasiswa mendapatkan semua materi

yang diberikan Dosen.

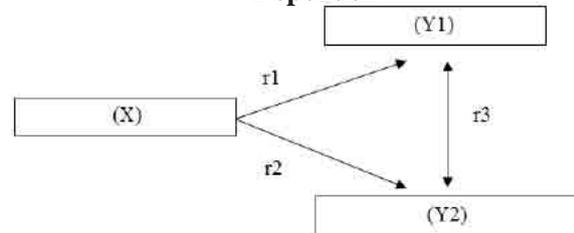
Adapun waktu penelitian adalah semester ganjil tahun akademik 2013/2014, tempatnya di kampus Universitas Mercu Buana Jl Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat.

Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian.

Paradigma dalam penelitian yang akan diteliti ini adalah terdapat satu variabel independen (X) dan dua variabel dependen (Y1 dan Y2). Terdapat 3 rumusan masalah diskriptif dan tiga rumusan hubungan sederhana.

Gambar 3. Paradigma Ganda dengan satu Variabel Independen dan dua Variabel Dependen



Mahasiswa membentuk sikap terhadap pengajaran Etik UMB dan melakukan perubahan sikap dan tingkah laku , mempertimbangkan informasi yang diperolehnya melalui proses komunikasi persuasif oleh pengajar dalam kegiatan pengajaran.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Menurut Kriyantoro (2007 : 60) survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentudengan menggunakan teknik sampling.

Penelitian ini menggunakan alat kuesioner untuk mengumpulkan data dalam mengukur variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB(kredibilitas sumber, kredibilitas pesan), sikap mahasiswa (aspek kognisi, afeksi dan konasi), serta perilaku mahasiswa (perubahan sikap dan perilaku).

Populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang sedang mengambil matakuliah Etik UMB pada semester Ganjil 2012/2013

Sikap Mahasiswa

Variabel sikap diukur dengan dimensi kognitif, afektif dan konatif. Dimensi kognitif adalah tingkat keyakinan dan kepercayaan mahasiswa akan sifat-sifat pengajar dan pola pengajarannya dan kepercayaan mahasiswa akan kredibilitas pengajar. Keyakinan akan pola pengajaran diukur dengan mampu tidaknya mahasiswa menjelaskan manfaatnya. Keyakinan atau kepercayaan akan pola pengajaran yang disampaikan diukur dengan tingkat keyakinan mahasiswa bahwa Universitas mampu memberikan fasilitas proses belajar yang baik.

Dimensi afektif adalah perasaan atau emosi mahasiswa tentang pengajaran yang disampaikan. Perasaan diukur dengan pernyataan suka atau tidak suka tentang pengajaran dan pernyataan apakah pengajaran dinilai positif, dalam arti memenuhi kebutuhan mahasiswa atau negatif dalam arti kurang dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa.

Dimensi konatif adalah pernyataan keinginan mahasiswa untuk menggunakan pengajaran yang diterima dan memutuskan untuk berubah sikap dan kelakuan yang lebih baik.

Perilaku Mahasiswa

Variabel perilaku mahasiswa diukur dengan ada tidaknya tindakan perubahan sikap dan perilaku mahasiswa. Keseluruhan operasionalisasi konsep dapat dilihat pada Tabel 1. berikut :

Tabel 1. Operasional Konsep penelitian Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Komunikasi Persuasif dalam Pola Pengajaran Etik UMB (X)	1. Kredibilitas sumber	1. Keahlian	Likert
		2. Dapat dipercaya	
		3. Kemenarikan	
Sikap Mahasiswa (Y1)	2. Kredibilitas pesan	1. Struktur Pesan	Likert
		2. Isi Pesan	
		1. Keyakinan akan pengajaran Etika	
2. Kepercayaan terhadap Universitas			
Perilaku Mahasiswa (Y2)	3. Konasi Tindakan Perubahan	1. Perasaan terhadap pengajaran etika	Likert
		2. Perasaan terhadap Universitas	
		1. Keinginan berubah	
2. Percaya diri			

yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian yaitu variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen berupa kuesioner.

Kuesioner adalah sekumpulan pernyataan-pernyataan yang merupakan penjabaran variabel yang ada menjadi dimensi-dimensi yang kemudian dijabarkan secara khusus menjadi indikator-indikator yang pada akhirnya diharapkan dapat menjawab hipotesis penelitian

Bentuk item kuesioner bersifat tertutup yaitu jawaban dari pernyataan telah ditentukan dengan pilihan-pilihan yang harus dipilih responden.

Sedangkan skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal, dengan model pembagian skala menurut Likert, yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2010).

Validitas dan Reliabilitas

Hasil penelitian yang baik harus mengandung unsur reliabilitas dan validitas. Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Hasil penelitian yang baik artinya bisa diandalkan dan dipercaya. Sedangkan validitas adalah relevansi isi pernyataan yang disusun berdasarkan rancangan yang tepat. Artinya hasil pengukuran benar-benar mencerminkan apa yang hendak diukur (Azwar, 1995 : 176).

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah Teknik yang digunakan untuk alat ukur

mengumpulkan data adalah menyebarkan kuesioner untuk memperoleh data primer mengenai efektifitas komunikasi persuasif, sikap dan perilaku mahasiswa. Kuesioner menggunakan skala ordinal dengan pembagian skala model Likert yaitu metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai sikap.

Menurut Sugiyono (2010), model Likert ini memakai kategori jawaban dari “sangat setuju” diberi skor 4, “setuju” diberi skor 3, “tidak setuju” diberi skor 2, dan “sangat tidak setuju” diberi skor 1. Dalam menghitung jumlah skor skala untuk setiap responden, skor untuk pokok-pokok skala dijumlahkan. Skor skala yang paling tinggi yang kemungkinan dicapai adalah $4 \times N$ (jumlah butir kuesioner/pokok skala). Ini akan menyatakan sikap yang positif, sedangkan skor yang paling rendah dan menunjukkan sikap yang sangat negatif adalah $1 \times N$.

Dalam penelitian ini, pilihan jawaban “ragu-ragu” ditiadakan, karena kategori ragu-ragu mempunyai makna ganda, yaitu bisa diartikan setuju maupun tidak setuju atau belum bisa menjawab. Selain itu responden cenderung memilih jawaban ditengah-tengah untuk memilih amannya, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang.

Data Primer

Data primer didapatkan dari kuesioner yang diisi oleh responden, yaitu dari populasi populasi mahasiswa. Data yang didapat berupa data diskriptif dan data Inferensial. Data diskriptif adalah data demografis responden, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan sumber dana pembayaran uang kuliah. Data Inferensial didapatkan dengan menjumlahkan nilai jawaban dari masing – masing indikator pada kuesioner.

Variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini akan dibagi 2 variabel yaitu variabel independen (variabel bebas : X) yaitu komunikasi persuasive dalam pola pengajaran etik UMB dan variabel dependen (variabel tidak bebas : Y) yaitu sikap (aspek kognitif, afektif dan konatif) dan perilaku mahasiswa.

Kuesioner menggunakan skala ordinal yaitu metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan nilai sikapnya. Menurut Sugiyono (2007 : 134) model Likert memakai kategori jawaban dari “sangat setuju” sampai sangat tidak setuju”.

Data Sekunder

Data sekunder berupa informasi tentang penelitian – penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, untuk memperkuat hasil

Teknik Analisa Data

Data primer yang terkumpul akan digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis berikut :

Hipotesis nol (H_0) :

1. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa
2. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa

Hipotesis Alternatif (H_1) :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa

Hipotesis Statistik :

$H_0 : r_{xy1} = 0$ dan $r_{xy2} = 0$

$H_1 : r_{xy1} \neq 0$ dan $r_{xy2} \neq 0$

Dimana :

r = koefisien korelasi

X = Variabel komunikasi persuasif dalam Pola Pengajaran Etik UMB

Y_1 = Sikap mahasiswa

Y_2 = Perilaku Mahasiswa

Ukuran yang digunakan adalah nilai / skor dari kuesioner. Data didapatkan dengan menjumlahkan skor jawaban responden untuk kuesioner dengan ketentuan :

Skor 4 = sangat setuju

Skor 2 = tidak setuju

Skor 3 = setuju

Skor 1 = sangat tidak setuju

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner akan dianalisis dengan metode sebagai berikut :

1. Analisa Diskriptif

Analisa ini hanya menggambarkan atau mendiskripsikan data penelitian yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum atau generalisasi. Analisis ini hanya menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel, tidak menguji hipotesis atau melakukan prediksi (Rakhmat, 2007 : 27) Tujuan utama analisis diskriptif adalah agar pembacaan data hasil penelitian lebih mudah. Dalam penelitian ini akan digambarkan data responden tentang umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan

serta sumber pembiayaan kuliah.

2. Analisis hubungan (Asosiatif)

Menurut Rakhmat (2007 : 27-31), analisis hubungan adalah analisis yang menggunakan uji statistik Inferensial dengan tujuan melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih variabel. Kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut Koefisien Korelasi (r).

Ada beberapa ketentuan lain yang berlaku mengenai sifat dan nilai hubungan (korelasi), yaitu :

- Nilai korelasi antara variabel X dan Y berkisar antara -1 dan $+1$
- Hubungan bersifat positif terjadi bila “ semakin besar nilai variabel X maka semakin besar pula nilai variabel Y “ dan sebaliknya.
- Hubungan bersifat negatif apabila “ semakin kecil nilai variabel X maka semakin besar nilai variabel Y” atau sebaliknya.
- Bila nilai hubungan (korelasi) sama dengan nol, berarti tidak ada hubungan antara dua variabel

Analisis hubungan ini digunakan untuk melihat hubungan antara :

- Variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan sikap mahasiswa
- Variabel komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etik UMB dengan perilaku mahasiswa

Uji hubungan antara dua variabel menggunakan rumus korelasi sederhana Pearson's Product Moment (Suharyadi dan Purwanto, 2004 :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

461).

Keterangan :

- $\sum X$: Jumlah pengamatan variabel X
 $\sum Y$: Jumlah pengamatan variabel Y
 $\sum XY$: Jumlah hasil perkalian variabel X dan Y
 $(\sum X^2)$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel X
 $(\sum X)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan variabel X
 $(\sum Y^2)$: Jumlah kuadrat dari pengamatan variabel Y
 $(\sum Y)^2$: Jumlah kuadrat dari jumlah pengamatan variabel Y
 n : Jumlah pasangan pengamatan Y dan X

Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2004 :

466), uji signifikansi koefisien korelasi digunakan untuk menguji apakah kuatnya hubungan antar variabel yang diuji sama dengan nol. Apabila besarnya hubungan sama dengan nol menunjukkan bahwa hubungan antar variabel sangat lemah dan tidak berarti. Sebaliknya apabila hubungan antar variabel secara signifikan tidak sama dengan nol, maka hubungan tersebut kuat dan berarti.

Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada hubungan yang signifikan antar dua variabel yang juga berlaku pada populasi.

Rumus uji t hitung adalah sebagai berikut :

Nilai t table (t_{α}) tergantung dari besarnya taraf nyata (α) : 5% atau 10%. Jumlah n , jumlah

$$\frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

pasangan dua variabel (k), setelah itu nilainya dilihat di Tabel t dengan derajat bebas (df) = $n - k$

Apabila :

- $t_o > t_a$: Ho ditolak
- $t_o < -t_a$: Ho ditolak
- $-t_a/2 < t_o < t_a/2$: Ho diterima

Uji hipotesis dilakukan dengan Pearson's Product Moment sebagai berikut :

Apabila H_0 diterima dan H_1 ditolak maka koefisien korelasi ($r_{xy1} = 0$), artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa.

Apabila H_0 diterima dan H_1 ditolak maka koefisien korelasi ($r_{xy2} = 0$), artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa.

Apabila H_0 ditolak dan H_1 diterima maka korelasi ($r_{xy1} \neq 0$), artinya ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan sikap mahasiswa

Apabila H_0 ditolak dan H_1 diterima maka koefisien korelasi ($r_{xy1} \neq 0$), artinya ada hubungan yang signifikan antara komunikasi persuasif dalam pola pengajaran Etika dengan perilaku mahasiswa.

Dalam Penelitian yang berjudul “Hubungan Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa “ analisa datanya dibantu menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang mengambil mata kuliah Etik UMB. Data diambil pada saat mahasiswa telah selesai UAS dengan demikian mahasiswa sudah mendapatkan semua materi yang diberikan dosen. Responden terdiri dari 15 laki-laki dan 36 perempuan, berumur antara 17 – 20 tahun.

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas instrument dilakukan pada 2 variabel, yaitu variable Y1(Sikap Mahasiswa) dan variable X(Pola Pengajaran Etik UMB), dengan jumlah responden 51 orang, dengan taraf nyata : $\alpha/2 : 0,025$, $df = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 3,23$ 49 diperoleh t table : 1,960. Sed asi diperoleh dengan rumus :to =

dimana $r = 0,424$ diperoleh dari hasil SPSS (Tabel 2).

Karena $t_o : 3,23 > t_{tab} : 1,96$ maka Hipotesis nol ditolak sedangkan Hipotesis alternatif diterima artinya ada pengaruh positif pola pengajaran Etik UMB dengan sikap mahasiswa. Semakin baik pola pengajaran Etik UMB maka akan semakin baik sikap mahasiswa.

Hasil selengkapnya dari analisa dengan menggunakan SPSS dapat terlihat sebagai berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.424(a)	.180	.163	4.62436	.180	10.770	1	49	.002

Tabel 2. Koefisien Korelasi dan Determinasi Pola Pengajaran Etik UMB dan Sikap Mahasiswa

a Predictors: (Constant), X

b Dependent Variable: Y1

Koefisien korelasi antara pola pengajaran Etik UMB dengan Sikap Mahasiswa (R) sebesar 0,424, hal ini menunjukkan bahwa hubungan ke dua variabel tersebut positif artinya apabila pola pengajaran bertambah baik maka mahasiswa dapat lebih memahami apa yang disampaikan dosen, dan berpengaruh terhadap sikap mahasiswa yaitu lebih sopan, bisa menghargai waktu dan bisa menghargai sesama.

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,180 = 18% artinya Sikap mahasiswa yang bertambah baik tersebut dipengaruhi oleh pola pengajaran Etik

UMB sebesar 18%, sedangkan 82 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti Pendidikan orang tua di rumah, lingkungan di kampus, pendalaman agama yang kuat dan sebagainya.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	14.577	6.679		2.183 .034
1	X	1.167	.356	.424	3.282 .002

Tabel 3. ANOVA (Analisa of Varians)

Pada uji ANOVA atau F test didapatkan F hitung sebesar 10,770 dengan tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, maka analisa regresi bisa digunakan untuk mengetahui hubungan diantara variabel Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap Mahasiswa

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	230.306	1	230.306	10.770	.002(a)
Regression	1047.851	49	21.385		
Total	1278.157	50			

Tabel 4. Koefisien Regresi

Persamaan regresi $Y1 = 14,577 + 1,167 X$, yang mana Y1 adalah Sikap Mahasiswa, X adalah Pola Pengajaran Etik UMB. Konstante sebesar 14,577 menyatakan bahwa jika tidak ada Pola Pengajaran Etik UMB, maka sikap mahasiswa tetap sebesar 14,577, artinya tidak ada tambahan sikap yang lebih baik pada diri mahasiswa apabila tidak ada pola pengajaran etik UMB yang disampaikan ke mahasiswa

Koefisien regresi sebesar 1,167 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Pola Pengajaran Etik UMB akan meningkatkan Sikap Mahasiswa sebesar 1,167%. Namun sebaliknya, jika Pola Pengajaran Etik UMB turun sebesar 1%, maka Sikap Mahasiswa diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 1,167%. Jadi tanda positif menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan variabel independen (X), yaitu Pola Pengajaran Etik UMB, akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen (Y) yaitu Sikap Mahasiswa.

Untuk regresi sederhana angka korelasi $R = 0,424$, menunjukkan hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap Mahasiswa positif lemah. Hal ini disebabkan pengetahuan Etika tidak hanya dari pola pengajaran yang diberikan di kampus saja, tetapi yang besar pengaruhnya adalah pendidikan orang tua sejak kecil dan keimanan

yang kuat dan faktor lainnya yang positif sejak lahir sampai sekarang.

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Determinasi Pola Pengajaran Etik UMB dan Perilaku Mahasiswa

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.301(a)	.090	.072	2.21649

Koefisien korelasi antara pola pengajaran Etik UMB dengan perilaku mahasiswa (R) sebesar 0,301, hal ini menunjukkan bahwa hubungan ke dua variable tersebut positif artinya apabila pola pengajaran bertambah baik maka mahasiswa dapat menerima yang disampaikan dosen akan lebih baik, mudah dimengerti dan difahami, hal ini berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa yang positif atau perilaku yang bertambah baik.

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,090 = 9% artinya perilaku mahasiswa bertambah baik tersebut dipengaruhi oleh pola pengajaran Etik UMB sebesar 9%, sedangkan 91 % dipengaruhi oleh faktor lain seperti Pendidikan orang tua di rumah, lingkungan positif di kampus, pendalaman agama yang kuat dan sebagainya.

Tabel 6. ANOVA (Analisa of Varians)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.899	1	23.899	4.865	.032(a)
	Residual	240.728	49	4.913		
	Total	264.627	50			

Pada uji ANOVA atau F test didapatkan F hitung sebesar 4,865 dengan tingkat signifikansi 0,032 lebih kecil dari 0,05, maka analisa regresi bisa digunakan untuk mengetahui hubungan diantara variabel Pola Pengajaran Etik UMB dengan Perilaku Mahasiswa

Tabel 7. Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.757	3.201		4.297	.000
	X	.376	.171	.301	2.206	.032

a Dependent Variable: Y2

Persamaan regresi $Y_2 = 13,757 + 0,376 X$, yang mana Y2 adalah Perilaku Mahasiswa, X adalah Pola Pengajaran Etik UMB. Konstante sebesar 13,757 menyatakan bahwa jika tidak ada Pola Pengajaran Etik UMB, maka Perilaku mahasiswa tetap sebesar 13,757. Jadi perilakunya tidak bertambah baik atau tetap.

Koefisien regresi sebesar 0,376 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% Pola Pengajaran Etik UMB akan meningkatkan Perilaku Mahasiswa sebesar 0,376 %. Namun sebaliknya, jika Pola Pengajaran Etik UMB turun sebesar 1%, maka Sikap Mahasiswa diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,376 %. Jadi tanda positif menyatakan arah hubungan yang searah, di mana kenaikan variabel independen (X), yaitu Pola Pengajaran Etik UMB, akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen (Y2) yaitu Perilaku Mahasiswa.

Untuk regresi sederhana angka korelasi R = 0,301 menunjukkan hubungan antara Pola Pengajaran Etik UMB dengan Perilaku Mahasiswa positif lemah. Hal ini disebabkan memang pengetahuan Etika tidak hanya karena Pola Pengajaran di kampus saja, tetapi yang besar pengaruhnya adalah pendidikan orang tua sejak kecil sampai sekarang dan keimanan agama yang kuat dan factor lainnya yang positif.

Pola pengajaran Etik UMB terbukti signifikan mempunyai hubungan positif dan berpengaruh positif terhadap sikap dan perilaku mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pendapat

Schiffman & Kanuk, 2007 bahwa pembelajaran menyangkut aktivitas mental yang kompleks terhadap informasi, juga sikap dan perilaku mahasiswa dipelajari dan diubah melalui proses yang sama ketika pembelajaran terjadi.

Para ahli memperkirakan bahwa untuk dapat sukses dalam hidup, baik itu karier, pekerjaan,

rumah tangga maupun kehidupan sosial, dibutuhkan perpaduan antara sikap (80%) dan kecerdasan (20%). Ilmu yang dipelajari dibangku kuliah yang menghasilkan ijazah ternyata hanya menghasilkan kontribusi 20% untuk menjadi manusia yang sukses (Srijanti, dkk. 2007). Sikap atau akhlak atau karakter memang tidak dapat diperoleh atau diukur dengan jumlah SKS, tetapi merupakan suatu proses

pembelajaran dan penerapan sepanjang hayat.

Disamping itu untuk meningkatkan hasil pembelajaran perlu juga disiapkan tenaga pengajar yang betul-betul menguasai ilmu Etika, agar mahasiswa lebih tertarik dan lebih memahami pentingnya Etika dalam kehidupannya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Kelman dan Hovland (1974, dalam Rahmat, 2003 : 258-259) bahwa subyek penelitian cenderung lebih setuju pada komunikator yang berkredibilitas tinggi. Kredibilitas terbukti mempengaruhi perubahan sikap komunikasi kearah yang dikehendaki oleh komunikator. Dengan demikian akan mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam kehidupannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat hubungan positif Pola Pengajaran Etik UMB dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa. Semakin baik Pola Pengajaran Etika UMB maka semakin baik Sikap dan Perilaku mahasiswa
2. Terdapat pengaruh positif antara Pola pengajaran Etik dengan Sikap dan Perilaku Mahasiswa. Dengan bertambah baiknya Pola pengajaran UMB maka Sikap dan Perilaku mahasiswa akan mengikuti menjadi lebih baik.

Saran

1. Etika mahasiswa sangat penting dalam dunia kampus dan dunia kerja nanti maka disarankan untuk terus ditingkatkan Pola Pengajaran Etik UMB agar mahasiswa yang lulus selain ilmu yang tinggi juga sikap dan perilakunya bertambah baik
2. Perlu diadakan penelitian yang lebih luas misalnya Manfaat Etik UMB di dunia kerja dengan responden Alumni mahasiswa UMB.

Daftar Pustaka

- ArtiningrumP, Kurniasih A dan Arissetyanto N. 2013. Etika dan Perilaku Profesional Sarjana. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Buku U.U. No. 20. Thn 2003 ps.3 Tujuan Pendidikan Nasional.
- Franz Magnis Suseno. 2012. Kekerasan vs Budaya Bangsa. Diskusi di Gedung Lemhanas Jl. Merdeka Selatan Jakarta, Jum'at 12 Oktober 2012.
- Kemdiknas. 2008. *Sosialisasi KTSP: Pengembangan Bahan Ajar. Kemdiknas. Jakarta:*
- Kennedy, John E, dan R. Dermawan Soemanagar. 2006. Marketing Communication. Taktik dan Strategi. Jakarta. Bhuana Ilmu.
- Littlejohn, Stephen, W dan Karen A. Foss. 2005. *Theories of Human Communication*, Ed 8. Holly J. Allen . New York
- Rakhmat.J. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat.J. 2003. Psikologi Komunikasi. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rachmat, K. 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Prenada Media Group.
- Srijanti, S.K. Purwanto dan Primi. A. 2007. Etika. Membangun Sikap Profesionalisme Sarjana. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung.
- Mbulu, J. dan Suhartono. 2004. *Pengembangan Bahan Ajar. Malang: Elang Mas.*

PERANAN UNDANG UNDANG PERPAJAKAN DALAM MENYELAMATKAN UANG NEGARA DARI HASIL KORUPSI

Samsuri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
e-mail : samsuri@yahoo.com

ABSTRACT

Corruption is an extraordinary crime, which is the source of poverty of millions of Indonesian people. As mentioned in the preamble of Act No. 20 of 2001 on Eradication of Corruption, also in the General Explanation of Law No. 30 Year 2002 on Corruption Eradication Commission (KPK). One element in the crime of corruption is the financial loss the State. Against this loss of state determined that the financial losses the state must be restored or replaced by corruption. But unfortunately many corruption cases are decided by the court was not accompanied by the results of the command to return the money to the state's corruption. Therefore there should be a breakthrough to add layered with criminal charges that fiscal corruption money can be returned to the state.

Keywords: *Corruption, Budget, KPK, Extra Ordinary Crimes, Criminal Fiscal.*

ABSTRAK

Korupsi adalah sebuah kejahatan luar biasa (extra ordinary crimes), yang merupakan sumber kemiskinan dari jutaan rakyat Indonesia. Demikian disebutkan dalam konsideran Undang Undang Nomor 20 tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, juga dalam Penjelasan Umum Undang Undang Nomor 30 Tahun 2002 Tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi (KPK). Salah satu unsur dalam tindak pidana korupsi ialah adanya kerugian keuangan Negara. Terhadap kerugian negara ini ditetapkan bahwa kerugian keuangan negara harus dikembalikan atau diganti oleh pelaku korupsi. Namun sayang banyak kasus korupsi yang diputus oleh pengadilan tidak disertai dengan perintah mengembalikan uang hasil korupsinya itu kepada negara. Oleh karena itu perlu diadakan terobosan untuk menambahkan dakwaan berlapis dengan pidana fiskal agar uang hasil korupsi dapat kembali ke negara.

Kata kunci: *Korupsi, APBN, KPK., Extra Ordinary Crimes, Pidana Fiskal.*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Secara konstitusional, korupsi diakui sebagai kejahatan luar biasa (extra ordinary crimes). Dalam prakteknya, kasus korupsi yang terungkap cenderung direduksi menjadi persoalan oknum, bukan persoalan sistem ataupun kultur.

Tidak sulit menemukan kultur koruptif di instansi pemerintah. Salah satu godaan kuat orang berani korupsi adalah karena mereka merasa tidak sendirian. Korupsi dilakukan beramai-ramai dan tertib, dalam lingkungan yang saling kenal dengan pengaplingan jatah, semua kebagian. Bila korupsi itu diketahui maka penanganan secara internal didahulukan. Penyelesaian secara adat diutamakan, itu semua untuk menjaga citra. Kalaupun ada sanksi biasanya pejabat terkait dimutasikan, agar

yang bersangkutan tidak terlalu sakit hati dan beryanyi tentang kebobrokan instansinya. Rekan sejawat dan atasan saling melindungi. Kultur tahu sama tahu dan pembiaran menyuburkan perilaku koruptif.

Kasus-kasus korupsi yang sudah diputus oleh pengadilan, acapkali tidak disertai kewajiban terpidana untuk mengembalikan uang hasil korupsi. Padahal seharusnya uang negara tersebut harus dikembalikan kepada negara.

Identifikasi Masalah

Tulisan ini akan membahas tentang:

1. Bagaimana Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, dapat dilaksanakan sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara ?
2. Hambatan-hambatan apa yang dihadapi

pengadilan dalam melaksanakan instrumen Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dalam upaya menyelamatkan uang negara tersebut ?

3. Bagaimana peranan Undang Undang Perpajakan dapat digunakan sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara ?

Dari permasalahan tersebut di atas diharapkan dapat dicari jalan keluarnya sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah :

1. Untuk mendapatkan informasi dan kejelasan mengenai ke efektifan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara dari hasil korupsi.
2. Penulis ingin mengetahui hambatan- hambatan yang dihadapi pengadilan dalam melaksanakan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dalam upaya menyelamatkan uang negara.
3. Penulis ingin meyakinkan bahwa Undang – undang perpajakan dapat digunakan untuk menyelamatkan uang negara akibat korupsi.

Seperti diketahui, proses pengungkapan kasus korupsi memerlukan waktu yang cukup panjang, yaitu sejak dimulainya penyidikan sampai dengan pemberkasan. Jangka waktu tersebut masih ditambah lagi dengan adanya masa persidangan yang dapat berlarut- larut. Seandainya jaksa penuntut umum dalam kasus tersebut menang dalam persidangan, masih dibutuhkan waktu lagi sampai dengan putusan yang tertinggi mempunyai kekuatan hukum tetap.

Peraturan perundang- undangan perpajakan dapat memberikan kontribusi untuk mengamankan penerimaan negara. Pada dasarnya apabila orang telah melakukan tindak pidana korupsi maka dapat dijerat melalui pembuktian bahwa yang bersangkutan telah melakukan tindak pidana fiskal.

METODOLOGI

Sumber Data

1. Data kepustakaan, yang meliputi : tulisan para sarjana, surat- surat edaran, majalah- majalah ilmiah, data- data elektronik dan lain- lain

bentuk bahan kepustakaan.

2. Data lapangan, berupa hasil wawancara dengan pejabat Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak, para praktisi di bidang hukum, akuntansi dan perpajakan, yaitu dengan Pengacara / Advokad, Akuntan Publik dan Asosiasi Teknisi Perpajakan Indonesia.

Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dalam penyusunan tulisan ini diperoleh dengan jalan sebagai berikut :

1. Library study :

Diperoleh bahan dari membaca buku- buku, majalah- majalah, peraturan perundang – undangan yang berhubungan dengan masalah yang ada dalam tulisan ini.

2. Survey :

Dalam survey diadakan personal interview dengan instansi yang berwenang menangani penyidikan tentang delik Pidana Fiskal, yaitu Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak dan interview dengan beberapa praktisi di bidang hukum, akuntansi dan perpajakan.

Kemudian dari keterangan dan data yang diperoleh dari pejabat- pejabat yang bersangkutan ditambah dengan beberapa keterangan masyarakat, disusunlah data secara sistematis dan dinilai serta diolah untuk mencari jawaban terhadap masalah yang diajukan.

Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam membahas tulisan ini ialah dengan mempergunakan metode Deskriptif Analitis.

1. Deskriptif, dalam hal ini berarti memaparkan kenyataan yang ada dalam praktek mengenai penerapan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi dan Tindak Pidana Fiskal menurut Pasal 39 Undang – undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang – undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009.
2. Analisis, berarti data yang telah ada tersebut disusun, dijelaskan kemudian dianalisa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerugian Keuangan Negara Harus Dikembalikan Pasal 18 Undang Undang

Nonor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, menyebutkan sebagai berikut:

- (1). Selain pidana tambahan sebagaimana dimaksud dalam Kitab Undang- Undang Hukum Pidana, sebagai pidana tambahan adalah :
 - a. perampasan barang bergerak yang berwujud atau yang tidak berwujud atau barang tidak bergerak yang digunakan untuk atau yang diperoleh dari tindak pidana korupsi, termasuk perusahaan milik terpidana di mana tindak pidana korupsi dilakukan, begitu pula dari barang yang menggantikan barang-barang tersebut;
 - b. pembayaran uang pengganti yang jumlahnya sebanyak-banyaknya sama dengan harta benda yang diperoleh dari tindak pidana korupsi;
 - c. penutupan seluruh atau sebagian perusahaan untuk waktu paling lama 1 (satu) tahun;
 - d. pencabutan seluruh atau sebagian hak-hak tertentu atau penghapusan seluruh atau sebagian keuntungan tertentu, yang telah atau dapat diberikan oleh Pemerintah kepada terpidana.
 - (2) Jika terpidana tidak membayar uang pengganti sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b paling lama dalam waktu 1 (satu) bulan sesudah putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap, maka harta bendanya dapat disita oleh jaksa dan dilelang untuk menutupi uang pengganti tersebut.
 - (3) Dalam hal terpidana tidak mempunyai harta benda yang mencukupi untuk membayar uang pengganti sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b, maka dipidana dengan pidana penjara yang lamanya tidak melebihi ancaman maksimum dari pidana pokoknya sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang ini dan lamanya pidana tersebut sudah ditentukan dalam putusan pengadilan.
- 3. UU Korupsi yang berlaku saat ini, yaitu UU no.31 tahun 1999 jo UU no.20 tahun 2001 dengan tegas menyatakan penggunaan instrumen perdata, sebagaimana disebutkan dalam pasal 32, 33, 34, UU no.31 tahun 1999 dan pasal 38 C UU no.20 tahun 2001.**

a. Proses Perdata:

1. Kasus perdata yang timbul sehubungan dengan penggunaan instrumen perdata tersebut adalah sebagai berikut:
Bila penyidik menangani kasus yang secara nyata telah ada kerugian keuangan negara, tetapi tidak terdapat cukup bukti untuk membuktikan unsur-unsur pidana korupsi, maka penyidik menghentikan penyidikan yang dilakukan. Dalam hal ini penyidik menyerahkan berkas perkara hasil penyidikannya kepada JPN atau kepada instansi yang dirugikan, untuk dilakukan gugatan perdata terhadap bekas tersangka yang telah merugikan keuangan negara tersebut (pasal 32 ayat (1) UU no.31 tahun 1999)
2. Hakim dapat menjatuhkan putusan bebas dalam perkara korupsi, meskipun secara nyata telah ada kerugian negara, karena unsur-unsur pidana korupsi tidak terpenuhi. Dalam hal ini penuntut umum (PU) menyerahkan putusan Hakim kepada JPN atau kepada instansi yang dirugikan, untuk dilakukan gugatan perdata terhadap bekas terdakwa yang telah merugikan keuangan negara (pasal 32 ayat (2) UU no.31 tahun 1999) .
3. Bahwa upaya pengembalian kerugian keuangan negara dengan menggunakan instrumen perdata, sepenuhnya tunduk pada disiplin hukum perdata materiil maupun formil, meskipun berkaitan dengan tindak pidana korupsi.
4. Berbeda dengan proses pidana yang menggunakan sistem pembuktian materiil, maka proses perdata menganut sistem pembuktian formil yang dalam prakteknya bisa lebih sulit daripada pembuktian materiil.

Dalam proses perdata **beban pembuktian** merupakan **kewajiban penggugat**. Dalam hubungan ini penggugat berkewajiban membuktikan antara lain:

Bahwa secara nyata telah terjadi kerugian keuangan negara yaitu akibat dari perbuatan tersangka, terdakwa atau terpidana.

Untuk melaksanakan gugatan perdata tersebut sungguh tidak mudah. Hal- hal yang menjadi masalah dalam praktek dapat dicontohkan seperti di bawah ini.

Dalam pasal 32, 33 dan 34 UU no.31 tahun 1999 terdapat rumusan “secara nyata telah ada kerugian

negara”. Penjelasan pasal 32 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan “secara nyata telah ada kerugian negara” adalah kerugian negara yang sudah dapat dihitung jumlahnya berdasarkan hasil temuan instansi yang berwenang atau akuntan publik” Jadi pengertian “nyata” disejajarkan atau diberi bobot hukum sama dengan pengertian “terbukti”. Dalam sistem hukum kita, **hanya Hakim dalam suatu persidangan pengadilan mempunyai hak untuk menyatakan sesuatu terbukti atau tidak terbukti**. Perhitungan instansi yang berwenang atau akuntan publik tersebut dalam sidang pengadilan tidak mengikat hakim. Hakim tidak akan serta merta menerima perhitungan tersebut sebagai perhitungan yang benar, sah dan mengikat. Demikian halnya dengan tergugat (tersangka, terdakwa atau terpidana) juga dapat menolaknya sebagai perhitungan yang benar, sah dan dapat diterima. Siapa yang dimaksud dengan “instansi yang berwenang”, juga tidak jelas; mungkin yang dimaksud instansi seperti BPKP atau BPK. Mengenai “akuntan publik”, juga tidak dijelaskan siapa yang menunjuk akuntan publik tersebut; penggugat atau tergugat atau pengadilan? Penggugat (JPN atau instansi yang dirugikan) harus dapat membuktikan bahwa tergugat (tersangka, terdakwa atau terpidana) telah merugikan keuangan negara dengan melakukan perbuatan tanpa hak (*onrechmatige daad, factum illicitum*). Beban ini sungguh tidak ringan, tetapi penggugat harus berhasil untuk bisa menuntut ganti rugi. Kalau harta kekayaan tergugat (tersangka, terdakwa atau terpidana) pernah disita, hal ini akan memudahkan penggugat (JPN atau instansi yang dirugikan) untuk melacaknya kembali dan kemudian dapat dimohonkan oleh penggugat agar Hakim melakukan sita jaminan (*conservatoir beslag*). Tetapi bila harta kekayaan tergugat belum (tidak pernah disita), maka akan sulit bagi penggugat untuk melacaknya; kemungkinan besar hasil korupsi telah diamankan dengan di atas namakan orang lain. Pasal 38 C UU nomor 20 tahun 2001 menyatakan bahwa terhadap “harta benda milik terpidana yang diduga atau patut diduga berasal dari tindak pidana korupsi yang belum dikenakan perampasan untuk negara..... negara dapat melakukan gugatan perdata”. Dengan bekal “dugaan atau patut diduga” saja penggugat (JPN atau instansi yang dirugikan) pasti akan gagal menggugat harta benda tergugat (terpidana). Penggugat harus bisa membuktikan secara hukum bahwa harta benda tergugat berasal dari tindak pidana korupsi; “dugaan atau patut diduga” sama sekali tidak mempunyai

kekuatan hukum dalam proses perdata.

5. Proses perkara perdata dalam prakteknya berlangsung dengan memakan waktu panjang, bahkan bisa berlarut-larut. Tidak ada jaminan bahwa perkara perdata yang berkaitan dengan perkara korupsi akan memperoleh prioritas. Di samping itu, sebagaimana pengamatan umum bahwa putusan Hakim perdata sulit diduga (*unpredictable*)

b. Mengutip pemberitaan melalui JAKARTA, KOMPAS, com. Tanggal 14/1/2013, sebagai berikut :

“Bukan soal kesulitan tapi sejauh mana, tergantung alat bukti yang dimiliki oleh penyidik KPK. Tentunya KPK tidak perlu diajari pakai TPPU. Semangat KPK untuk Indonesia yang lebih baik. KPK belum terapkan TPPU karena kurangnya bukti-bukti,” kata Johan di Jakarta, Senin (14/1/2013).

Namun, menurut Johan, dalam kasus Angelina, KPK telah mengupayakan perampasan aset pelaku tindak pidana korupsi melalui penerapan Pasal 18 Undang-Undang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi. Pasal ini mengatur soal pidana tambahan berupa penggantian uang kerugian negara. Perampasan barang bergerak atau tidak bergerak yang digunakan untuk atau yang diperoleh dari tindak pidana korupsi oleh seorang terdakwa.

Sayangnya, penerapan Pasal 18 dalam kasus Angie ini tidak berhasil. Majelis hakim Tindak Pidana Korupsi Jakarta tidak sependapat dengan jaksa dalam penerapan pasal ini sehingga Angelina tidak diharuskan membayar uang pengganti miliaran rupiah seperti yang dituntut jaksa KPK. Namun, kata Johan, KPK kembali menguji penerapan Pasal 18 tersebut melalui upaya banding. Lembaga antikorupsi itu tengah menyusun memori banding atas putusan Angie tersebut.

c. Pembuktian Terbalik

Pembuktian kasus korupsi di Indonesia dirasakan sangat pelik, hal ini disebabkan selain proses penegakannya, juga kebijakan legislasi yang produknya

masih bersifat multi-interpretasi, sehingga banyak ditemukan beberapa kelemahan di dalamnya. Salah satu contoh adalah UU Nomor 31 Tahun 1999 dan UU Nomor 20 Tahun 2001 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi, yang antara lain menyebutkan bahwa tindak pidana korupsi merupakan tindak pidana yang luar biasa (*extra ordinary crime*) sehingga diperlukan tindakan yang luar biasa pula (*extra ordinary measures*). Benarkah pernyataan tersebut sesuai dengan implementasinya? Ternyata tidak semuanya benar.

Secara tegas ada kesalahan dan ketidakjelasan perumusan norma tentang beban pembuktian terbalik dalam ketentuan Pasal 12B UU 31 Tahun 1999 dan UU 20 Tahun 2001. Ketentuan Pasal 12 B ayat (1) berbunyi: "setiap gratifikasi kepada pegawai negeri atau penyelenggara negara dianggap pemberian suap apabila berhubungan dengan jabatannya dan yang berlawanan dengan kewajiban atau tugasnya, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. yang nilainya Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) atau lebih, pembuktian bahwa gratifikasi tersebut bukan merupakan suap dilakukan oleh penerima gratifikasi;
- b. yang nilainya kurang dari Rp 10.000.000, (sepuluh juta rupiah), pembuktian bahwa gratifikasi tersebut suap dilakukan oleh penuntut umum."

Ada beberapa kesalahan fundamental dari kebijakan legislasi di atas :

Pertama, dikaji dari perumusan tindak pidana, ketentuan tersebut menimbulkan kesalahan dan ketidakjelasan norma asas beban pembuktian terbalik. Di satu sisi, asas beban pembuktian terbalik akan diterapkan kepada penerima gratifikasi berdasarkan Pasal 12B ayat (1) huruf a yang berbunyi, "...yang nilainya Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) atau lebih, pembuktian bahwa gratifikasi tersebut bukan merupakan suap dilakukan oleh penerima gratifikasi". Akan tetapi di sisi lainnya tidak mungkin diterapkan kepada penerima gratifikasi oleh karena ketentuan pasal tersebut secara tegas mencantumkan redaksional, "...setiap gratifikasi kepada pegawai negeri atau penyelenggara negara dianggap pemberian

suap apabila berhubungan dengan jabatannya dan yang berlawanan dengan kewajiban atau tugasnya". Maka adanya perumusan semua unsur inti delik jika dicantumkan secara lengkap dan jelas dalam satu pasal akan membawa implikasi yuridis, yaitu adanya keharusan dan kewajiban jaksa penuntut umum untuk melakukan pembuktian sesuai dengan perumusan delik dalam pasal yang bersangkutan (jadi tidak perlu adanya batasan jumlah uang).

Kedua, terdapat pula kesalahan dan kekeliruan perumusan norma ketentuan Pasal 12B Undang-undang Nomor 20 Tahun 2001 sepanjang redaksional "...dianggap pemberian suap". Apabila suatu gratifikasi yang telah diterima oleh pegawai negeri atau penyelenggara negara maka gratifikasi tersebut bukan dikategorikan "dianggap pemberian suap" akan tetapi sudah termasuk tindakan "penyuapan". Eksistensi asas beban pembuktian terbalik sesuai norma hukum pidana ada bukan ditujukan kepada gratifikasi dengan redaksional "...dianggap suap" akan tetapi harus kepada dua unsur rumusan sebagai bagian inti delik , yaitu yang berhubungan dengan jabatannya dan yang bertentangan dengan kewajiban.

Ketiga, dikaji dari perspektif ketentuan sistem hukum pidana khusus dihubungkan dengan Konvensi PBB Anti korupsi Tahun 2003 yang diratifikasi Indonesia dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2006. Hakikatnya, dari dimensi ini maka beban pembuktian terbalik tersebut dilarang terhadap kesalahan orang, karena potensial akan melanggar HAM, bertentangan dengan asas praduga tidak bersalah sehingga menimbulkan pergeseran pembuktian menjadi asas praduga bersalah atau asas praduga korupsi.

Selain itu bersimpangan dengan ketentuan Pasal 66 KUHP, ayat (1), (2) yang mensyaratkan terdakwa tidak dibebankan kewajiban pembuktian dan Pasal 67 ayat (1) huruf (i) Statuta Roma Mahkamah Pidana Internasional (International Criminal court/ ICC), Pasal 11 ayat (1) Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia (HAM), Dari apa yang telah diuraikan di atas maka sebenarnya beban pembuktian terbalik

dalam perundang-undangan Indonesia “**ada**” di tataran kebijakan legislasi akan tetapi “**tidak ada**” dan “**tidak bisa**” dilaksanakan dalam kebijakan aplikasinya.

3. Pajak Penghasilan (PPh)

Landasan hukum yang dijadikan dasar untuk menangani masalah korupsi adalah Undang Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan (UU PPh) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang Undang Nomor 36 Tahun 2008 dan Undang Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang Undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Undang Undang Nomor 16 Tahun 2009. Penentuan apakah suatu jenis penghasilan merupakan obyek pajak diatur dalam UU PPh, sedangkan ketentuan yang mengatur tentang prosedur pemenuhan kewajiban perpajakan beserta sanksinya diatur dalam UU KUP.

Obyek Pajak

Undang Undang Pajak Penghasilan tidak membedakan apakah suatu jenis penghasilan diperoleh secara halal atau tidak sepanjang memenuhi kriteria Pasal 4 Undang Undang PPh yang mengatur tentang definisi penghasilan, yaitu :

..... setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun, termasuk

Definisi tersebut kemudian memberikan contoh jenis- jenis penghasilan yang menjadi obyek pajak, antara lain :

- a. penggantian atau imbalan berkenaan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh termasuk gaji, upah, tunjangan, honorarium, komisi, bonus, gratifikasi, uang pensiun, atau imbalan dalam bentuk lainnya, kecuali ditentukan lain dalam Undang-Undang ini;
- b. hadiah dari undian atau pekerjaan atau kegiatan, dan penghargaan;
- c. laba usaha;
- d. keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta termasuk:
 1. keuntungan karena pengalihan harta

- kepada perseroan, persekutuan, dan badan lainnya sebagai pengganti saham atau penyertaan modal;
 2. keuntungan karena pengalihan harta kepada pemegang saham, sekutu, atau anggota yang diperoleh perseroan, persekutuan, dan badan lainnya;
 3. keuntungan karena likuidasi, penggabungan, peleburan, pemekaran, pemecahan, pengambilalihan usaha, atau reorganisasi dengan nama clan dalam bentuk apa pun;
 4. keuntungan karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan; dan
 5. keuntungan karena penjualan atau pengalihan sebagian atau seluruh hak penambangan, tanda turut serta dalam pembiayaan, atau permodalan dalam perusahaan pertambangan.
- e. penerimaan kembali pembayaran pajak yang telah dibebankan sebagai biaya dan pembayaran tambahan pengembalian pajak;
 - f. bunga termasuk premium, diskonto, dan imbalan karena jaminan pengembalian utang;
 - g. dividen, dengan nama dan dalam bentuk apa pun, termasuk dividen dari perusahaan asuransi kepada pemegang polis, dan pembagian sisa hasil usaha koperasi;
 - h. royalti atau imbalan atas penggunaan hak;
 - i. sewa dan penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta;
 - j. penerimaan atau perolehan pembayaran berkala;
 - k. keuntungan karena pembebasan utang, kecuali sampai dengan jumlah tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah;
 - l. keuntungan selisih kurs mata uang asing;
 - m. selisih lebih karena penilaian kembali aktiva;
 - n. premi asuransi;
 - o. iuran yang diterima atau diperoleh perkumpulan dari anggotanya yang terdiri dari Wajib Pajak yang menjalankan usaha atau pekerjaan bebas;

- p. tambahan kekayaan neto yang berasal dari penghasilan yang belum dikenakan pajak;
- q. penghasilan dari usaha berbasis syariah;
- r. imbalan bunga sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan; dan
- s. surplus Bank Indonesia.

Jenis- jenis penghasilan tersebut di atas, yang diatur dalam Pasal 4 ayat (1) UU PPh, tidak bersifat liminitif, sebab didahului dengan kata "termasuk". Jadi di luar jenis penghasilan tersebut, sepanjang tidak disebut dalam Pasal 4 ayat (3) , semua penghasilan adalah obyek pajak tanpa melihat apakah suatu jenis penghasilan tersebut halal atau tidak.

Pasal 4 ayat (3) mengatur tentang penghasilan yang Bukan Obyek Pajak, yaitu :

- a.1. bantuan atau sumbangan, termasuk zakat yang diterima oleh badan amil zakat atau lembaga amil zakat yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah dan yang diterima oleh penerima zakat yang berhak atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi pemeluk agama yang diakui di Indonesia, yang diterima oleh lembaga keagamaan yang dibentuk atau disahkan oleh pemerintah dan yang diterima oleh penerima sumbangan yang berhak, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah; dan
- 2. harta hibahan yang diterima oleh keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat, badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan;
- b. warisan;
- c. harta termasuk setoran tunai yang diterima oleh badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) huruf b sebagai pengganti saham atau sebagai pengganti penyertaan modal;
- d. penggantian atau imbalan sehubungan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh dalam bentuk natura dan/atau kenikmatan dari Wajib Pajak atau Pemerintah, kecuali yang diberikan oleh bukan Wajib Pajak, Wajib Pajak yang dikenakan pajak secara final atau Wajib Pajak yang menggunakan norma penghitungan khusus (deemed profit) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15;
- e. pembayaran dari perusahaan asuransi kepada orang pribadi sehubungan dengan asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa, asuransi dwiguna, dan asuransi bea siswa;
- f. dividen atau bagian laba yang diterima atau diperoleh perseroan terbatas sebagai Wajib Pajak dalam negeri, koperasi, badan usaha milik negara, atau badan usaha milik daerah, dari penyertaan modal pada badan usaha yang didirikan dan bertempat kedudukan di Indonesia dengan syarat:
 1. dividen berasal dari cadangan laba yang ditahan; dan
 2. bagi perseroan terbatas, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah yang menerima dividen, kepemilikan saham pada badan yang memberikan dividen paling rendah 25% (dua puluh lima persen) dari jumlah modal yang disetor.
- g. iuran yang diterima atau diperoleh dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan Menteri Keuangan, baik yang dibayar oleh pemberi kerja maupun pegawai;
- h. penghasilan dari modal yang ditanamkan oleh dana pensiun sebagaimana dimaksud pada huruf g, dalam bidang-bidang tertentu yang ditetapkan dengan Keputusan Menteri Keuangan;
- i. bagian laba yang diterima atau diperoleh anggota dari perseroan komanditer yang perkumpulan, firma, dan kongsi, termasuk pemegang unit penyertaan modalnya tidak terbagi atas saham-saham, persekutuan, kontrak investasi kolektif;
- j. dihapus;
- k. penghasilan yang diterima atau diperoleh perusahaan modal ventura berupa bagian laba dari badan pasangan usaha yang didirikan dan menjalankan usaha atau kegiatan di Indonesia, dengan syarat badan pasangan usaha tersebut:
 1. merupakan perusahaan mikro, kecil, menengah, atau yang menjalankan kegiatan dalam sektor-sektor usaha yang diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan; dan
 2. sahamnya tidak diperdagangkan di bursa efek di Indonesia;
- l. beasiswa yang memenuhi persyaratan tertentu yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan;
- m. sisa lebih yang diterima atau diperoleh badan

atau lembaga nirlaba yang bergerak dalam bidang pendidikan dan/atau bidang penelitian dan pengembangan, yang telah terdaftar pada instansi yang membidangnya, yang ditanamkan kembali dalam bentuk sarana dan prasarana kegiatan pendidikan dan/atau penelitian dan pengembangan, dalam jangka waktu paling lama 4 (empat) tahun sejak diperolehnya sisa lebih tersebut, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan; dan

- n. bantuan atau santunan yang dibayarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Sosial kepada Wajib Pajak tertentu, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan atau berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan.

4. Prosedur dan Sanksi

Sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (2) dan (3) Undang Undang K. U. P setiap Orang Pribadi yang tinggal di Indonesia adalah Subyek Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri. Seorang Subyek Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri akan menjadi Wajib Pajak apabila memperoleh penghasilan melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sebagaimana diatur dalam Pasal 7 ayat (1) UU PPh.

Sebagai Wajib Pajak, orang pribadi tersebut mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Pada saat seseorang sudah memenuhi syarat sebagai Wajib Pajak, maka yang bersangkutan wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Apabila seseorang sudah memenuhi syarat sebagai Wajib Pajak tetapi tidak mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP, maka UU KUP memberikan sanksi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 39 ayat (1). Ketentuan tersebut mengatur tentang pemberian sanksi jika seorang Wajib Pajak melanggar beberapa kewajiban perpajakan, antara lain :

- a. tidak mendaftarkan diri ;
- b. tidak menyampaikan Surat Pemberitahuan (SPT);
- c. menyampaikan SPT yang isinya tidak benar ;
- d. menolak dilakukan pemeriksaan ; dan sebagainya.

Jika Wajib Pajak melanggar kewajiban sebagaimana yang disebutkan di atas dan hal itu menimbulkan kerugian pada pendapatan negara, maka yang bersangkutan akan dipidana paling lama enam tahun penjara dan denda paling tinggi empat kali jumlah pajak terutang.

Pada tahap dimana seseorang yang diduga

melakukan tindak pidana korupsi statusnya sudah ditingkatkan menjadi tersangka, Direktorat Jenderal Pajak dapat mulai melakukan penyidikan dan pengumpulan data menyangkut orang (Wajib Pajak) tersebut.

5. Tindak Pidana Fiskal

Salah satu langkah penting dalam mempersiapkan kemungkinan kerja sama dengan instansi terkait untuk turut serta mengamankan penerimaan negara dari pajak adalah memberikan bahan tambahan kepada penuntut umum sehingga tersangka dapat didakwa dengan dakwaan secara berlapis, yaitu melakukan tindak pidana fiskal sebagaimana diatur dalam Pasal 39 KUP. Hal ini merupakan langkah untuk mengantisipasi seandainya pengadilan memberi putusan bebas kepada terdakwa. Putusan ini mungkin saja benar dan dalam hal demikian masih ada satu dakwaan berupa tindak pidana fiskal yang kemungkinan besar tidak akan lolos.

Apabila upaya penyidikan pajak dirasa akan sulit, Ditjen. Pajak dapat melakukan penetapan pajak atas obyek tersebut, langkah ini sangat efisien karena berdasarkan ketentuan undang undang, Ditjen. Pajak mempunyai hak mendahului penagihannya sebagaimana diatur dalam Pasal 21 ayat (1) dan (2) UU KUP, yang berbunyi sebagai berikut :

1. Negara mempunyai hak mendahului untuk utang pajak atas barang-barang milik Penanggung Pajak.
2. Ketentuan tentang hak mendahului sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi pokok pajak, sanksi administrasi berupa bunga, denda, kenaikan, dan biaya penagihan pajak.

Selama ini pelaku tindak pidana korupsi dijerat dengan ketentuan – ketentuan yang ada dalam Undang Undang Nomor 31 Tahun 1999 jo Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi (UU Tipikor) dan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang Undang Undang Hukum Acara Pidana (UU KUHP). Undang – undang ini hanya menerapkan “Pembuktian Terbalik Secara Terbatas”, artinya bahwa Pembuktian Terbalik menjadi hak terdakwa dalam pengadilan untuk membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah.

Pasal 66 UU KUHP menjelaskan, sebagai berikut :

.....”Tersangka atau terdakwa tidak dibebani kewajiban pembuktian”.....

Dalam penjelasannya disebutkan bahwa pasal ini dimaksudkan sebagai ‘penjelmaan’ dari asas

Praduga Tak Bersalah.

Namun demikian sejalan dengan bunyi pasal 4 ayat (1) huruf p Undang Undang PPh, sebagai berikut :

Yang menjadi objek pajak adalah penghasilan, yaitu, termasuk yang berupa :

“Tambahan kekayaan neto yang berasal dari penghasilan belum dikenakan pajak “

Dalam penjelasannya, disebutkan :

“Tambahan kekayaan neto pada hakikatnya merupakan akumulasi penghasilan, baik yang telah dikenakan pajak dan yang bukan objek pajak serta yang belum dikenakan pajak. Apabila diketahui adanya tambahan kekayaan neto yang melebihi akumulasi penghasilan yang telah dikenakan pajak dan yang bukan objek pajak, maka tambahan kekayaan neto tersebut merupakan penghasilan.”

Jadi atas tambahan kekayaan neto hasil korupsi tersebut adalah merupakan Obyek Pajak Penghasilan yang harus dilunasi pajaknya dan apabila kekayaan tersebut tidak dilaporkan dalam SPT Tahunan PPh WP Orang Pribadi, maka berdasarkan Pasal 39 ayat (1) Undang Undang K.U.P. dapat dikenakan sanksi **pidana paling lama enam tahun penjara** dan denda paling tinggi **empat kali jumlah pajak terutang**.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka disimpulkan sebagai berikut :

- a. Penerapan Pasal 18 Undang Undang Nomor 20 Tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi sebagai upaya untuk menyelamatkan uang negara dari hasil korupsi ternyata tidak efektif.
- b. Penyebabnya adalah selain proses penegakannya, juga kebijakan legislasi yang produknya masih bersifat multi-interpretasi, sehingga banyak ditemukan beberapa kelemahan, terutama sistem pembuktiannya. Pasal 66 UU KUHAP menjelaskan bahwa tersangka atau terdakwa tidak dibebani kewajiban pembuktian, sehingga untuk membuktikan kesalahan pelaku korupsi ini dipergunakan sistem “pembuktian negatif” atau asas “Beyond reasonable doubt”. Beban pembuktian ada pada Jaksa sebagai Penuntut Umum.
- c. Dari sudut pandang peraturan perundang-undangan perpajakan, orang yang melakukan tindak pidana korupsi dapat dijerat melalui pembuktian bahwa yang bersangkutan telah melakukan tindak pidana fiskal. Hal ini sangat

mungkin dilakukan, oleh karena itu perlu adanya kerja sama antara Direktorat Jenderal Pajak dengan pihak Pengadilan untuk menambahkan dakwaan berlapis dengan pidana fiskal agar uang hasil korupsi dapat kembali ke negara.

Saran

- a. Karena kasus korupsi adalah tergolong kejahatan luar biasa (extra ordinary crimes), maka penanganannya juga harus menggunakan cara-cara yang luar biasa pula, antara lain dengan menggunakan cara “pembuktian terbalik”. Untuk menerapkan pembuktian terbalik saat ini sulit dilakukan, salah satu cara adalah harus mengubah Undang Undang Anti Korupsi terlebih dahulu beserta K.U.H.A.P. nya.
- b. Jika sekiranya untuk merubah undang- undang Anti Korupsi beserta K.U.H.A.P. nya mengalami kendala maka dapat diterapkan teori beban pembuktian terbalik keseimbangan .

Pada dasarnya, teori ini mengedepankan keseimbangan secara proporsional antara perlindungan kemerdekaan individu di satu sisi, dan perampasan hak individu yang bersangkutan atas kepemilikan harta kekayaannya yang diduga kuat berasal dari korupsi di sisi lainnya.

Tegasnya, dari dimensi konteks ini terhadap pelaku orang yang diduga telah melakukan tindak pidana korupsi tetap dipergunakan jalur pidana dengan pembuktian negatif atau beyond reasonable doubt terhadap kesalahan pelaku. Sedangkan terhadap pengembalian harta kepemilikan pelaku tindak pidana korupsi dapat dipergunakan beban pembuktian terbalik, dimensi ini relatif tidak bertentangan dengan aspek H.A.M. dan juga tidak bertentangan dengan hukum internasional.

- c. Oleh karena tuntutan yang menyangkut tindak pidana fiskal erat kaitannya dengan peraturan perundang- undangan dalam bidang perpajakan, maka perlu dipersiapkan penuntut umum yang menguasai peraturan perundang- undangan dimaksud.

Hal ini dapat dicapai dengan memberikan pelatihan kepada para penuntut umum dan hakim.

Hal ini perlu dipertimbangkan secara serius, karena putusan pengadilan atas tindak pidana korupsi acapkali tidak disertai dengan keharusan mengembalikan uang negara hasil korupsi, dengan memasukkan pidana fiskal kedalam kasus korupsi ini maka diharapkan uang negara hasil korupsi akan lebih mudah diperoleh kembali.

UCAPAN TERIMA KASIH

Disusunnya tulisan ini dimaksudkan untuk memberikan dukungan kepada K.P.K. dalam melakukan pemberantasan terhadap korupsi di Indonesia, yang sudah barang tentu masih membutuhkan dukungan- dukungan lainnya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Ahmad Rudy Hartono, M.M. (Kasubdit. Pelayanan Operasional Dit. T.I.P. Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak) di Jakarta .
2. Bapak DR. Soeroto Padmodihardjo, Ak, MBA. (Kantor Akuntan Publik REGNEG D – 301) di Jakarta.
3. Bapk H. Turaji, S.H.,M.H. (Managing Partner Global Law Firm) di Jakarta.
4. Bapak Hari Sumiarto, S.H. dan Bapak Rizon Ali Syahbana, S.H. (Advokat di Kantor Lembaga Bantuan Hukum GENERASI MUDA TRIKORA) di Jakarta.
5. Bapak Ida Bagus Nyoman Sukadana, S.E.,M.M. (Asosiasi Teknisi Perpajakan Indonesia) di Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

1000 tokoh.wordpress.com/category/daftar-koruptor-indonesia

Agus Setiawan, Ak. – Basri Musri. S, Drs., Ak., MM., TAX AUDIT dan TAX REVIEW, PT Raja Grafindo Persada JAKARTA. tahun 2007.

Ebookbrowse.com/instrumen-perdata-untuk-

mengembalikan-kerugian-negara-dalam-korupsi-pdf-d205499563

[Http://duniahukumonline.blogspot.com/2012/10/pembuktian-terbalik-kasus-korupsi.html](http://duniahukumonline.blogspot.com/2012/10/pembuktian-terbalik-kasus-korupsi.html)

Nasional.kompas.com/read/2013/01/14/20315386/Mengapa.Angelina.Tak.Dijerat.TPPU

Pardiat, Drs., Akt, Pemeriksaan Pajak, Mitra Wacana Media Penerbit tahun 2008.

Undang – undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang – undang Nomor 36 Tahun 2008.

Undang – undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang – undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Undang – undang Nomor 16 Tahun 2009.

Undang Nomor 20 tahun 2001 Tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi.

Undang Undang Nomor 30 Tahun 2002 Tentang Komisi Pemberantasan Korupsi.

Undang Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia.

Undang Undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang Hukum Acara Pidana.

KEPUASAN BELAJAR MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

S.S. Sulistiyono

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
e-mail: sulistiyono5758@yahoo.com

ABSTRACT

This quantitative descriptive research aims to obtain an overview of student's learning satisfaction at Mercu Buana University in terms of its lecturers, administration and facilities. The result shows that the average of student's satisfaction reached 75.26%. Meanwhile, the satisfaction towards the lecturers was 76.540%. The satisfaction towards the administration service, in addition, was 74.037%. Finally, the satisfaction towards the facilities provision reached 73.650%. There was almost no difference found in the averages of student's satisfaction coming from six faculties at Mercu Buana University. The lowest satisfaction was experienced by the students of Faculty of Engineering (70.344%) and the highest one was faced by the students of Faculty of Computer Science (77.280%). In regular classes, the lowest average of satisfaction was felt by the students of Faculty of Communication Studies (67.502%) and the highest one was faced by the students of Faculty of Computer Studies (80.097%). In executive classes, the lowest average of satisfaction was experienced by the students of Faculty of Planning and Design Engineering (71.733%) and the highest one was felt by the students of Faculty of Psychology (80.814%). Generally there was nearly no difference found in the average of student's satisfaction between regular class students and executive class students (74.761% to regular class and 75.789% to executive class).

Keywords : *Learning satisfaction, student's hope, university's performance*

ABSTRAK

Penelitian ini deskriptif kuantitatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran kepuasan belajar siswa di Universitas Mercu Buana dalam hal dosen, administrasi dan fasilitas. Subyek penelitian ini adalah 379 siswa, terdiri dari 197 siswa kelas reguler dan siswa kelas eksekutif 182, yang berasal dari enam fakultas di Universitas Mercu Buana, Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan mahasiswa mencapai 75,26%. Sementara itu, kepuasan terhadap dosen adalah 76,540%. Kepuasan terhadap pelayanan administrasi, di samping itu, adalah 74,037%. Akhirnya, kepuasan terhadap penyediaan fasilitas mencapai 73,650%. Ada hampir tidak ada perbedaan yang ditemukan dalam rata-rata kepuasan mahasiswa yang berasal dari enam fakultas di Universitas Mercu Buana. Kepuasan terendah dialami oleh mahasiswa Fakultas Teknik (70,344%) dan yang tertinggi dihadapi oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (77,280%). Di kelas reguler, rata-rata terendah kepuasan dirasakan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (67,502%) dan yang tertinggi dihadapi oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (80,097%). Di kelas eksekutif, rata-rata terendah kepuasan dialami oleh mahasiswa Fakultas Teknik Perencanaan dan Desain (71,733%) dan yang tertinggi dirasakan oleh mahasiswa Fakultas Psikologi (80,814%). Umumnya ada hampir tidak ada perbedaan yang ditemukan dalam rata-rata kepuasan mahasiswa antara mahasiswa kelas reguler dan siswa kelas eksekutif (74,761% untuk kelas reguler dan 75,789% untuk kelas eksekutif).

Kata kunci: *kepuasan dalam pembelajaran, harapan mahasiswa, kinerja universitas*

PENDAHULUAN

Proses pembelajaran di perguruan tinggi haruslah memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Hal ini penting karena di samping akan ikut menentukan keberhasilan pembelajaran (kualitas lulusan) juga menyangkut kredibilitas atau reputasi institusi perguruan tinggi itu. Mahasiswa akan merasa puas jika merasa terlayani dengan baik. Sumber-sumber yang mempengaruhi kepuasan belajar mahasiswa

secara umum dapat pilah menjadi tiga, yaitu : faktor administrasi, faktor dosen, dan faktor ketersediaan fasilitas. Dalam proses pembelajaran, mahasiswa berinteraksi dengan dosen maupun dengan sesama mahasiswa. Masing-masing mahasiswa mempunyai pengalaman yang berbeda dan berasal dari latar belakang sosial-budaya yang berbeda, sehingga sangat mungkin mereka juga memiliki harapan dan penilaian yang berbeda terhadap kinerja Universitas. Di samping itu masing-masing

dosen juga mempunyai ciri dan pengalaman, serta kebiasaan yang berbeda, sehingga mahasiswa dari masing-masing fakultas/program studi mungkin akan mempunyai kepuasan yang berbeda dalam proses pembelajaran, karena masing-masing memberikan penilaian yang berbeda terhadap dosen maupun kinerjanya. Bukti ini ditunjukkan oleh hasil penelitian Munawaroh (2010 ; 98) di STKIP PGRI Jombang yang menyimpulkan bahwa ada hubungan antara karakteristik dosen dengan kepuasan mahasiswa.

Universitas Mercu Buana merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang terkemuka di Jakarta mempunyai 6 fakultas, yaitu Fakultas Teknik Perencanaan dan Disain (FTPD), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Ilmu Komputer (Fasilkom), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom), dan Fakultas Psikologi (FPsi). Universitas Mercu Buana selalu berusaha meningkatkan sarana prasarana dan menyempurnakan kurikulum sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat. Namun demikian masih terdapat celah yang membuat mahasiswa belum merasa puas dengan usaha yang telah dilakukan oleh Universitas Mercu Buana. Hal ini tampak dari adanya berbagai keluhan terhadap kinerja Universitas yang diterima melalui Biro Humas UMB, dan yang menjadi sumber ketidakpuasan antara lain dosen (23,837%), pelayanan administrasi (18,604%), fasilitas (41,86%), dan lainnya (15,698%).

Kepuasan belajar mahasiswa secara tidak langsung akan meningkatkan kredibilitas Universitas, sedang ketidakpuasan mahasiswa akan menghancurkan kredibilitas Universitas. Di samping itu kepuasan mahasiswa akan meningkatkan motivasi belajar sehingga akan dapat meningkatkan prestasi belajarnya.

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran :

1. Bagaimana kepuasan belajar mahasiswa di Universitas Mercu Buana Jakarta ditinjau dari faktor administrasi, dosen, dan fasilitas
2. Faktor-faktor apa saja yang memberikan kepuasan belajar mahasiswa.
3. Faktor-faktor apa saja yang menjadi sumber ketidakpuasan belajar mahasiswa, sehingga menjadi prioritas usaha perbaikan.

LANDASAN TEORI

1. Kepuasan belajar

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu

produk atau jasa dan harapan-harapannya (Kotler, 2009:57). Sehingga kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, berarti seseorang itu tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, seseorang akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, seseorang amat puas atau senang. Kepuasan atau kesenangan yang tinggi akan menciptakan kelekatan emosional, bukan hanya preferensi rasional, sehingga menghasilkan kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Perkuliahan atau proses pembelajaran merupakan kegiatan pokok diperguruan tinggi. Proses ini akan menentukan kualitas lulusannya. Dalam proses pembelajaran inilah mahasiswa berinteraksi aktif dengan dosen dan memberikan penilaiannya mengenai dosen yang bersangkutan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi siswa terhadap guru berkorelasi positif dengan sikapnya terhadap guru dan mata pelajaran yang diajarkan. Karena itu dosen perlu meningkatkan citra dirinya di hadapan mahasiswanya. Menurut Alma (2003), criteria dosen yang baik menurut pandangan mahasiswa adalah : (1) menguasai ilmu (materi kuliah), (2) menguasai metode pembelajaran, (3) mampu mengendalikan emosi, (4) disiplin, dan (5) jika berhalangan hadir sedapat mungkin harus menginformasikan beberapa hari sebelumnya, sehingga mahasiswa tidak perlu datang ke kampus dan menyia-nyiakan waktu.

Pelayanan administrasi mempunyai peran sangat penting dalam pengelolaan perguruan tinggi. Pelayanan administrasi khususnya kepada mahasiswa merupakan salah faktor sumber kepuasan mahasiswa. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap penilaian dan harapan mahasiswa. Kesigapan para staff (petugas) administrasi, ketulusan dalam melayani dan membantu, kesiapan menerima keluhan mahasiswa, dan sikap serta perilaku dalam memberikan pelayanan, merupakan cerminan dari kualitas administrasi perguruan tinggi itu. Faktor sumber kepuasan mahasiswa yang lain adalah ketersediaan fasilitas (sarana dan prasarana) yang memadai, seperti ruang kuliah dan perpustakaan yang lengkap dan nyaman, jaringan internet, foto copy, cafetaria, dan lain-lain.

2. Karakteristik Kepuasan dalam Industri Jasa Pendidikan

Pelanggan adalah seseorang atau sekelompok orang yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan baik produksi ataupun jasa. Kata pelanggan tidak hanya berarti pembeli, melainkan lebih luas. Kata pelanggan mempunyai pengertian pembeli (dalam konsep jual-beli), peserta didik dan orangtua (dalam bidang pendidikan), penumpang

(dalam pelayanan angkutan), penonton (dalam jasa hiburan), wisatawan (dalam layanan jasa perjalanan atau pariwisata). Dalam era global yang penuh persaingan kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu untuk merebut keunggulan dalam bersaing. Jika dihasilkan barang dan jasa yang tidak bermutu maka pelanggan akan lari, jika dihasilkan barang dan jasa yang harganya mahal, maka pelanggan akan berpindah pada penyedia barang atau jasa yang lebih murah namun dengan mutu yang sama. Jika dihasilkan barang atau jasa yang tidak diinginkan pelanggan, maka perusahaan akan bangkrut. Pelanggan menuntut imbalan yang minimalnya sesuai dengan pengorbanan yang diberikan. Setiap pelanggan memiliki harapan tertentu dari setiap pengorbanannya. Istilah lain yang mempunyai makna hampir sama pelanggan adalah konsumen, yaitu seseorang atau sekelompok orang yang memanfaatkan hasil dari suatu badan, perusahaan, institusi atau sering disebut sebagai orang yang mau membelanjakan uangnya untuk membeli sesuatu yang ditawarkan oleh suatu badan. Dengan demikian mahasiswa (pelanggan) sebagai orang yang mengambil manfaat dari jasa yang diberikan lembaga pendidikan dapat dikategorikan sebagai konsumen lembaga pendidikan. Menurut Kottler (2009) jasa memiliki empat karakteristik utama ketika diberikan kepada konsumen, yaitu : (1) *intangibility* (tak berwujud), artinya bahwa suatu jasa itu bersifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan, tidak dapat dilihat, didengar atau dinikmati oleh konsumen, (2) *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya bahwa jasa pada umumnya dikonsumsi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dengan demikian orang ini akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut, dan hal ini tidak berlaku bagi barang fisik yang diproduksi, ditempatkan pada persediaan, dan didistribusikan ke berbagai pengecer dan akhirnya dikonsumsi (3) *variability* (bervariasi), artinya bahwa jasa senantiasa mengalami perubahan, karena jasa tergantung pada siapa yang menyajikan dan dimana jasa tersebut diberikan, (4) *perishability* (tidak tahan lama) daya tahan suatu jasa tergantung pada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Kepuasan konsumen dalam bisnis pelayanan jasa dapat diukur dari kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan tentang pelayanan yang diterima (Zeithaml dalam Supranto, 2002). Harapan pelanggan mempunyai dua pengertian. Pertama, apa yang pelanggan yakini akan terjadi pada saat layanan disampaikan. Ke dua, apa yang diinginkan pelanggan untuk terjadi (harapan).

Penilaian adalah apa yang dilihat atau dialami setelah memasuki lingkungan yang diharapkan memberi sesuatu kepadanya. Secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan (*percieved performance*).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh dua variabel kognitif yaitu harapan sebelum membeli (*prepurchase expectation*), yaitu keyakinan tentang kinerja yang diantisipasi dari suatu produk jasa dan *disconfirmation* yaitu perbedaan persepsi antara prapembelian dan purnapembelian (*post purchase prescription*). Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pendapat yang hampir sama dikemukakan oleh Kottler (dalam Supranto, 2002) bahwa kepuasan pelanggan adalah kepuasan atau kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang ada.

Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan jasa adalah memberi jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan (mahasiswa). Harapan pelanggan (mahasiswa) dibentuk dengan segala persepsi, pengalaman masa lampau dan informasi. Pelanggan (mahasiswa) memilih penyedia jasa berdasarkan kualitas dan kepuasan yang dijanjikan, dan setelah menerima jasa itu, kemudian jasa itu dibandingkan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan (mahasiswa) tidak akan puas. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, maka akan terjadi kepuasan. Kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain kualitas dosen, mutu pelayanan administrasi, dan ketersediaan fasilitas. Berry dan Parasuraman (dalam Supranto, 2002:47) juga mengemukakan lima faktor dominan penentu mutu layanan jasa, yang pada akhirnya menjadi penentu tingkat kepuasan, yaitu : (1) *reliability* (keandalan) ; kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, (2) *responsiveness* (keresponsifan) ; kemauan untuk membantu pelanggan atau mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat, (3) *confidence* (keyakinan); pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, (4) *emphaty* (empati); syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan, dan (5) *tangible* (berwujud) :

penampilan fasilitas fisik, peralatan karyawan dan media komunikasi.

Kelima faktor tersebut jika diterapkan pada perguruan tinggi adalah sebagai berikut : (1) *reliability* (keandalan) adalah kemampuan universitas untuk memberikan jasa sesuai yang dijanjikan, tepat, terpercaya, dan konsisten, (2) *responsiveness* (keresponsifan) yaitu kemauan universitas/fakultas untuk membantu mahasiswa dan memberikan jasa dengan cepat, dan bermakna, serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan mahasiswa, misalnya penyediaan sarana-prasarana, (3) *assurance* (kepastian) yaitu kemampuan universitas/fakultas untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada mahasiswa, (4) *emphaty* (empati) yaitu kepedulian universitas/fakultas memberi perhatian secara pribadi. Jika mahasiswa mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus, (5) *tangible* (berwujud) yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai media komunikasi. Misalnya gedung, penataan ruangan, kebersihan, dan peralatan fisik lainnya.

Diagram di bawah ini menunjukkan bagaimana penilaian mahasiswa terhadap lima faktor tersebut di atas mengenai seberapa besar kepentingan mahasiswa pada pelayanan yang diberikan oleh universitas dan seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa setelah memakai jasa pelayanan universitas.



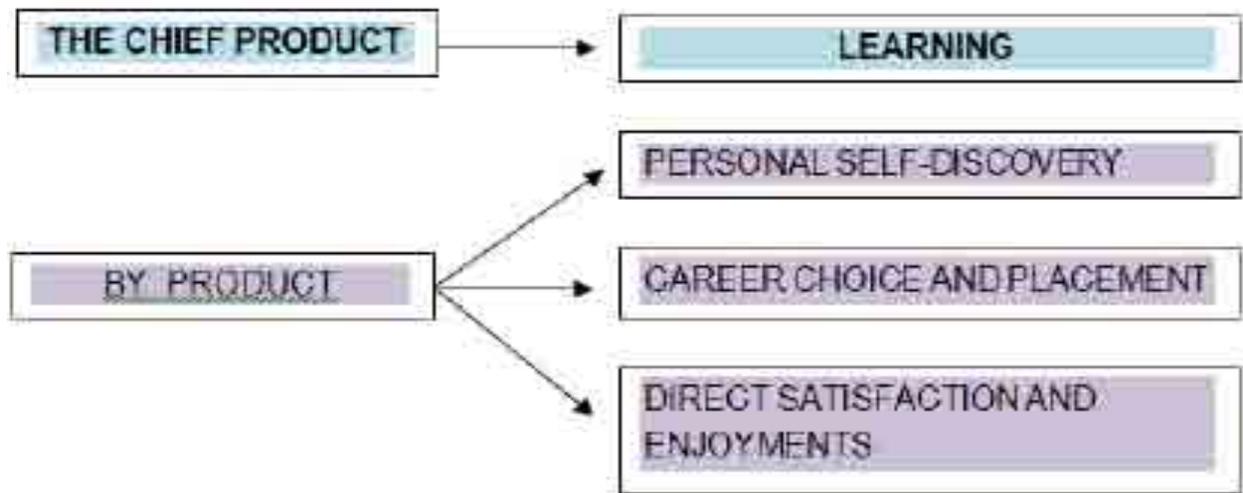
Gambar 1 : Bagan Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa

Perguruan Tinggi

Ada tiga macam produk perguruan tinggi, yaitu : instruction, research, and public services (Mohanan dan Hengst dalam Alma,2003) Ke tiga macam produk tersebut dikenal dengan sebutan tri dharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Namun Bowen (dalam Alma, 2003) menyatakan bahwa produk utama (*chief product*) perguruan tinggi adalah learning (belajar) dan produk sampingannya berupa : *personal discovery, career choice and placement*, serta *direct satisfaction and anjoyments*.

Mahasiswa tentu mempunyai banyak harapan seperti pada bagan 2 di atas, yaitu kematangan pribadi dengan tambahan pengalaman berinteraksi di kampus, adanya kesempatan kerja, pengembangan karier dan adanya kepuasan, kesenangan dan kebanggaan sebagai mahasiswa di sebuah perguruan tinggi.

Jika industri yang memproduksi barang mempunyai kebebasan menghasilkan barang secara masal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sedangkan industri jasa seperti perguruan tinggi, mempunyai beban tertentu yaitu harus menyesuaikan diri dengan pola-pola kebudayaan masyarakat/keuntungan ekonomis bagi pribadi mahasiswa, dan keuntungan lain bagi masyarakat. Perguruan tinggi sebagai industri jasa di samping harus dapat memberikan kepuasan yang maksimal juga mempunyai beban tanggung jawab menghasilkan lulusan yang berkualitas.



Gambar 2 : Produk Jasa Perguruan Tinggi

Dalam lembaga pendidikan tinggi, staff administrasi, dosen, dan fasilitas, sering kali tak disadari bahwa semua itu dapat merupakan “*trade mark*” bagi lembaga pendidikan itu. Lancar atau tidaknya, ramah atau kasarnya pelayanan, senyum atau cemberutnya staff administrasi/dosen dalam melayani mahasiswa/masyarakat akan sangat berkesan bagi yang menerima pelayanan. Seperti dikatakan oleh Litten (dalam Alma, 2003:45) bahwa :

“Marketers will have to develop a healthy understanding of respect for higher education. At the same time, institutional personnel must understand marketing. Without such behavior a worthy contribution to our institutional and systemic well-being could fall far short of its positive potensial by suffering a premature backlash rejection”.

Semua personel lembaga pendidikan perlu memahami misi dan tujuan memuaskan pelanggan. Jadi semua kegiatan dilakukan terarah pada tujuan yang sama, sehingga mampu memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan lembaga. Semua sumber daya yang ada diarahkan untuk memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan, sehingga tidak ada sumber yang terbuang sia-sia. Semua sumber didayagunakan oleh lembaga (perguruan tinggi) untuk menghasilkan produk dalam bentuk pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kuantitatif guna mengungkap fakta dan menginterpretasikan serta berusaha meng gambarkannya secara sistematis dan akurat

mengenai kepuasan belajar mahasiswa.

1. Operasionalisasi Variabel

Kepuasan belajar adalah rasio antara harapan dan kinerja menurut penilaian mahasiswa tentang aspek pendukung kegiatan belajar ditinjau dari segi *administrasi, dosen, dan fasilitas*. Kepuasan belajar ini dikenali melalui aspek *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta. Penentuan subjek penelitian dilakukan secara incidental sampling dengan memperhatikan latar belakang fakultasnya. Sehingga masing-masing fakultas terwakili dan diperoleh sample seperti tabel 1.

3. Alat Pengumpul Data

Untuk mengungkap kepuasan belajar mahasiswa akan digunakan skala kepuasan belajar. Skala ini mengukur penilaian mengenai harapan dan kinerja tiga segi, yaitu administrasi, dosen, dan fasilitas, dan masing-masing terdiri dari lima aspek, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Penskalaan pada skala ini berorientasi pada subjek atau lebih dikenal dengan nama skala Likert, dengan format respon pada dimensi harapan : SP (sangat penting), P (penting), TT (tidak tahu), TP (tidak penting), ST (sangat tidak penting). Format respon pada dimensi kinerja : SM (sangat memuaskan), M (memuaskan), RR (ragu-ragu), TM (tidak memuaskan), ST (sangat tidak memuaskan). Skala kepuasan belajar ini menggunakan format seperti pada tabel 2.

Tabel 1 : Komposisi Jumlah Subjek Penelitian

FAKULTAS	KELAS		JUMLAH
	REGULER	PKK	
FTPD	27	25	52
FT	29	20	49
FIKOM	27	27	54
FEB	40	38	78
FASILKOM	24	22	46
FPSI	50	50	100
JUMLAH	197	182	379

4. Analisis Data

Tingkat kepuasan mahasiswa adalah perbandingan antara skor kepentingan (harapan) mahasiswa dan skor kinerja universitas. Secara matematik dapat dinotasikan :

$$Tk = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tk = Tingkat kepuasan belajar

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan (harapan) mahasiswa

dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 5

e.Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepuasan belajar mahasiswa FEB dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 6

f.Fakultas Ilmu Komunikasi

Kepuasan belajar mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 7

g.Fakultas Psikologi

Kepuasan belajar mahasiswa Fakultas Psikologi dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 8.

Tabel 2 : Format Skala Kepuasan Belajar

No	PERNYATAAN	HARAPAN			KINERJA							
		ST	TP	TT	P	SP	ST	TM	RR	M	SM	

Dari hasil analisis data yang terkumpul dari 379 responden diperoleh gambaran kepuasan belajar mahasiswa ditinjau dari segi dosen, administrasi, dan fasilitas adalah sebagai berikut :

a.Tingkat Universitas :

Secara umum mahasiswa UMB merasa puas atas pelayanan dosen, administrasi, dan kelengkapan fasilitas. Tingkat kepuasannya adalah 75,26%.

Kepuasan mahasiswa kelas reguler dan kelas karyawan masing-masing adalah 74,76 % dan 75,79%.

b.Fakultas Teknik Perencanaan dan Desain

Kepuasan belajar mahasiswa FTPD dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 3

c.Fakultas Teknik

Kepuasan belajar mahasiswa FT dilihat dari segi dosen, administrasi dan ketersediaan fasilitas adalah seperti tabel 4

d.Fakultas Ilmu Komputer

Kepuasan belajar mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer dilihat dari segi dosen, administrasi

Tabel 3 : Kepuasan mahasiswa FTPD terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	77.69	74.532	76.051
2	Adminstrasi / Karyawan	75.436	65.227	70.444
3	Fasilitas	79.606	76.600	75.191
4	Total	79.567	71.733	75.762

Tabel 4 : Kepuasan mahasiswa FT terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	71.118	78.383	74.133
2	Adminstrasi / Karyawan	67.042	69.192	67.917
3	Fasilitas	70.083	70.758	70.334
4	Total	69.166	72.768	70.344

Tabel 5 : Kepuasan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	80.501	80.666	80.526
2	Adminstrasi / Karyawan	80.374	73.668	77.185
3	Fasilitas	79.438	71.134	75.97
4	Total	80.097	75.844	77.280

Tabel 6 : Kepuasan mahasiswa FEB terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	83.139	73.945	78.630
2	Adminstrasi / Karyawan	74.541	77.441	75.707
3	Fasilitas	79.405	77.160	78.287
4	Total	78.421	76.058	76.998

Tabel 7 : Kepuasan mahasiswa FIKOM terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	68.421	80.632	74.22
2	Adminstrasi / Karyawan	67.662	70.936	69.295
3	Fasilitas	65.85	70.917	68.383
4	Total	67.502	74.035	70.844

Tabel 8 : Kepuasan mahasiswa Fakultas Psikologi terhadap Dosen, Administrasi, dan Ketersediaan Fasilitas.

No	Aspek	Kepuasan (dlm %)		
		Reguler	PKK	Total
1	Dosen	77.64	78.573	78.014
2	Adminstrasi / Karyawan	72.134	85.56	78.621
3	Fasilitas	70.95	77.699	74.046
4	Total	73.741	80.814	77.276

5. Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan belajar mahasiswa UMB secara umum sebesar 75,26%, yang dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh UMB. Rata-rata kepuasan terhadap dosen 76.540 %, rata-rata kepuasan terhadap ketersediaan fasilitas 73.650%, dan rata-rata kepuasan terhadap pelayanan administrasi 74,037 %.

Dengan menggunakan diagram Kartesius dapat ditentukan urutan prioritas factor-faktor untuk meningkatkan kepuasan belajar mahasiswa, dan hasilnya adalah seperti pada gambar 3.

a. Kuadran A

Kuadran A adalah kuadran pertahankan

prestasi. Di kuadran ini tingkat kepentingan mahasiswa tentang factor-faktor kepuasan sangat tinggi dan tingkat pelaksanaan yang dirasakan oleh mahasiswa sudah baik., karena itu perlu dipertahankan oleh pihak universitas (fakultas). Yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Penguasaan ilmu dan materi yg diajarkan
2. Performance di depan kelas
3. Penguasaan materi dengan baik
4. Kesiadaan membantu mahasiswa yang belum memahami materi kuliah
5. Tanggap dlm menjawab bantuan yang dibutuhkan
6. Kemudahan dlm pelayanan
7. Kenyaman di ruang perpustakaan
8. Kenyaman ruang kuliah

b. Kuadran B

Kuadran B adalah kuadran prioritas utama karena kepentingan mahasiswa sangat tinggi, namun pelaksanaan yang dirasakan oleh mahasiswa belum memuaskan. Karena itu pihak universitas (fakultas) perlu memberi perhatian yang lebih terhadap factor-faktor yang ada pada kuadran ini karena sangat mempengaruhi ketidakpuasan mahasiswa. Yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Memberitahukan ketidakhadiran
2. Pengulangan materi scr singkat pada akhir kuliah
3. Cepat tanggap thd keluhan.
4. Keramahan staff karyawan
5. Fasilitas ruang kuliah
6. Kelengkapan laboratorium
7. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas penunjang perkuliahan

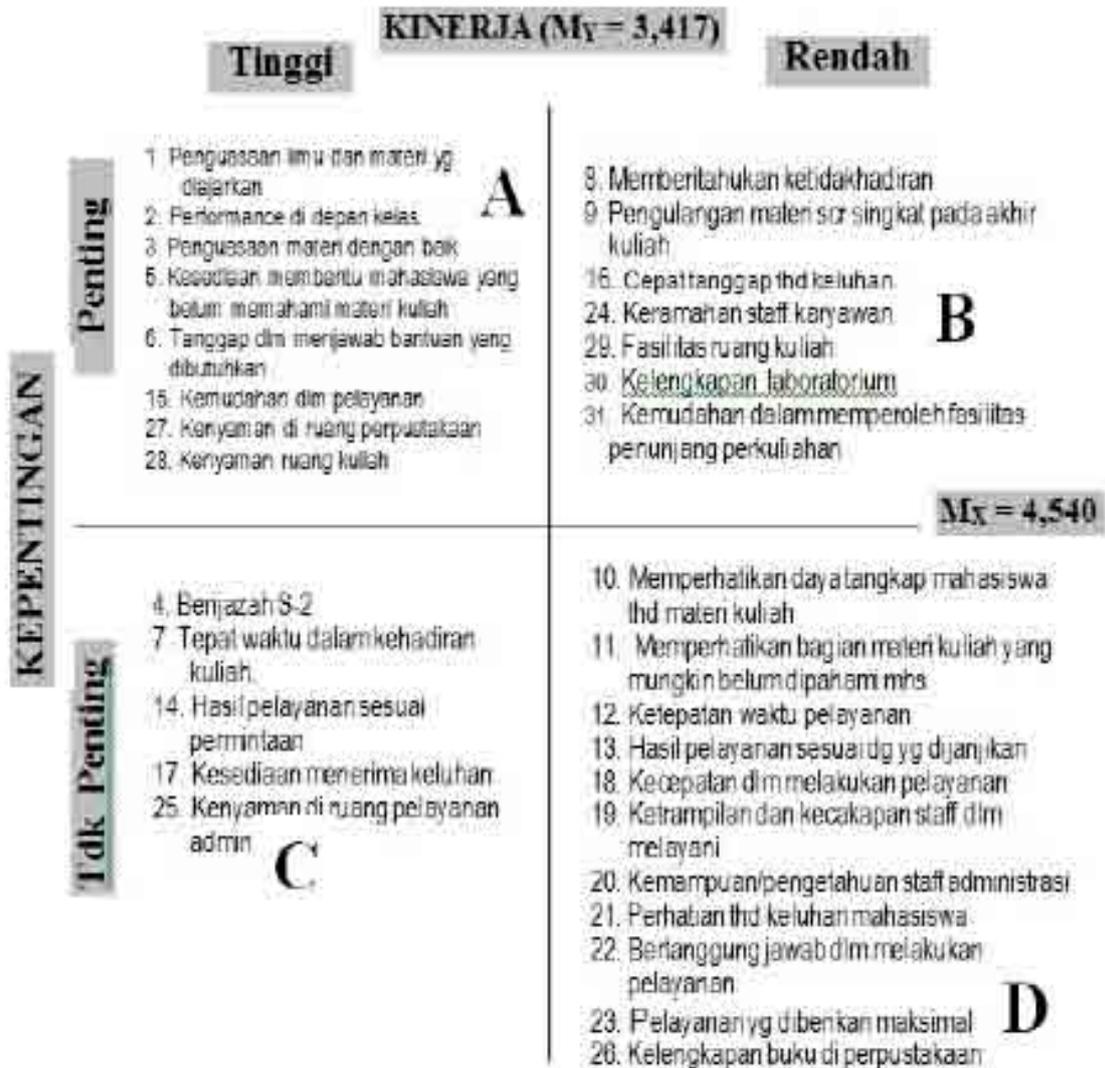
c. Kuadran C

Kuadran C adalah kuadran berlebihan, maksudnya bahwa kuadran ini memuat factor-faktor tingkat kepentingan mahasiswa yang rendah, namun pelaksanaannya oleh universitas (fakultas) dirasakannya lebih dari cukup. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Berijazah S-2.
2. Tepat waktu dalam kehadiran kuliah.
3. Hasil pelayanan sesuai permintaan.
4. Kesiadaan menerima keluhan.
5. Kenyaman di ruang pelayanan administrasi.

d. Kuadran D

Kuadran D disebut juga kudran prioritas



Gambar 3: Diagram Kartesius

rendah. Kuadran ini mencakup factor-faktor yang memuat tingkat kepentingan mahasiswa yang rendah, namun pelaksanaannya oleh universitas (fakultas) juga rendah. Kuadran ini kurang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

1. Memperhatikan daya tangkap mahasiswa thd materi kuliah.
2. Memperhatikan bagian materi kuliah yang mungkin belum dipahami mahasiswa.
3. Ketepatan waktu pelayanan.
4. Hasil pelayanan sesuai dg yg dijanjikan.
5. Kecepatan dlm melakukan pelayanan.
6. Ketrampilan dan kecakapan staff dlm melayani.
7. Kemampuan / pengetahuan staff administrasi

8. Perhatian thd keluhan mahasiswa
9. Bertanggung jawab dlm melakukan pelayanan
10. Pelayanan yg diberikan maksimal
11. Kelengkapan buku di perpustakaan

KESIMPULAN

Secara umum mahasiswa merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh UMB. Rata-rata kepuasannya mencapai sebesar 75,26%. Kepuasan terhadap dosen mencapai 76,540%, kepuasan terhadap pelayanan administrasi mencapai 74,037%, dan kepuasan terhadap ketersediaan fasilitas mencapai 73,650%.

Rata-rata kepuasan mahasiswa dari enam fakultas yang ada di Universitas Mercu Buana hampir tidak ada perbedaan. Yang terendah kepuasannya adalah mahasiswa Fakultas Teknik (70,344%) dan yang paling tinggi mahasiswa

Fakultas Ilmu Komputer (77,280%).

Pada kelas reguler rata-rata kepuasannya yang paling rendah adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi (67,502%) dan yang paling tinggi kepuasannya adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer (80,097%).

Pada kelas PKK rata-rata kepuasannya yang paling rendah adalah mahasiswa Fakultas Teknik Perencanaan dan Disain (71,733%) dan yang paling tinggi kepuasannya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi (80,814%).

Secara keseluruhan rata-rata kepuasan antara mahasiswa kelas reguler dan kelas PKK hampir tidak berbeda (74,761% untuk kelas reguler dan 75,789% untuk kelas PKK).

Di samping hasil-hasil tersebut, dari analisis data dan diagram kartesius, juga dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya adalah factor-faktor yang terdapat dalam kuadran A, yaitu :

a. Faktor Dosen :

1. Penguasaan ilmu dan materi yg diajarkan
2. Performance di depan kelas
3. Penguasaan materi dengan baik.
4. Kesiediaan membantu mahasiswa yang belum memahami materi kuliah
5. Tanggap dlm menjawab bantuan yang dibutuhkan

b. Faktor Administrasi :

Kemudahan dalam pelayanan

c. Faktor Fasilitas:

1. Kenyaman di ruang perpustakaan
2. Kenyaman ruang kuliah

2. Faktor yang perlu diprioritaskan pelaksanaannya adalah factor-faktor yang terdapat dalam kuadran B, yaitu :

a. Faktor Dosen :

1. Memberitahukan ketidakhadiran
2. Pengulangan materi secara singkat pada akhir kuliah
3. Cepat tanggap terhadap keluhan.

b. Faktor Administrasi :

Keramahan Staff karyawan

c. Faktor Fasilitas:

1. Fasilitas ruang kuliah
2. Kelengkapan laboratorium
3. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas penunjang perkuliahan

3. Faktor yang dilaksanakan dengan baik, namun dianggap kurang penting oleh mahasiswa, sehingga terkesan berlebihan, meliputi :

a. Faktor Dosen :

1. Berijazah S-2
2. Tepat waktu dalam kehadiran kuliah.

b. Faktor Karyawan/Administrasi, meliputi :

1. Hasil pelayanan sesuai permintaan
2. Kesiediaan menerima keluhan

c. Faktor Fasilitas, terdiri dari :

Kenyaman di ruang pelayanan administrasi

4. Faktor yang dinilai kurang penting oleh mahasiswa dan belum dilaksanakan dengan baik oleh universitas adalah :

a. Faktor Dosen :

1. Memperhatikan daya tangkap mahasiswa thd materi kuliah
2. Memperhatikan bagian materi kuliah yang mungkin belum dipahami mahasiswa

b. Faktor Administrasi :

1. Ketepatan waktu pelayanan
2. Hasil pelayanan sesuai dg yg dijanjikan
3. Kecepatan dlm melakukan pelayanan
4. Ketrampilan dan kecakapan staff dlm melayani
5. Kemampuan / pengetahuan staff administrasi
6. Perhatian thd keluhan mahasiswa
7. Bertanggung jawab dlm melakukan pelayanan
8. Pelayanan yg diberikan maksimal

c. Faktor Fasilitas

Kelengkapan buku di perpustakaan

1. Diskusi

Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir memang masih ada banyak keluhan mahasiswa terkait dengan pelayanan universitas/fakultas. Namun jika dicermati jumlah keluhan tersebut secara kuantitas semakin menurun, bahkan keluhan pada tahun akademik 2010-2011 yang mencapai 83 keluhan, pada tahun akademik 2011-2012 menurun menjadi 24 keluhan. Ini mengindikasikan bahwa ada peningkatan pelayanan yang dilaksanakan oleh UMB sehingga kepuasan mahasiswa juga meningkat. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa merasa puas terhadap kinerja/pelayanan universitas/fakultas. Bahkan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Kelas Reguler dan mahasiswa Fakultas Psikologi Kelas Karyawan merasa sangat puas.

Rata-rata kepuasan yang paling rendah dirasakan oleh mahasiswa Kelas Reguler Fakultas Ilmu Komunikasi. Jika dikaitkan dengan keluhan/komplain yang diterima melalui Biro Humas UMB, jumlah keluhan paling banyak dilakukan

oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, tampaknya hasil ini benar menunjukkan bahwa jumlah keluhan berbanding terbalik dengan tingkat kepuasan mahasiswa.

2. Keterbatasan Kajian

Penelitian ini hanya mendeskripsikan dan belum dapat membandingkan tingkat kepuasan mahasiswa antar fakultas maupun antara mahasiswa kelas reguler dan kelas karyawan yang ada di Universitas Mercu Buana Jakarta. Di samping itu penentuan subjeknya yang dilakukan secara incidental sampling, sehingga generalisasinya sangat terbatas. Namun demikian, peneliti tetap memperhatikan karakteristik subjek yakni mahasiswa yang duduk di semester III ke atas.

3. Saran-saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Saran Teoritis :

Untuk peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti kepuasan belajar dapat mengkaitkannya dengan presensi kuliah dan diferensiasi prestasi belajar. Hal ini perlu untuk mengetahui hubungan antara kepuasan belajar dengan presensi dan prestasi belajar atau sebaliknya. Di samping itu agar generalisasinya lebih luas, disarankan dapat menggunakan probability sampling.

2. Saran Praktis :

Kepada semua pihak terutama pemangku kepentingan, yaitu para pimpinan, dosen, dan staf administrasi agar dapat lebih memperhatikan kebutuhan-kebutuhan mahasiswa. Terutama kebutuhan yang dianggap mempunyai nilai kepentingan tinggi, namun pelaksanaannya oleh pihak universitas masih rendah, yaitu factor-faktor yang terdapat di kuadran B dan kuadran D dalam diagram Kartesius, yaitu :

a. Faktor Dosen :

1. Memberitahukan ketidakhadiran
2. Pengulangan materi secara singkat pada akhir kuliah
3. Cepat tanggap terhadap keluhan.
4. Memperhatikan daya tangkap mahasiswa terhadap materi kuliah
5. Memperhatikan bagian materi kuliah yang belum dipahami mahasiswa

b. Faktor Administrasi :

1. Keramahan Staff karyawan
2. Ketepatan waktu pelayanan
3. Hasil pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan

4. Ketrampilan dan kecepatan staff dalam melayani
5. Kemampuan/pengetahuan staff administrasi
6. Perhatian terhadap keluhan mahasiswa
7. Bertanggung jawab dalam melakukan pelayanan
8. Memberikan pelayanan secara maksimal

c. Faktor Fasilitas:

1. Fasilitas ruang kuliah
2. Kelengkapan laboratorium
3. Kemudahan dalam memperoleh fasilitas penunjang perkuliahan
4. Kelengkapan buku di perpustakaan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2003, Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan, Bandung, Alfabeta
- Daldiyono, 2009, How to Be a Real and Successful Student, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Ebel, Robert, 1986, Essentials of Educational Measurement, New York, Prentice Hall
- Endar Sugianto, 1999, Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Phillip, 2009, Manajemen Pemasaran (Edisi 13), Jakarta, Erlangga
- Munandar, Ashar S., 2000, Psikologi Industri dan Organisasi, Jakarta, Universitas Indonesia
- Munawaroh, Siti, 2010, Hubungan antara Karakteristik Dosen dengan Kepuasan Mahasiswa dalam Proses Belajar Pembelajaran pada Program Studi Ekonomi Angkatan 2009 di STKIP PGRI Jombang : Skripsi, STKIP PGRI Jombang (tidak terbit)
- Nawawi, Hadari, 2001, Management Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif, Yogyakarta, Universitas Gajah Mada
- Supranto, J., 2002, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Jakarta, Rineka Cipta.
- The Liang Gie, 2000, Cara Belajar yang Baik bagi Mahasiswa, Yogyakarta, Universitas Gajah Mada

<http://elqorni.wordpress.com/2008/05/03konsumendankepuasannya/17;16/28Februari2010>

html17;03/24Februari2010

<http://punyalea.blogspot.com/2007/05/10/kepuasan-pelangan-sepenuhnya-total>.

[http://my.opera.com/winsolu/blog/2009/02/05/mengukur-tingkat-kepuasan-pelangan-bisnis-kita16;27,24 2 2010](http://my.opera.com/winsolu/blog/2009/02/05/mengukur-tingkat-kepuasan-pelangan-bisnis-kita16;27,24%202010).

-oOo-

IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN KEUANGAN DAN AKUNTANSI STUDI DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Dian Anita Nuswantara dan Sanaji
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
Email : diannusawantara@yahoo.com

ABSTRACT

In order to improve the service and financial management, Unesa as a Public Service Board must hold the principles of efficiency, transparency, and accountability. By the development of management information systems and information technology-based accounting and computer Unesa expected to improve the performance, particularly in the financial sector. However, the results of this study indicate that the development of information systems has not been able to provide optimal results for human factors both in terms of leadership and all parties involved in the system. Therefore, researchers suggest that the system development should be accompanied by adequate human resource development.

Keywords: *BLU financial management, information and computer technology, performance, human resource development*

ABSTRAK

Dalam rangka meningkatkan layanan dan pengelolaan keuangan, UNESA sebagai satu Badan Layanan Umum harus memegang prinsip efisiensi, transparansi, dan akuntabel. Pengembangan system informasi manajemen dan akuntansi berbasis teknologi informasi dan computer diharapkan dapat meningkatkan kinerja Unesa khususnya di bidang keuangan. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan sistem informasi ini belum dapat memberikan hasil yang optimal karena faktor manusia belum disentuh, baik dalam arti pimpinan maupun seluruh pihak yang terlibat dalam sistem. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar pengembangan system harus diiringi pembangunan sumberdaya manusia yang memadai.

Kata kunci: *Pengelolaan keuangan BLU, teknologi informasi dan computer, kinerja, pengembangan SDM*

PENDAHULUAN

Salah satu agenda reformasi keuangan negara adalah adanya pergeseran sistem penganggaran dari penganggaran tradisional menjadi penganggaran berbasis kinerja. Dengan basis kinerja ini, arah penggunaan dana pemerintah menjadi lebih jelas dari sekedar membiayai input dan proses menjadi berorientasi pada output. Penganggaran yang berorientasi pada output merupakan praktik yang dianut oleh pemerintahan modern di berbagai negara. Mewirauasakan pemerintah (*enterprising the government*) adalah paradigma yang memberi arah yang tepat bagi sektor keuangan publik untuk mendorong peningkatan pelayanan. Ketentuan tentang penganggaran tersebut telah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.

Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara

membuka koridor baru bagi penerapan basis kinerja di lingkungan pemerintah. Dengan Pasal 68 dan Pasal 69 Undang-Undang tersebut, instansi pemerintah yang tugas pokok dan fungsinya memberi pelayanan kepada masyarakat dapat menerapkan pola pengelolaan keuangan yang fleksibel dengan mengutamakan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas.

UNESA merupakan perguruan tinggi negeri bestatus BLU, sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor 50/KMK.05/2009 Tanggal 27 Februari 2009. BLU menurut PP 23 Tahun 2005 adalah instansi di lingkungan Pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktivitas. Terkait dengan status Unesa sebagai BLU, maka pengelolaan keuangannya haruslah efisien,

transparan, dan akuntabel. Hal ini dapat disimak dari komponen-komponen Pola Pengelolaan BLU (PPK-BLU) dalam PP Nomor 23 Tahun 2005, yang meliputi (1) Perencanaan dan Penganggaran, (2) Pelaksanaan Anggaran, (3) Pengelolaan Keuangan dan Barang, serta (4) Akuntansi, Pelaporan, dan Pertanggungjawaban.

Untuk mencapai tujuan pengelolaan keuangan BLU yang efisien, transparan dan akuntabel sebagaimana dimatikan dalam PP No 23/2005, Unesa menerapkan Sistem Informasi Manajemen Keuangan dan Akuntansi Unesa (SIMKANESA) yang berlaku sejak tahun anggaran 2011. Berdasarkan basis teknologinya, SIMKANESA adalah sistem informasi berbasis komputer dan jaringan intranet yang mengkoneksikan unit kerja selingkung Unesa. SIMKANESA terdiri dari 4 subsistem yaitu penganggaran, manajemen kas, manajemen aset, dan pelaporan keuangan. Keempat subsistem ini diharapkan dapat mengintegrasikan empat komponen dalam PPK-BLU.

SIMKANESA bertujuan memfasilitasi pengelolaan keuangan yang tertib, efisien, ekonomis, efektif, transparan, dan tepat waktu. Melalui pola pengelolaan keuangan yang demikian diharapkan dapat mengarahkan pencapaian tujuan Unesa sebagai BLU. Terkait dengan tujuan implementasi SIMKANESA, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui perubahan kinerja tata kelola keuangan Unesa sebelum dan sesudah implementasi SIMKANESA. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kinerja tata kelola keuangan Unesa sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai masukan dalam evaluasi kebijakan penerapan SIMKANESA khususnya dan sistem informasi manajemen berbasis teknologi informasi dan komunikasi pada umumnya dan masukan untuk perbaikan sistem informasi manajemen keuangan dan akuntansi guna mendukung tata kelola keuangan universitas.

KAJIAN PUSTAKA

Badan Layanan Umum

Menurut PP 23 Tahun 2005, Badan Layanan Umum (BLU) adalah instansi di lingkungan pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktivitas. BLU bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka

memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa dengan memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip ekonomi dan produktivitas, dan penerapan praktik bisnis yang sehat.

Dasar BLU adalah Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara membuka koridor baru bagi penerapan basis kinerja di lingkungan pemerintah. Pasal 68 dan Pasal 69 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004, menyatakan bahwa instansi pemerintah yang tugas pokok dan fungsinya memberi pelayanan kepada masyarakat dapat menerapkan pola pengelolaan keuangan yang fleksibel dengan mengutamakan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas.

Pola Pengelolaan Keuangan-BLU

Pola pengelolaan keuangan pada BLU merupakan pola pengelolaan keuangan yang memberikan *fleksibilitas* berupa keleluasaan untuk menerapkan praktik-praktik bisnis yang sehat untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memajukan kesejahteraan dan mencerdaskan kehidupan bangsa, sebagai pengecualian dari ketentuan pengelolaan keuangan negara pada umumnya. Komponen-komponen pengelolaan keuangan BLU untuk mewujudkan tata kelola keuangan yang transparan, akuntabel, efektif dan efisien.

Dalam sebuah Badan Layanan Umum pengelolaan organisasi berbasis kinerja hanya dapat dilakukan bila organisasi dilaksanakan atas dasar prinsip - prinsip Tata Kelola yang menjamin terselenggaranya praktek - praktek baik (*good practices*) antara lain transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kewajaran, kemandirian.

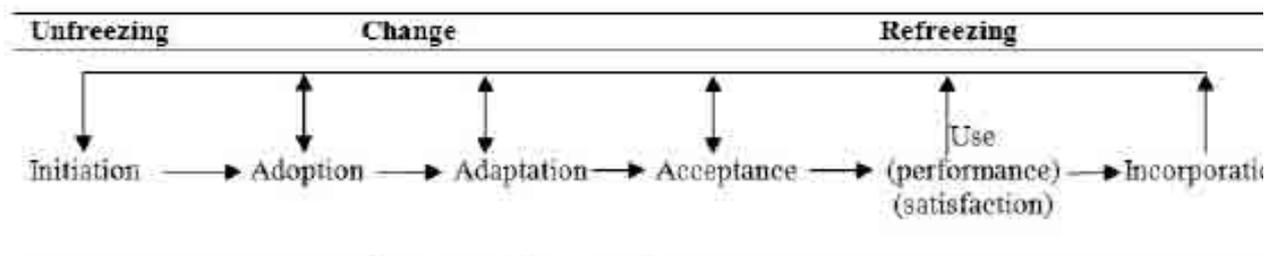
Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk Memfasilitasi Tata Kelola Universitas

Prof. Richardus Eko Indrajit (<http://materi.uniku.ac.id/oleh-oleh%20malang/Aptikom-Akademik-9-PerananIT.pdf>) mengutip penelitian APTIKOM dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, mengkategorikan bahwa pada dasarnya manfaat atau peranan TIK bagi perguruan tinggi dapat dibagi menjadi 2 (dua) kategori besar. Kategori pertama disebut sebagai "*core values*", yaitu terkait dengan manfaat yang diperoleh perguruan tinggi melalui implementasi TIK yang berkaitan langsung dengan proses pembelajaran - atau yang berkaitan langsung dengan Tri Dharma perguruan tinggi. Dalam konteks ini, pemangku kepentingan utama adalah peserta

didik (mahasiswa), pendidik (dosen), peneliti, dan pelayan/pengabdikan masyarakat. Sementara kategori kedua disebut sebagai “*supporting values*”, yaitu terkait dengan manfaat yang diperoleh perguruan tinggi melalui implementasi TIK yang berkaitan langsung dengan manajemen penyelenggaraan institusi pendidikan tinggi.

Proses Implementasi Teknologi Informasi

Pada konteks organisasional, Kwon dan Zmud (dalam Fichman, 1992), mengembangkan model implementasi teknologi informasi yang terdiri dari 6 tahap, yaitu: *initiation, adoption, adaptation, acceptance, routinization, dan infusion*, yang secara umum terbagi dalam 3 tahap *unfreezing, change, dan refreezing*. Gambar berikut mengilustrasikan tahap-tahap dalam implementasi teknologi



Gambar 2.1. *The IS implementation process*

informasi.

Sumber : Kwon & Zmud (1987, dalam Fichman, 1992)

Penjelasan dari gambar di atas adalah sebagai berikut:

1. Tahap *unfreezing*

Yaitu eksplorasi terhadap permasalahan-permasalahan atau tantangan organisasi yang dapat dipecahkan dengan implementasi inovasi.

2. Tahap perubahan (*change*)

Yaitu persiapan menggunakan inovasi sampai inovasi tersebut siap diimplementasikan. Tahap perubahan terdiri dari adopsi adalah pengambilan keputusan yang dilandasi pertimbangan rasional, ditandai komitmen menginvestasikan sumber daya untuk implementasi inovasi dan adaptasi.

3. Tahap *refreezing*

Ditandai mulai diimplementasikan sistem baru, dalam arti inovasi mulai diterapkan, meliputi penerimaan user, penggunaan aktual user, dan penggunaan secara menyeluruh dalam unit organisasi (*incorporation*) atau infusi.

a. *Acceptance* (penerimaan), ditandai oleh perubahan sikap user terhadap inovasi dan komitmen user untuk menggunakan

inovasi.

b. *Use* atau rutinisasi, yaitu inovasi baru digunakan secara rutin.

c. *Incorporation* atau infusi, yaitu sistem baru digunakan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, setelah dilakukan perbaikan-perbaikan, bilamana diperlukan.

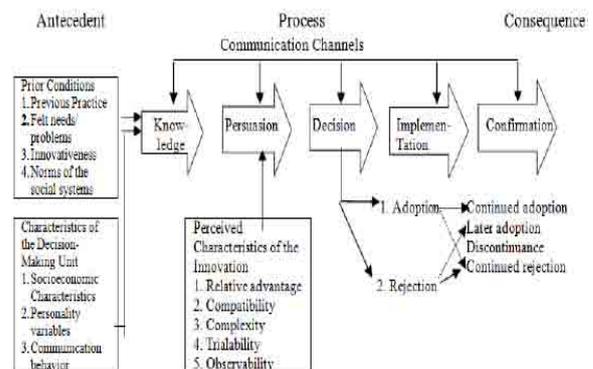
Dalam keseluruhan proses implementasi sistem baru ini tidak hanya melibatkan tanggung jawab manajer dari information service unit saja, tetapi lebih jauh merupakan tanggung jawab dari manajer yang membawahi user (McLeod, 2001:220).

MIS steering committee dan manajer harus memastikan bahwa para pelaksana perubahan sistem telah dididik melalui kegiatan training atau pelatihan yang cukup agar mereka memperoleh

kemampuan dalam melaksanakan prosedur kerja sesuai dengan tugas dan kewajibannya, sebelum proses cutover sistem dilakukan. Keberhasilan implementasi sistem informasi sangat bergantung pada tingginya penggunaan sistem informasi (Zwass, 1997:495).

Model Keputusan Adopsi Inovasi

Keputusan adopsi inovasi merupakan bentuk pengambilan keputusan yang khas, berbeda dengan situasi pengambilan keputusan lainnya. Rogers (1995) menyusun model proses keputusan adopsi inovasi dalam tiga komponen, yaitu anteseden, proses, dan konsekuensi, seperti tampak pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. A Model of Stages in the Innovation-Decision Process

Sumber: Everett M. Rogers, 1995, *Diffusion of Innovations*, 4th Edition, New York: The Free Press, p. 561.

Komponen pertama adalah anteseden, yaitu kondisi adopter sebelum mengadopsi dan karakteristik adopter sebagai pengambil keputusan, meliputi variabel-variabel yang ada pada situasi sebelum diperkenalkannya suatu inovasi. Anteseden terdiri dari: (a) karakteristik kepribadian seseorang, (b) ciri-ciri sosialnya, dan (c) kuatnya kebutuhan nyata terhadap inovasi.

Komponen kedua adalah proses. Proses merupakan tahap-tahap adopsi inovasi. Dari Gambar 2.2, tampak ada lima tahap adopsi, yaitu *knowledge, persuasion, decision, implementation, dan confirmation*.

Komponen ketiga adalah konsekuensi. Konsisten dengan paradigma perubahan sosial sebagai dasar teori difusi inovasi, Rogers (1995) mendefinisikan konsekuensi adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam suatu sistem sosial sebagai hasil dari pengadopsian atau penolakan inovasi. Rogers membagi konsekuensi adopsi inovasi menjadi tiga dimensi, yaitu: (1) konsekuensi fungsional dan disfungsional, berdasarkan tercapai tidaknya manfaat inovasi sesuai dengan harapan semula, (2) konsekuensi langsung dan tidak langsung, berdasarkan segera tidaknya perubahan-perubahan terjadi setelah penggunaan inovasi, dan (3) konsekuensi yang tampak (*manifest*) dan yang laten, berdasarkan terlihat tidaknya perubahan yang terjadi setelah penggunaan inovasi.

Konsekuensi Adopsi Inovasi bagi Organisasi

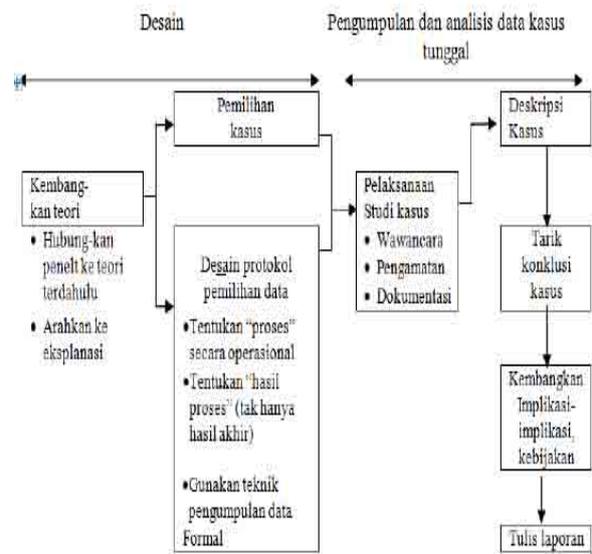
Model Rogers (Gambar 2.2), menyebutkan bahwa komponen ketiga dari proses adopsi inovasi adalah konsekuensi. Menurut Kast dan Rosenzweig (1990), semakin rumit dan dinamis teknologi akan memperpanjang struktur organisasi. Penggunaan teknologi baru berpengaruh terhadap interaksi antar anggota organisasi, kepuasan kerja, dan kinerja karyawan, yang dikategorikan sebagai perubahan psikososial dalam organisasi. Pencapaian misi penggunaan teknologi baru tersebut, mengandung makna sebagai peningkatan kinerja organisasi, yang hanya tercapai jika teknologi baru yang digunakan dapat menjalankan fungsinya sebagai mana mestinya. Pendapat Kast dan Rosenzweig ini mengindikasikan adanya konsekuensi fungsional dari penggunaan teknologi baru bagi organisasi, sebagaimana dikemukakan Rogers (1995).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Studi evaluasi implementasi SIMKANESA terhadap peningkatan kinerja Unesa ini dirancang dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat (Nazir, 1992:66). Ruang lingkup studi kasus dapat meliputi keseluruhan fase unit sosial atau fase tertentu saja dari unit sosial. Studi kasus sangat berguna untuk merumuskan hipotesis-hipotesis (Suryabrata, 1983), seperti yang akan dilakukan pada penelitian ini.

Studi kasus dapat didesain untuk kasus tunggal ataupun multi kasus. Yin (2004), membagi proses studi multi kasus menjadi desain, pengumpulan dan analisis data kasus tunggal, dan analisis lintas kasus, seperti pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Model Studi Kasus Implementasi SIMKANESA

Sumber: Robert K. Yin (2004)

Bagian desain meliputi kajian teoritis, pemilihan kasus, dan desain protokol. Bagian pengumpulan dan analisis data kasus tunggal, meliputi pelaksanaan studi kasus (pertama, kedua, ketiga dst) dan diakhiri dengan analisis kasus tunggal (*single case*). Studi kasus ini bersifat kasus tunggal, yaitu

Desain Studi Kasus

Studi kasus, menurut dijelaskan Yin (2004) meliputi 5 komponen, yaitu: penentuan pertanyaan (fokus penelitian), proposisi-proposisi, unit analisis, pengaitan logis data dengan proposisi, dan kriteria interpretasi temuan.

1. Penentuan Pertanyaan (Fokus)

Fokus studi kebijakan ini adalah mengevaluasi kinerja organisasi, terutama dalam kinerja tata kelola keuangan setelah implementasi SIMKANESA di Universitas Negeri Surabaya. Indikator kinerja tata kelola keuangan tersebut meliputi:

- a. Penyerapan anggaran: yaitu bagaimana tingkat penyerapan anggaran universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- b. Pencapaian target anggaran, yaitu bagaimana perbedaan pencapaian target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- c. Kesesuaian RBA dengan Renstra, yaitu menilai akuntabilitas, efektifitas, efisiensi dan transparansi anggaran sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA. Sesuai PP 23 Tahun 2005, bahwa RBA BLU harus dirancang sesuai dengan Renstra yang disusun.
- d. Kecepatan penyelesaian RBA, yaitu bagaimana perbedaan waktu penyelesaian RBA dan revisinya sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- e. Ketersediaan informasi keuangan, yaitu bagaimana kualitas ketersediaan informasi keuangan dalam kriteria: relevan, handal, lengkap, tepat waktu, dapat dipahami, dan dapat diverifikasi.
- f. Piutang, yaitu bagaimana perbedaan ketersediaan informasi piutang dan akurasi informasi piutang universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.
- g. Kualitas laporan keuangan, yaitu bagaimana perbedaan laporan keuangan yang dihasilkan dari sisi pengakuan, pengukuran, dan penyajian/ pelaporan sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.

2. Proposisi-proposisi penelitian

Proposisi berperan mengarahkan perhatian kepada fenomena-fenomena yang diselidiki. Studi kasus ini dilandasi asumsi umum bahwa implementasi teknologi informasi dan komunikasi akan mampu meningkatkan kinerja organisasi. Berdasarkan asumsi tersebut, maka proposisi penelitian adalah "**kinerja tata kelola keuangan Unesa semakin baik setelah implementasi SIMKANESA**".

3. Unit Analisis

Unit analisis (satuan kajian) secara umum berkaitan dengan penentuan tujuan dari permasalahan penelitian dan generalisasi yang diharapkan atas hasil penelitian (Yin, 2004). Pada

penelitian ini unit analisis adalah implementasi SIMKANESA di UNESA.

4. Pengaitan Logis antara Data dengan Proposisi

Yin (2004) menyarankan 3 strategi untuk mengaitkan logis (*logical chain*) antara data dengan proposisi, yaitu penjodohan pola (*pattern-matching*), membangun eksplanasi (*explanation-build*), dan runtut waktu (*time series*). Pada studi kasus ini, pengkaitan logis data dengan proposisi menggunakan pendekatan runtut waktu. Melalui pendekatan runtut waktu, maka dapat dilakukan komparasi kinerja tata kelola keuangan Unesa sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.

Kriteria untuk Menginterpretasi Temuan

Kriteria interpretasi temuan dilakukan dengan pendekatan eksplanasi. Pendekatan eksplanasi bertujuan untuk memberi penjelasan hasil komparasi sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat UNESA Alasan pemilihan ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengevaluasi penerapan SIMKANESA, sebagai produk kebijakan Unesa. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan pada Desember 2012.

Instrumen dan Metode Pengumpulan Data

Pada studi kasus ini, teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain dokumentasi, yaitu mengumpulkan data berupa dokumen, manual book SIMKANESA, laporan pertanggungjawaban rektor, LAKIP, laporan keuangan universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA, wawancara, dilakukan kepada bagian keuangan mengenai kinerja unesa setelah dan sebelum implementasi SIMKANESA. Yang termasuk dalam wawancara adalah diskusi kelompok terfokus (FGD) kepada jajaran pimpinan UNESA dan pimpinan unit kerja. Selain itu, observasi, dilakukan secara langsung dengan cara mengamati pengoperasian aplikasi SIMKANESA.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan analisis deskriptif-komparasi, yaitu membandingkan kinerja UNESA sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA untuk setiap aspek kinerja. Selanjutnya diberikan penjelasan logis adanya perbedaan kinerja tersebut secara kualitatif.

HASIL PENELITIAN

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) sebagai sistem untuk mempermudah sistem keuangan Universitas Negeri Surabaya (UNESA), perlu dinilai manfaatnya. Oleh karena itu, implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) dapat dinilai berdasarkan:

Tingkat penyerapan anggaran universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA

Penyerapan anggaran Universitas Negeri Surabaya (UNESA) sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA dapat dilihat dari beberapa hal diantaranya:

1. Tingkat kesesuaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategi

Sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) tingkat kesesuaian antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis sangat kecil sekali, hanya berkisar 40%. Hal ini dikarenakan banyaknya kegiatan yang ada di unit kerja menyulitkan pemetaan kegiatan ke dalam program, tujuan, maupun sasaran dalam Rencana Strategis karena pengolahan datanya yang masih manual. Pengolahan data yang masih manual terkadang membawa kesalahan-kesalahan dalam pemetaan kegiatan sehingga antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis kurang sesuai.

Adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMPEKANESA) diprediksi bahwa tingkat kesesuaian antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis lebih tinggi. Pada kenyataannya tujuan itu terlaksana, aplikasi Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMPEKANESA) membawa dampak dimana tingkat kesesuaian antara Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategis mencapai 90%. Tingkat kesesuaian yang meningkat dua kali lipat ini dikarenakan di dalam SIMPEKANESA sudah dimasukkan program, kegiatan, output, dan indikator kinerja yang akan dicapai universitas sehingga kegiatan unit kerja harus dicantolkan ke dalam program, kegiatan, output, dan indikator kinerja Universitas Negeri Surabaya (UNESA).

2. Kecepatan Penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA)

Penyerapan anggaran Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dapat dilihat dari kecepatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA). Rencana Belanja Anggaran (RBA) untuk tahun yang akan datang idealnya adalah terselesaikan sebelum tahun berjalan selesai, sehingga ketika tahun anggaran sudah berganti maka sudah ada dokumen yang dijadikan acuan untuk pelaksanaan program, kegiatan dan anggaran. Penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) diharapkan secepatnya diselesaikan. Namun, dalam kenyataannya sering terjadi keterlambatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA).

Keterlambatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) disebabkan pengolahan data atau penggabungan kegiatan yang ada pada Rencana Belanja Anggaran (RBA) unit kerja menjadi Rencana Belanja Anggaran (RBA) universitas dilakukan secara manual padahal kegiatan yang ada di unit kerja apabila digabungkan menjadi sekitar 2000-an kegiatan. Penggabungan secara manual ini kurang efektif dan efisien karena proses manual akan membutuhkan waktu yang cukup lama. Selain itu, ketelitian dalam proses manual juga cukup mempengaruhi. Apabila terjadi kesalahan dalam pengolahan data dan penggabungannya maka proses manual perlu diulang lagi dan hal itu akan membutuhkan waktu lagi sehingga tidak efisien waktu.

Adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) cukup mempengaruhi kecepatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA). Namun dalam kenyataannya hal ini masih sering terlambat dikarenakan waktu penyelesaian RBA di tingkat fakultas seringkali mengalami keterlambatan sehingga penggabungan RBA universitas terkendala. SIMPEKANESA hanya sebuah alat untuk memudahkan, namun sumber sata tetap berasal dari fakultas dan unit kerja. Di samping pihak, keterlambatan RBA tersebut menyebabkan proses review tidak bias dilaksanakan. Padahal tidak ada jaminan bahwa RBA fakultas akan selalu sejalan dengan renstra universitas, memadai dari sudut ekonomi dan efisiensi, rasionalitas dan tingkat kepentingan program serta kelayakan rencana pelaksanaan.

Oleh karena itu dapat disimpulkan adanya teknologi informasi ini hanya menjadi alat bantu, sedangkan ketepatan dan kecepatan RBA tetap dipengaruhi komitmen pimpinan baik di tingkat universitas maupun fakultas.

Perbedaan pencapaian target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA)

Target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan terjadi perbedaan antara sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA). Adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membuat RM tercapai. Namun, anggaran PNPB tidak mencapai 100% meskipun terjadi efisiensi dalam perencanaan dan belanja. Selain itu, adanya anggaran yang tidak disiplin. Hal itu terlihat dari adanya kegiatan yang tidak dianggarkan dan hanya ditambahkan tanpa adanya perencanaan. Kondisi itu lebih parah karena panjar tidak sesuai dengan realisasi.

Akuntabilitas, efektifitas, efisiensi dan transparansi anggaran sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMPEKANESA)

Sesuai PP 23 Tahun 2005, bahwa Rencana Belanja Anggaran (RBA) BLU harus dirancang sesuai dengan Rencana Strategi yang disusun. Sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akuntabilitas masih belum terlaksana. Proses validasi, konsistensi atau ketertiban pencatatan masih manual sehingga akuntabilitas kurang berjalan dengan baik. Namun, ternyata pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) juga belum dapat menciptakan akuntabilitas yang efektif, dimana penerapan pisah batas belum dapat terlaksana meskipun pelaporan ke KPPN semakin riil.

Efektivitas anggaran sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) masih menggunakan proses manual. Proses ini kurang efektif karena rentan menimbulkan kesalahan-kesalahan. Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) cukup mempengaruhi efektivitas anggaran karena ketelitian lebih dijamin dengan adanya sistem. Selain itu penganggaran juga menjadi semakin cepat. Penganggaran yang cepat membuat semakin efektif kegiatan yang dilakukan.

Efisiensi dalam proses penganggaran sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) atau masih dalam proses manual sangat kurang efisien. Proses

manual akan membutuhkan waktu yang cukup lama dan membutuhkan sumber daya yang lebih banyak. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akan menyebabkan proses penganggaran semakin cepat. Sistem akan membantu pembuatan anggaran dan mempercepat proses-proses yang ada di dalamnya, sehingga apabila waktu yang biasanya digunakan pada proses manual selama satu sampai dua bulan, melalui sistem dapat terselesaikan dalam seminggu.

Transparansi anggaran dibutuhkan untuk menilai ada atau tidaknya penyimpangan dalam anggaran tersebut. Sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) atau proses masih manual, transparansi anggaran masih sulit dilakukan karena tidak setiap orang (yang berkepentingan) dapat mengakses anggaran tersebut. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akses informasi anggaran semakin mudah. Pihak-pihak yang membutuhkan informasi cukup mengaksesnya melalui Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA).

Perbedaan waktu penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) dan revisinya sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA

Penyelesaian Rencana Anggaran Belanja (RBA) dan revisinya membutuhkan waktu yang cukup lama. Untuk mengakomodir revisi Rencana Anggaran Belanja (RBA), Universitas Negeri Surabaya (UNESA) memberikan kebijakan bahwa revisi Rencana Anggaran Belanja (RBA) dilakukan secara bertahap, yaitu setiap triwulan.

Penyelesaian Rencana Anggaran Belanja (RBA) dan revisinya sebelum dan setelah adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) tidak banyak berdampak bahkan frekuensi revisi semakin tinggi. Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membuat pertanggung jawaban keuangan harus sesuai dengan apa yang direncanakan di Rencana Anggaran Belanja (RBA). Beberapa hal yang menjadi penyebab seringnya unit kerja melakukan revisi Rencana Anggaran Belanja (RBA) adalah kesalahan penulisan MAK dikarenakan pemahaman penggunaan MAK yang kurang; perubahan kebijakan pimpinan unit kerja yang mengakibatkan perubahan kegiatan; perencanaan yang serampangan sehingga tidak mampu melaksanakan kegiatan; perencanaan yang

serampangan sehingga tidak mampu memrediksi kegiatan yang akan dilaksanakan.

Kualitas ketersediaan informasi keuangan dalam kriteria: relevan, handal, lengkap, tepat waktu, dapat dipahami, dan dapat diverifikasi

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) cukup mempengaruhi kualitas ketersediaan informasi. Informasi yang dihasilkan relevan dengan keputusan keuangan terkait penilaian realisasi-anggaran riil, kebijakan uang kuliah, kebijakan belanja, kebijakan keuangan lain sehingga informasi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Namun, informasi yang dihasilkan masih belum handal karena Laporan Keuangan belum terintegrasi dengan aplikasi lain: SIAKAD, SIMPEKANESA, SIMPEG, SIMAK BMN. Hal ini menyebabkan informasi yang dihasilkan terdapat kemungkinan memiliki angka yang berbeda antara satu sistem dengan lainnya.

Informasi yang dihasilkan dinilai cukup lengkap karena standar sistem memang dibuat mengikuti peraturan keuangan BLU. Pengembangan sistem di UNESA dibuat berdasarkan aturan yang ada sehingga telah mengakomodir kebutuhan atas laporan keuangan. Meskipun demikian masih terdapat system yang belum diimplementasikan dikarenakan kebijakan akuntansinya belum selesai dikembangkan yaitu system akuntansi asset. System ini telah dikembangkan namun masih menunggu penyempurnaan kebijakan akuntansi. Informasi memang dapat diakses secara cepat sehingga dapat digunakan sesuai tepat waktu. Namun, informasi yang dihasilkan masih dinilai kurang tepat waktu karena faktor ketidakdisiplinan dalam penatausahaan pertanggungjawaban kegiatan atau SPJ.

Informasi yang dihasilkan juga mudah dipahami oleh semua pihak yang berkepentingan karena informasi disajikan sesuai dengan standart yang telah dibakukan yaitu sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan. Selain itu, informasi yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan dan ditelusur kebenarannya dengan cara membandingkan data yang dihasilkan oleh system yang satu dengan yang lain.

Perbedaan laporan keuangan yang dihasilkan dari sisi pengakuan, pengukuran, dan penyajian/ pelaporan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA)

Kebijakan akuntansi belum disahkan

sehingga belum dapat menerapkan SAK secara penuh. Penerapan SAK yang belum secara penuh ini mengindikasikan bahwa laporan keuangan pada saat sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) belum memiliki perbedaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membawa dampak pada kegiatan dan keuangan yang ada di dalamnya. Pengalihan proses manual menuju penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) perlu dinilai pengaruhnya.

Tingkat penyerapan anggaran universitas sebelum dan setelah implementasi SIMKANESA dapat dilihat dari adanya Sistem Informasi Manajemen Perencanaan Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) tingkat kesesuaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) dengan Rencana Strategi semakin meningkat dan kecepatan penyelesaian Rencana Belanja Anggaran (RBA) juga semakin meningkat.

Perbedaan pencapaian target anggaran dalam jumlah dan waktu pelaksanaan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA). Adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) membuat RM tercapai, anggaran PNBPN tidak mencapai 100% meskipun terjadi efisiensi dalam perencanaan dan belanja karena adanya anggaran yang tidak disiplin. Kondisi itu lebih parah karena panjar tidak sesuai dengan realisasi.

Akuntabilitas, efektifitas, efisiensi dan transparansi anggaran sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMPEKANESA) sesuai PP 23 Tahun 2005, bahwa Rencana Belanja Anggaran (RBA) BLU harus dirancang sesuai dengan Rencana Strategi yang disusun. Sebelum adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akuntabilitas masih belum terlaksana. Setelah pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) juga belum dapat menciptakan akuntabilitas yang efektif.

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) cukup mempengaruhi efektivitas anggaran. Selain

itu, efisiensi dalam proses penggaran sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) atau masih dalam proses manual sangat kurang efisien. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akan menyebabkan proses penganggaran semakin cepat.

Sebelum penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) atau proses masih manual, transparansi anggaran masih sulit dilakukan. Namun adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) akses informasi anggaran semakin mudah.

Penyelesaian Rencana Anggaran Belanja (RBA) dan revisinya sebelum dan setelah adanya Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) tidak banyak berdampak bahkan frekuensi revisi semakin tinggi. Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran Unesa (SIMKANESA) membuat pertanggung jawaban keuangan harus sesuai dengan apa yang direncanakan di Rencana Anggaran Belanja (RBA).

Kualitas ketersediaan informasi keuangan dalam kriteria: relevan, handal, lengkap, tepat waktu, dapat dipahami, dan dapat diverifikasi. Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) cukup mempengaruhi kualitas ketersediaan informasi. Kualitas ketersediaan informasi yang dihasilkan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) cukup relevan, lengkap, dapat dipahami dan dapat diverifikasi, namun belum handal dan belum tepat waktu.

Perbedaan laporan keuangan yang dihasilkan dari sisi pengakuan, pengukuran, dan penyajian/pelaporan sebelum dan setelah implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) masih belum banyak perbedaan karena kebijakan akuntansi belum disahkan sehingga belum dapat menerapkan SAK secara penuh.

Saran

Implementasi Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) yang diharapkan mampu memperbaiki kualitas informasi dan kemudahan keuangan Universitas Negeri Surabaya. Namun, dalam penerapannya secara nyata penggunaan Sistem Informasi Manajemen Kegiatan dan Anggaran UNESA (SIMKANESA) kurang berjalan secara efektif.

Hal ini dimungkinkan adanya kurang pemahaman pemakai sistem tentang cara penggunaan dan prosedur sistem sehingga sistem yang seharusnya dapat mempermudah kurang bermanfaat secara optimal. Selain itu, proses manual yang secara tidak langsung mempermudah revisi mengakibatkan pengguna sistem kurang memperhatikan ketelitian dan kebenaran anggaran karena pengguna mungkin berpikir anggaran masih bisa direvisi. Hal ini kurang sesuai dengan standart sistem yang biasanya lebih baku. Oleh karena itu, penggunaan sistem untuk revisi cenderung kurang dapat mempermudah keuangan bahkan cenderung mempersulitnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Layanan Umum, http://www.wikiapbn.org/artikel/Badan_Layanan_Umum, diakses 15-12-2012.
- Davis, F. 1989, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, Volume 13, pp. 319-340.
- Davis, Keith dan John W. Newstrom, 2001, *Perilaku dalam Organisasi*. Jilid 1, Terjemahan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fichman, Robert G., 1992, "Information Technology Diffusion: A review of Empirical Research", *Proceedings of the 13th International Conference on IS*, Dallas, http://www2.bc.edu/~fichman/Fichman_1992_ICIS_IT_Diff_Review.pdf
- Frambach, Rudd T. and Niels Schillewaert, 1999, "Organizational Innovation Adoption: A Multi-Level Framework of Determinants and Opportunities for Future Research." *Working Papers, ISBM Report 29-1999*, The Pennsylvania State University, <http://www.smeal.psu.edu/isbm/database.html>
- Gibson, James L., John M. Ivancevich and James H. Donnelly, Jr. 1996. *Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*. Edisi Ketujuh. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indrajit, Richardus Eko, *Peranan Strategis T.I.K. Bagi Perguruan Tinggi*, <http://materi.uniku.ac.id/oleh-oleh%20malang/Aptikom-Akademik-9-PerananIT.pdf>

- Kast, Fremont E dan James F. Rosenzweig, 1990, Organisasi dan Manajemen, Edisi Keempat, Alih Bahasa: A. Hasymi Ali, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, 2003, Marketing Management. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- McLeod, Jr., Raymond and George Schell, 2001, Management Information System, Eighth Edition, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Nasution, S., 1996, Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif, Bandung: Tarsito
- Nazir, Moh., 1992, Metode Penelitian, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Prescott, M.B. and C. Van Slyke, 2001, "The Internet as an Innovation", Paper, University of South Florida, <http://www.hsb.baylor.edu/ramsower/ais.ac.96/papers/Prescott.htm>
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum
- Robbins, Stephen P., 2001, Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, dan Aplikasi. Jilid 1, Edisi Delapan, Edisi Bahasa Indonesia, Pearson Asia Education, Pte., Ltd., Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Rogers, Everett, 1995, Diffusion of Innovation, New York: The Free Press.
- Schillewaert, Niels, Michael J. Ahearne, Ruud T. Frambach, and Rudy K. Moenaert, 2001, "The Acceptance of Information Technology in the Sales Force", Working Paper, eBusiness Research Center, The Pennsylvania State University, <http://www.ebrc.psu.edu>.
- Shih, Chuan-Fong and Alladi Venkatesh, 2002, "Beyond Adoption: Development and Application of Use Diffusion (UD) Model to Study Household Use of Computers", Working Paper, Center for Research on Information Technology and Organizations (CRITO), University of California, <http://www.crito.uci.edu/noah>
- Siagian, Sondang P., 2000, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Bumi Aksara
- Smith, Bob, 1995, Process Reengineering: The Thoughest Challenge. Business Management. Februari 1995.
- Sugiono, 2011. Metode Penelitian Bisnis, Edisi Ketiga, Bandung: CV Alfabeta
- Vaughan, Paula J., 2005, System Implementation Success Factors; It's not just the Technology, University of Colorado at Boulder <http://spot.colorado.edu/~vaughan/SystemImplementationSuccessFactors.htm>
- West, Joel, 1999, "Organizational Decision for I.T. Standards Adoption: Antecedents and Consequences", Working Paper, Center for Research on Information Technology

-oOo-

PEDOMAN PENULISAN

ARTIKEL ILMIAH ILMU EKONOMI DAN SOSIAL

1. Artikel ilmiah merupakan artikel hasil penelitian atau hasil pemikiran tentang ilmu ekonomi dan sosial yang belum pernah diterbitkan dalam media lain.
2. Penulisan naskah menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris secara benar. Panjang naskah berkisar 20 halaman A4 (21 x 29,70 cm), termasuk gambar dan grafik, diketik 1.5 spasi dengan margin kiri dan atas 4 cm, kanan dan bawah 3 cm, font arial 11 dengan program window MS Word.

3. Sistematika penulisan disusun dengan urutan sebagai berikut:

Judul

Ditulis dengan singkat, padat, dan harus mencerminkan substansi. Disertai identitas penulis dan alamat instansi penulis.

Abstrak

Ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang berisi masalah, tujuan, metode, dan hasil penelitian, dan diikuti kata kunci.

Pendahuluan

Memuat latar belakang penelitian, pernyataan tentang masalah dan mengarahkan pembaca pada kajian pustaka yang relevan secara singkat.

Kajian Pustaka

Berisi teori-teori yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian yang dikemukakan pada pendahuluan, cantumkan pula kajian tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang terbaru, relevan, dan asli (*state of the art*).

Metode Penelitian

Uraikan metode secara terperinci (peubah/variabel, model yang digunakan, rancangan penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan cara penafsiran).

Hasil dan Pembahasan

Sajikan hasil penelitian sewajarnya secara bersistem. Jika data terlalu banyak, adakalanya Anda perlu selektif dalam menyajikannya.

Penutup

Berisi simpulan dan saran.

Daftar Pustaka

Penulisan menggunakan aturan umum yang berlaku yakni: nama pengarang (nama belakang plus inisial nama depan); tahun publikasi; judul makalah (atau buku); nama jurnal (jangan disingkat bila Anda tidak yakin akan sistem yang benar) atau nama penerbit; nomor terbitan (untuk jurnal); halaman pertama-halaman akhir artikel atau bagian (bab) buku yang dirujuk.

4. Artikel yang diterima redaksi dinilai layak tidaknya untuk dimuat berdasarkan penilaian dari penyunting pelaksana dan mitra bestari. Artikel yang tidak layak muat tidak dikembalikan. Artikel yang layak muat dengan revisi, maka akan dikembalikan kepada penulis beserta catatan dari penyunting pelaksana dan mitra bestari.



9 772301 926006