

JURNAL

AKUNTANSI & MANAJEMEN

PENGARUH POLITIK ORGANISASIONAL TERHADAP *JOB ENGAGEMENT* DAN *CREATIVE WORK INVOLVEMENT*: *VOICE BEHAVIOR* SEBAGAI MEDIATOR

Lucius Proja Moa

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI OJEK *ONLINE* (UBER MOTOR DI YOGYAKARTA)

Erwin Triawan

PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET* DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP *RETURN SAHAM* DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Rosalina Evelince Homer

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Asri Paramastri

PENGARUH KEAGRESIFAN *EVASION PAJAK* TERHADAP RISIKO PERUSAHAAN DENGAN KONEKSI POLITIK SEBAGAI VARIABEL MODERATOR

Ramdana Damarjati

PENGARUH KETIDAKPASTIAN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP SISTEM INFOMASI AKUNTANSI MANAJEMEN DENGAN *TOTAL QUALITY MANAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Uum Helmina Chaerunisak



Rp15.000,-

JURNAL AKUNTANSI & MANAJEMEN	VOL. 29	NO. 1	Hal 1-65	APRIL 2018	ISSN: 0853-1269
---------------------------------	---------	-------	----------	------------	-----------------

PENGARUH POLITIK ORGANISASIONAL TERHADAP JOB ENGAGEMENT DAN CREATIVE WORK INVOLVEMENT: VOICE BEHAVIOR SEBAGAI MEDIATOR

Lucius Proja Moa

E-mail: lucianproja@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of organizational politics on job engagement, creative work involvement, and voice behavior. The sample selection was done by convenience sampling technique. The sample in this study was taken from companies, offices, and hospitals with the number of respondents who participated as many as 209 people. This study uses questionnaire instrument as a method of data collection. The data collected are cross sectional data. Data analysis method used is quantitative and hypothesis testing using Structural Equation Model with Amos approach. The results proved that organizational politics had no effect on job engagement and creative work involvement. Organizational politics have a significant negative effect on voice behavior. Voice behavior has a significant positive effect on job engagement and creative work involvement. The study also explains that voice behavior mediates the influence of organizational politics with significant job engagement and creative work involvement.

Keywords: politic, voice, engagement, creativity, social exchange

JEL Classification: D72, L22

PENDAHULUAN

Politik organisasional umumnya diterima sebagai fenomena kehidupan organisasi yang selalu ada dan terus berlanjut. Politik organisasional hadir di berbagai jenis pekerjaan, dan di level karyawan manapun, mulai dari posisi manajemen puncak hingga karyawan lini, dan dapat mempengaruhi beragam perilaku organisasi (Swiderski, 2014). Politik adalah realitas kehidupan organisasi. Karyawan selalu bertindak berdasarkan persepsi mereka tentang realitas (Iqbal, 2016). Oleh karena itu, mengenali dan memahami dampak persepsi karyawan terhadap politik organisasional di tempat kerja sangat penting. Persepsi yang dimiliki individu tentang sifat politik lingkungan kerja mempengaruhi cara mereka melakukan pekerjaan. Persepsi terhadap politik di tempat kerja mempengaruhi bagaimana perasaan karyawan tentang organisasi, atasan, dan rekan kerja mereka.

Ferris, Russ *et al.*, (1989) mendefinisikan politik organisasioanal sebagai proses pengaruh sosial yang disengaja dimana perilaku dirancang secara strategis untuk memaksimalkan atau mencapai kepentingan pribadi jangka pendek atau jangka panjang. Politik organisasional adalah analisis *power* dalam aktivitas organisasi (Pfeffer, 1981). Hal ini dibuktikan ketika orang-orang diminta untuk menjelaskan politik dalam

organisasi, mereka biasanya menamai kegiatan melayani diri sendiri dan manipulatif yang secara khusus dianggap sebagai kesan negatif (Gandz, dan Murray, 1980).

Organisasi terbentuk dari individu dan kelompok dengan nilai, tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda. Fakta ini mengandung potensi timbulnya konflik untuk memperebutkan sumber daya, sehingga terjadinya tindakan politik. Contoh anggaran departemen, alokasi ruang, tanggungjawab program kegiatan, dan penyuaian gaji, penghargaan, dan lain-lain adalah sumber daya yang bisa diperebutkan dan diperjuangkan oleh anggota organisasi (Robbins, 2011).

Politik organisasional telah menjadi salah satu topik yang sangat menarik untuk dipelajari dalam bidang administrasi bisnis, manajemen, dan psikologi, karena adanya tantangan potensial yang dapat mempengaruhi efisiensi dan keefektifan organisasi. Menganalisis persepsi politik berguna untuk pemahaman lingkungan kerja yang lebih komprehensif. Seorang individu dalam situasi politik mungkin memiliki keyakinan bahwa kerja keras tidak akan dihargai secara konsisten karena organisasi dengan tingkat politik yang lebih tinggi tidak terlalu peduli dengan kebutuhan pribadi bawahannya. Sikap karyawan terhadap pekerjaan mereka, misalnya *job engagement*, tampaknya juga terkait dengan kehadiran politik yang dirasakan (Cropanzano *et al.*, 1997). Persepsi yang lebih rendah tentang politik organisasional menghasilkan *job engagement* yang lebih tinggi, dan timbal balik dari karyawan terhadap lingkungan kerja yang konsisten (Rosen *et al.*, 2006). Beberapa hasil penelitian yang memberikan bukti kuat tentang pengaruh negatif politik organisasional terhadap karyawan, lingkungan kerja, antara lain: *job related stress, intent to turnover, organizational commitment, job satisfaction, job ambiguity, psychological withdrawal* (dalam Innes, 2004).

Keterlibatan karyawan merupakan faktor penting bagi kesuksesan organisasi. Karyawan yang memiliki keterlibatan tinggi, memiliki energi yang tinggi, komitmen, *job ownership* dan kebanggaan terhadap organisasi, produktivitas, loyalitas, dan semangat kerja. *Job engagement* merupakan suatu keadaan karyawan yang terlibat langsung secara psikologis yang dapat menghubungkan antara pekerjaannya dan kesediaan dirinya secara *physically, cognitively, and emotionally* untuk aktif dalam pekerjaannya secara menyeluruh

(Khan, 1990). Harter *et al.*, (2002) dalam Brunetto *et al.*, (2012) menyatakan bahwa dalam sektor publik, keterlibatan merupakan hal yang penting untuk dikaji karena pengaruhnya terhadap kinerja pegawai yang berdampak terhadap kepuasan publik atas pelayanan yang diberikan.

Menurut May *et al.*, (2004) keterlibatan adalah hal penting bagi manajer mengingat adanya ketidakterlibatan yang merupakan sentral permasalahan karyawan berupa kurangnya komitmen dan motivasi. Oleh karena itu, dalam setiap organisasi, keterlibatan seseorang terhadap pekerjaan dan organisasinya menjadi penting, dengan mengetahui sejauh mana tingkat *job engagement* staf atau karyawan. *Job engagement* dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain politik organisasional, budaya organisasi, gaya kepemimpinan. Politik organisasional dapat mempengaruhi kondisi psikologis yang membuat karyawan tidak ter-*engaged*.

Kreativitas dianggap menjadi pendorong utama daya saing organisasi (Chamorro Premuzic dan Furnham, 2010), karena individu yang kreatif mengembangkan inovasi baru yang bermanfaat untuk organisasi. *Creative work involvement* sebagai keterlibatan karyawan dalam proses kreatif yang terkait dengan pekerjaan (Carmeli dan Schaubroeck, 2007). Oleh karena itu, *creative work involvement* merupakan jenis keterlibatan khusus yang secara langsung berkaitan dengan hasil kreatif, termasuk gagasan, produk, layanan, prosedur, atau proses baru (Woodman *et al.*, 1993) yang pada gilirannya mendukung kinerja kreatif organisasi (Volmer *et al.*, 2012).

Kreativitas menjadi bagian penting agar suatu organisasi mampu secara kreatif, inovatif mengembangkan organisasi. Dengan tingkat kreativitas yang baik, individu bekerja dengan maksimal karena ada suatu upaya yang dihasilkan oleh anggota organisasi untuk berkreasi dengan ide-ide. Politik organisasional bisa mempengaruhi kreativitas karyawan, jika politik yang tidak sesuai dengan tujuan organisasi dalam meningkatkan kesejahteraan semua anggota organisasi, tidak dapat mendukung pekerjaan yang dilakukan dari hari ke hari.

Politik organisasional tinggi mengurangi semangat kerja para karyawan dalam menghasilkan suatu output yang mendukung organisasi mencapai tujuannya. Karyawan di organisasi membutuhkan iklim kerja yang kondusif untuk mendukung perilaku kreatif,

dengan mengurangi perilaku politik organisasional. Kondisi lingkungan kerja yang mementingkan diri sendiri atau kelompok akan mengurangi semangat dan motivasi kerja karyawan.

Perilaku informal dan kebebasan berkomunikasi dari karyawan mengenai ide, saran, informasi mengenai permasalahan atau pendapat tentang isu yang ada di tempat kerja dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan performa organisasi atau membawa perubahan dikenal *voice behavior*. Dalam beberapa penelitian, perusahaan atau organisasi akan berjalan dengan lebih baik ketika para karyawan mau mengutarakan ide, informasi dan gagasan yang mereka miliki (Morrison, 2014; Van Dyne, Dishan, dan Jeffrey, 2008). Akan tetapi, meskipun *voice* memiliki manfaat bagi organisasi, *voice behavior* juga memiliki *two-cost oriented*, yaitu menantang dan memiliki risiko yang cukup potensial (Van Dyne dan LePine, 1998). Maksudnya, selain memberikan dampak positif bagi perusahaan, *voice behavior* juga dianggap menentang standar prosedur ketika orang lain atau target *voice* tidak setuju dengan masukan yang diberikan sehingga hal ini dapat merusak hubungan dalam pekerjaan. Ashford, Sutcliffe dan Christianson (2009), misalnya jika karyawan enggan mengungkapkan pendapat mereka di tempat kerja, maka akan berpotensi menyebabkan beberapa hasil merugikan bagi perusahaan atau organisasi, contoh terjadi ketidakadilan, korupsi, moral karyawan rendah, terbatasnya aktifitas, keterlibatan kerja yang kurang. Organisasi dengan sifat karyawan yang merefleksikan diri secara baik (*high self monitor* lebih sensitif terhadap berbagai hal yang terjadi di organisasi misalnya, tindakan politik yang dilakukan orang-orang dalam organisasi. Sedangkan individu dengan pusat kendali (*locus of control*) internal, lantaran menyakini bahwa mereka mampu mengendalikan lingkungannya, lebih bersikap proaktif dan berupaya memanipulasi situasi demi kepentingan mereka sendiri (Robbins, 2011).

Politik organisasional menjadi isu yang menarik dalam bidang manajemen berkaitan dengan Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perilaku Organisasi, sehingga penelitian ini penting untuk membahas persepsi politik organisasi dan pengaruhnya terhadap karyawan. Penelitian ini memperluas temuan sebelumnya mengusulkan perspektif yang berbeda dengan mendalami efek politik organisasional terhadap *job*

engagement, creative work involvement, dan voice behavior. Penelitian ini menggunakan teori *social exchange* di dalam organisasi, mengukur timbal balik antara anggota, atasan dan kelompok terlibat dalam perilaku politik (misalnya mempengaruhi individu lain dan berbagi kepetingan yang mengindikasikan ketidakefektifan hubungan kerja di organisasi), dengan memperebutkan sumberdaya yang terbatas di dalam organisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh politik organisasional terhadap *job engagement, creative work involvement, dan voice behavior*. Menganalisis pengaruh *voice behavior* terhadap *job engagement dan creative work involvement*. Selain itu, menganalisis apakah *voice behavior* dapat memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *job engagement dan creative work involvement*.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Blau (1964) bahwa hubungan kerja terbentuk melalui proses *social exchange* interpersonal di berbagai tingkat. Karyawan secara simultan terlibat dalam *social exchange* dengan teman sebayanya (mis. anggota kelompok), pemimpin, dan organisasi. *Social exchange* tersebut membentuk hubungan rekan kerja, hubungan pertukaran pemimpin-anggota dan hubungan dengan organisasi (misalnya, dukungan organisasi dan politik organisasional yang dirasakan (POP). Gouldner (1960) menekankan pentingnya interaksi timbal balik sosial di antara orang-orang, yang mengharapkan individu untuk membantu orang lain yang membantu mereka dan untuk membalas hal baik dengan hal-hal baik namun, dalam konteks politik organisasional interaksi semacam ini bisa saja dimanipulasi untuk tujuan atau kepentingan tertentu.

Di lingkungan kerja yang sangat politis, organisasi gagal untuk secara konsisten mengenali kinerja sebagai *reward*. Keputusan sering dikaitkan dengan faktor berbasis nonmerit, seperti kelompok keanggotaan, kekuatan, nepotisme, dan motif pembalasan dendam (Rusbult *et al.*, 1990). Akibatnya, karyawan yang bekerja di lingkungan politik cenderung menganggap hubungan yang lebih lemah antara upaya yang mereka lakukan dalam pekerjaan mereka dan pencapaian hasil ekonomi (misalnya bayar) dan sosio-emosional (misalnya kepercayaan) yang diinginkan

(Rosen *et al.*, 2009a).

Saling mempengaruhi antara perilaku seseorang dengan lingkungan yang umumnya terdiri atas individu yang satu dan individu lain di pandang mempunyai tingkah laku yang saling memengaruhi terdapat unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*), dan keuntungan (*profit*). Akan tetapi, *social exchange* dapat melemahkan *job engagement* dan *creative work involvement* karyawan jika jika hubungan *exchange* tersebut diwarnai oleh tingginya aktivitas politik di lingkungan kerja. Akibat dari itu, akan menurunkan *voice behavior* karyawan untuk menyampaikan apa yang dirasakan selama melakukan pekerjaan dan berada di organisasi.

Allen *et al.*, 1979; dalam Atta (2016) mendefinisikan politik organisasional sebagai tindakan pengaruh oleh karyawan atau atasan, yang ditujukan untuk meningkatkan atau mencapai kepentingan diri sendiri atau kelompok. Ferris, Russ *et al.*, (1989) mendefinisikan politik organisasional sebagai proses pengaruh sosial yang didesain secara strategis untuk memaksimalkan kepentingan pribadi. Kepentingan pribadi ini mungkin bersifat jangka pendek atau jangka panjang dan ini mungkin konsisten atau bertentangan dengan kepentingan orang lain dalam organisasi (Atta, 2016).

Konsep keterlibatan pertama kali dikemukakan oleh Kahn (1990), yang berpendapat bahwa karyawan yang *engaged* adalah orang yang secara fisik, kognitif dan emosional terhubung dengan pekerjaan mereka dan orang lain. Aspek fisik yaitu energi fisik yang dikerahkan oleh karyawan dalam melaksanakan perannya dalam pekerjaan. Aspek kognitif mengacu pada keyakinan karyawan terhadap organisasi, kepemimpinan dan kondisi pekerjaan. Aspek emosional lebih mengacu kepada bagaimana perasaan karyawan apakah merasakan hal positif atau negatif terhadap organisasi dan kepemimpinan yang ada. Schaufeli, Salanova *et al.*, (2002) mendefinisikan keterlibatan sebagai suatu pandangan yang positif, perasaan terpenuhi, pernyataan pikiran yang berkaitan dengan pekerjaan dicirikan oleh semangat (*vigor*), dedikasi (*dedication*), dan perhatian penuh (*absorption*).

Creative work involvement mengacu pada kemampuan karyawan untuk menghasilkan kebaruan dan menggunakan ide-ide (Amabile 1996). *Creative work involvement* sebagai keterlibatan karyawan dalam proses kreatif terkait dengan pekerjaan di organisasi

(Carmeli dan Schaubroeck 2007). *Creative work involvement* adalah fondasi inovasi organisasi dan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, karena organisasi bisa bertahan, berkembang atau maju bergantung pada kerja kreatif, inovatif, sehingga mampu untuk bersaing dan memiliki *advantage* (Zhang dan Bartol 2010). Iklim organisasi seperti *mood* atau *atmosfer*, gaya kepemimpinan, budaya organisasi, politik organisasional, sumberdaya dan skill, struktur dan sistem organisasi adalah lingkungan kerja yang memengaruhi *creative work involvement* (Andriopoulos, 2001).

Karyawan seringkali memiliki ide, informasi dan pendapat yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan pekerjaannya sendiri maupun organisasi (Van Dhyne, Ang dan Botero, 2003). *Promotive voice* didefinisikan sebagai perilaku karyawan yang mengekspresikan gagasan, saran, dan pendapat yang membantu dan ide konstruktif untuk memperbaiki *status quo* dari fungsi dan proses organisasi. *Prohibitive voice* adalah *voice* yang menentang perilaku karyawan yang melakukan kesalahan dalam organisasi dan menunjukkan pendekatan bermasalah yang cenderung membahayakan fungsi organisasi yang efektif.

Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1:** Politik organisasional berpengaruh negatif terhadap *job engagement*
- H2:** Politik organisasional berpengaruh negatif terhadap *creative work involvement*
- H3:** Politik organisasional berpengaruh negatif terhadap *voice behavior*
- H4:** Politik organisasional berpengaruh positif terhadap positif terhadap *job engagement*
- H5:** Politik organisasional berpengaruh positif terhadap *creative work involvement*
- H6:** *Voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional berpengaruh terhadap *job engagement*
- H7:** *Voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *creative work involvement*

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Subjek penelitian ini adalah karyawan dari perusahaan, kantor pemerintah dan rumah sakit. Objek penelitian diambil dari dua kota yaitu Yogyakarta dan Manggarai-NTT. Di Yogyakarta objek penelitian di PT. Dagsap En-

dure Eatore, PT. Sosro, dan PT. LNS. Sedangkan di Manggarai-NTT, objek penelitian di kantor BKKBN, Rumah Sakit Bangka Kenda, dan Rumah Sakit Todo. Prosedur pemilihan sampel yang digunakan adalah non random sampling. Teknik pengambilan sampel, yaitu *convenience sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 209 orang. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber utamanya. Cara yang dilakukan untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini melalui kuesioner. Data dikumpulkan dengan memberikan kuesioner kepada responden untuk berpartisipasi. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Variabel independen atau eksogen adalah Politik Organisasional (X), sedang variabel dependen atau endogen adalah *Voice Behavior*, *Job engagement*, dan *Creative Work Involvement* (Y) dengan variabel mediasi adalah *voice behavior*

Validitas adalah kualitas esensial yang menunjukkan sejauh mana sebuah tes mengukur atribut psikologis yang hendak di ukur (Sugiyono, 2008). Uji validitas dilakukan menggunakan SPSS dengan uji faktor. Validitas sebuah instrument dapat dilihat dari nilai *factor loading*. Hair *et. al.* (2010) menjelaskan bahwa nilai *factor loading* yang berada di antara 0,30 sampai 0,40 dianggap mampu menjelaskan struktur instrument dan merupakan nilai minimal di mana instrument dianggap valid, namun instrument dianggap valid dan signifikan untuk digunakan jika nilai *factor loading* lebih dari 0,50. Teknik reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* yang lazim dipakai yaitu lebih besar dari 0,60.

Semakin besar nilai *Cronbach alpha* semakin baik pula instrument penelitian. Uji korelasi mengukur kekuatan arah hubungan linear antarvariabel dalam penelitian menggunakan *Pearson product moment correlation*. Uji korelasi dengan melihat hubungan antar politik organisasional, *voice behavior*, *job engagement*, *creative work involvement* dan variabel kontrol, yaitu usia dan pendidikan. Untuk menguji hipotesis dan menghasilkan suatu model yang layak (fit), penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan AMOS.

HASIL PENELITIAN

Hasil uji validitas politik organisasional dengan enam item pernyataan, dua item dinyatakan tidak valid, yaitu PO2 dan PO6, sehingga item tersebut dihilangkan. Empat item PO1, PO3, PO4, PO5 dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil uji validitas *job engagement* dengan tiga belas item pernyataan, enam item dinyatakan tidak valid, sehingga dihilangkan. Ketujuh item pernyataan yang valid, yaitu Ce1, Ce3, Ce4, Ee1, Ee2, Pe1, Pe2 dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil uji validitas *creative work involvement* dengan sembilan item pernyataan, satu item yaitu CWI4 dinyatakan tidak valid. Sedangkan delapan item valid dan digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil uji validitas *voice behavior* dengan dua belas item pernyataan dinyatakan semuanya valid dan digunakan dalam analisis selanjutnya. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Realibilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Politik Organisasional	0,651	Reliabel
2	<i>Job Engagement</i>	0,688	Reliabel
3	<i>Creative Work Involvement</i>	0,826	Reliabel
4	<i>Voice Behavior</i>	0,840	Reliabel

Nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6, sehingga semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hasil uji kesesuaian model disajikan pada Tabel 2.

Berdasar kriteria pada *goodness of fit index*

mendapati banyak evaluasi model yang baik, maka secara umum ketepatan model dari penelitian ini dapat dikatakan baik.

PEMBAHASAN

Hipotesis enam dan tujuh dilakukan dengan membandingkan nilai *beta* pengaruh langsung variabel politik organisasional terhadap *job engagement*, *voice*

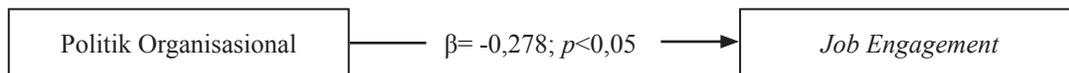
behavior, *creative work involvement* dan nilai *beta* pengaruh variabel politik organisasional terhadap *job engagement*, *creative work involvement* yang dimediasi oleh variabel *voice behavior*.

Tabel 2
Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

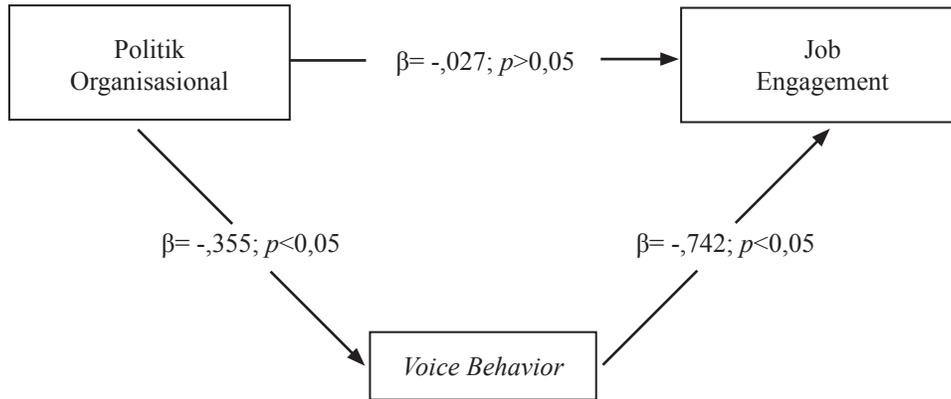
<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut - of Value</i>	Hasil Model	Kriteria
<i>Absolute fit measures</i>			
<i>Chi-square</i>	Nilai yang kecil	171,202	Marginal
<i>Probability</i>	$p \geq 0,05$	0,019	
GFI	$\geq 0,90$	0,922	Baik
RMR	$\leq 0,08$	0,052	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$; <i>upper limit</i> $< 0,1$	0,036	Baik
<i>Incremental fit measures</i>			
AGFI	$\geq 0,90$	0,890	Marginal
NFI	$\geq 0,90$	0,859	Marginal
CFI	$\geq 0,90$	0,965	Baik
TLI	$\geq 0,90$	0,956	Baik
<i>Parsimonious fit measure</i>			
CMIN/DF	$\leq 3,00$	1,268	Baik

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis

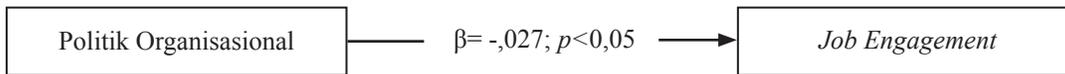
No	Hipotesis	<i>Estimate</i>	<i>p</i>	Keterangan
H1	Politik organisasional berpengaruh negatif terhadap <i>job engagement</i>	0.078	0.461	Tidak Didukung
H2	Politik organisasional berpengaruh negatif terhadap <i>creative work involvement</i>	0.183	0,075	Tidak Didukung
H3	Politik organisasional berpengaruh negatif terhadap <i>voice behavior</i>	-0.418	***	Didukung
H4	Voice behavior berpengaruh positif terhadap <i>job engagement</i>	0.909	***	Didukung
H5	Voice behavior berpengaruh positif terhadap <i>creative work involvement</i>	1.028	***	Didukung



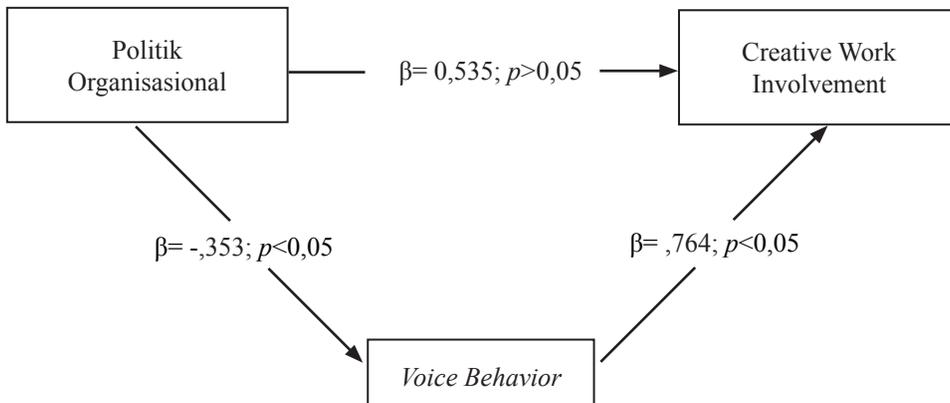
Gambar 1
Model Penelitian
Pengaruh Langsung Politik Organisasional terhadap *Job Engagement*



Gambar 2
Model Penelitian
Pengaruh Politik Organisasional terhadap *Job Engagement* yang dimediasi *Voice Behavior*



Gambar 3
Model Penelitian
Pengaruh Langsung Politik Organisasional terhadap *Creative Work Involvement*



Gambar 4
Model Penelitian
Pengaruh Politik Organisasional terhadap *Creative Work Involvement* yang dimediasi *Voice Behavior*

Pengujian *Bootstrapping Effect* dilakukan juga untuk mengetahui apakah variabel politik organisasional mempunyai pengaruh dengan *job engagement* dan *creative work involvement* melalui *voice behavior*.

Uji Indirect Effect pengaruh tidak langsung politik organisasional ke *job engagement* melalui *voice behavior* sebesar -0,380 dengan nilai sig. 0,01 dan total pengaruh politik ke *job engagement* lewat *voice behavior* sebesar -0,302. Sedangkan pengaruh tidak langsung politik organisasional ke *creative work involvement* melalui *voice behavior* sebesar -0,429 dengan nilai sig. 0,01. Total pengaruh politik ke *creative work involvement* lewat *voice behavior* sebesar -0,302. Politik organisasional berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *job engagement* dengan *p-value* 0,461 ($\beta = 0,078; p \geq 0,05$). Penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa politik organisasional berpengaruh negatif terhadap *job engagement*. Politik organisasional berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *creative work involvement* dengan *p-value* 0,075 ($\beta = 0,183; p \geq 0,05$). Penelitian ini tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa politik organisasional berpengaruh negatif terhadap *creative work involvement*.

Politik organisasional berpengaruh negatif signifikan terhadap *voice behavior* dengan *p-value* 0,001 ($\beta = -0,418; p \leq 0,05$). Penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa politik organisasional berpengaruh negatif terhadap *voice behavior*. *Voice behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *job engagement* dengan *p-value* 0,001 ($\beta = 0,909; p \leq 0,05$). Penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *voice behavior* berpengaruh positif terhadap *job engagement*. *Voice behavior* berpengaruh positif

signifikan terhadap *creative work involvement* *p-value* 0,001 ($\beta = 1,028; p \leq 0,05$). Penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa *voice behavior* berpengaruh positif terhadap *creative work involvement*. *Voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *job engagement* ($\beta = -,027; p \geq 0,05$), sedangkan pengaruh politik organisasional terhadap *job engagement* tanpa mediasi ($\beta = -0,278; p \leq 0,05$). *Voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *creative work involvement* ($\beta = 0,535; p \geq 0,05$), sedangkan pengaruh politik organisasional terhadap *creative work involvement* tanpa mediasi ($\beta = -,207; p \leq 0,05$). Hal ini berarti *voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *job engagement* dan *creative work involvement* secara sempurna (*full mediation*).

Berdasar pada pengujian *Bootstrapping Effect*, hasil analisis menunjukkan bahwa *voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *job engagement* ($\beta = -0,429; p \leq 0,05$) dan analisis menunjukkan bahwa *voice behavior* memediasi pengaruh politik organisasional terhadap *creative work involvement* ($\beta = -0,380; p \leq 0,05$). Hal ini berarti *voice behavior* memediasi politik organisasional terhadap *job engagement* dan *creative work involvement* secara sempurna.

SIMPULAN

Politik organisasional tidak berpengaruh terhadap *job engagement* dan *creative work involvement*. Politik organisasional berpengaruh negatif signifikan terhadap *voice behavior*. *Voice behavior* berpengaruh positif signifikan terhadap *job engagement* dan *creative work*

Tabel 4
Hasil Uji Bootstrapping the Direct, Indirect, total Effect of Politic

	<i>Voice</i>	<i>Creativity</i>	<i>Engagement</i>
<i>Direct Effect of Politic</i>	-0.418	0.183	0.078
<i>Direct Effect of Voice</i>		1.028	0.909
<i>Indirect Effect of Politic</i>		-0.429**	-0.380**
<i>Total effect of Politic</i>		-0.246	-0.302

95% bootstrapped CI for the indirect effect (2,000 resamples)

Notes: *n* = 209. CI, confidence interval. **p* < 0,05; ***p* < 0,01; ****p* < 0,001

involvement. Politik organisasional berpengaruh terhadap *job engagement* dan *creative work involvement* yang dimediasi oleh *voice behavior*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. 1996. *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*, Westview Press.
- Ashford, S. J., Sutcliffe, K. M., & Christianson, M. K. 2009. Speaking up and speaking out: The leadership dynamics of voice in organizations. *Voice and silence in organizations*, 175-202.
- Atta, M. 2016. Perceived Organizational Politics, Organizational Citizenship Behavior and Job Attitudes Among University Teachers. *Journal of Behavioural Sciences*, 26(2): 21.
- Blau, P. M. 1964. Social exchange theory. Retrieved September, 3, 2007.
- Brownrigg Innes, P. 2004. *The influence of leadership on perceptions of organizational politics, job involvement, and organizational commitment*. (Doctoral dissertation, Regent University).
- Cropanzano, R. 1997. The relationship of organizational politics and support to work behaviors, attitudes, and stress. *Journal of Organizational behavior*: 159-180.
- Carmeli, A. and J. Schaubroeck. 2007. The influence of leaders' and other referents normative expectations on individual involvement in creative work. *The Leadership Quarterly*, 18(1): 35-48.
- Chamorro-Premuzic, T., & Furnham, A. 2010. *The psychology of personnel selection*. Cambridge University Press.
- Chang, C. H., Rosen, C. C., & Levy, P. E. 2009. The relationship between perceptions of organizational politics and employee attitudes, strain, and behavior: A meta-analytic examination. *Academy of Management Journal*, 52(4), 779-801.
- Dyne, L. V., Ang, S., & Botero, I. C. 2003. Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of management studies*, 40(6), 1359-1392.
- Ferris, G. R. 1989. Politics in organizations. *Impression management in the organization*, 143(170): 79-100.
- Gandz, J. and V. V. Murray. 1980). The experience of workplace politics. *Academy of Management journal*, 23(2): 237-251.
- Gouldner, A.W. 1960. The norm of reciprocity: a preliminary statement. *American Sociological Review*, 25 (2):161-178.
- Harter, J. K. 2002. Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: a meta-analysis, American Psychological Association.
- Kahn, W. A. 1990. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management journal*, 33(4): 692-724.
- LePine, J.A. & Van Dhyne L.A. 1998. Predicting voice behavior in work groups. *Journal of Applied Psychology*, 83: 853-868.
- May, D. R. 2004. The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of occupational and organizational psychology*, 77(1): 11-37.
- Morisson E. W. 2014. Employee voice and silence. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 173-179.
- Pfeffer, J. 1981. Understanding the role of power in decision making. *Power in organizations*, 404-423.

- Robbins Stephen P, Judge Timothy A. 2011. *Organizational Behavior*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosen, C. C., Levy, P. E., & Hall, R. J. 2006. Placing perceptions of politics in the context of the feedback environment, employee attitudes, and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 91, 211–220.
- Rusbult, C., Campbell, M., & Price, M. 1990. Rational selective exploitation and distress: Employee reactions to performance based and mobility based reward allocations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 487–500.
- Swiderski, D. 2014. *The Role of Organizational Politics, Justice, and Trust on Work Outcomes*. Book, State University of New York at Albany.
- Schaufeli, W. B. 2002. The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3(1): 71-92.
- Volmer, J. 2012. Leader–member exchange (LMX), job autonomy, and creative work involvement. *The Leadership Quarterly*, 23(3): 456-465.
- Woodman, R. W. 1993. Toward a theory of organizational creativity. *Academy of management review*, 18(2): 293-321.
- Van Dyne, L., Kamdar, D., & Joireman. 2008. In-role perceptions buffer the negative impact of low LMX on helping and enhance the positive impact of high LMX on voice. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1195.
- Zhang, X. and K. M. Bartol. 2010. Linking empowering leadership and employee creativity: The influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Academy of Management journal*, 53(1): 107-128.

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN NIAT MENGGUNAKAN KEMBALI OJEK ONLINE (UBER MOTOR DI YOGYAKARTA)

Erwin Triawan

E-mail: erwintriawan@gmail.com

ABSTRACT

This research examines the influence of quality of service (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) and price of consumer satisfaction and the influence of consumer satisfaction on intentions to use the ojek motor bike online uber motor in Yogyakarta. The election of the sample in this research is done with the technique of sampling Forcible Entry with consumer criteria online ojek smotor bike uber motor in Yogyakarta. Data collection using the questionnaire and as many as 110 consumers online ojek motor bike uber motor in Yogyakarta is the respondents in this research. Data analysis is done using Structural Equation Modeling (SEM) with computer program Amos 22. The results of the study showed that one of the dimensions of service quality namely tangibles and prices have a positive effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction positive effect on intentions to reuse. There are several other dimensions of service quality, reliability, responsiveness, assurance and empathy doesn't have a positive effect on consumer satisfaction Uber Motor in Yogyakarta.

Keywords: service quality, price, consumer satisfaction, intentions to reuse

JEL Classification: M31

PENDAHULUAN

Pada zaman modern seperti saat ini, transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari di daerah perkotaan. Oleh karena itu, perusahaan jasa transportasi berlomba-lomba mencari konsumennya dengan memberikan kualitas layanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya.

Sebelumnya ojek menggunakan sistem pangkalan atau disebut juga sebagai ojek konvensional yang berada di persimpangan, terminal, stasiun, bandara, dll. Untuk menggunakan jasa ojek, konsumen harus membayar tunai dan selalu tawar-menawar terlebih dahulu sebelum memulai perjalanan. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini, terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan standar layanan, yaitu ojek online. Saat ini sudah banyak perusahaan yang menawarkan ojek secara *online*, di Yogyakarta sudah ada ojek online seperti GO-Jek, Uber Motor, Grab Bike, Ok Jack, dan lain sebagainya. Semua perusahaan memberikan layanan yang hampir sama mulai dari mengantar konsumen dengan tarif yang berbeda-beda namun dengan sistem yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi *handphone*. Aplikasi ojek ini dapat diunduh melalui *Play Store* bagi pengguna android dan *App Store* bagi pengguna iOS.

Kualitas layanan yang diperlukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan terhubung ke persepsi pelanggan dan harapan pelanggan (Kabir dan Carlsson, 2010). Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1996) mengkonseptualisasikan kualitas layanan sebagai kesan pelanggan terhadap keunggulan atau kelemahan layanan. Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas layanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*service quality*). SERVQUAL ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi konsumen atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

Menurut Irawan (2004) variabel harga secara umum bagi pelanggan yang sensitif dengan harga murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Kotler dan Gary Armstrong (2010) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan atas produk atau jasa atau nilai total dari keuntungan yang didapatkan dari konsumen ketika mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan. Zeithaml dan Bitner (2006) menyebutkan bahwa jasa sangat mempengaruhi persepsi tentang kualitas, kepuasan dan nilai (*value*). Karena jasa tak berwujud sering kali dinilai sebelum pembelian, maka harga biasanya dianggap sebagai indikator yang akan mempengaruhi persepsi dan harapan akan kualitas.

Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi layanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Kepuasan pelanggan tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Niat menggunakan kembali dapat didefinisikan sebagai keinginan konsumen akan menggunakan kembali produk atau jasa yang telah dirasakan manfaatnya setelah melakukan pembelian. Konsumen akan merasa puas atau tidak puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen yang merasa

puas akan menimbulkan keinginan atau niat untuk menggunakan kembali suatu produk atau jasa tersebut.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Tjiptono (2014) menjelaskan bahwa kualitas layanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan dapat dievaluasi dengan cara membandingkan kualitas yang dialami atau diterima pelanggan perusahaan dengan layanan yang diharapkan. Selain itu, Alma (2004) mengatakan bahwa sebuah perusahaan jasa harus menjaga kualitas layanan yang ditawarkan harus berada di atas pesaingnya dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Apabila kualitas layanan yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang konsumen bayangkan, maka konsumen cenderung akan mencobanya kembali.

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai hasil dari perbandingan antara pengalaman dengan harapan konsumen oleh Kheng Lo Liang, dkk (2010). Lupiyoadi (2008) menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah faktor yang dapat menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan, dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada konsumen. Layanan yang berkualitas sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan diri untuk mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1988 (dalam utami, 2010) mengidentifikasi lima layanan yang paling penting bagi pelanggan, yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy*. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam arti sempit harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja

(hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Lestari, 2014). Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Kuntjara (2007) menyatakan keputusan pembelian di masa lalu yang di rasakan oleh konsumen akan berdampak ke masa mendatang untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang dan menginformasikan kinerja produk atau jasa yang dirasakannya kepada orang lain. Menurut Julianto (2012) niat menggunakan kembali ditunjukkan melalui adanya sikap positif dan perasaan senang terhadap suatu produk yang akan diikuti dengan tindakan membeli. Kotler dan Keller (2007) berpendapat bahwa setelah konsumen membeli produk atau jasa tersebut, konsumen bisa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku paska pembelian. Pelanggan yang puas akan kembali membeli produk atau jasa, memuji produk atau jasa yang dibelinya dihadapan orang lain.

Sriwidodo dan Indriastuti (2010) mendefinisikan kualitas layanan sebagai faktor yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan terutama dalam memikat lebih banyak pelanggan baru, terus mempertahankan konsumen yang sudah ada, dan menghindari berpindahnya pelanggan. Kesuksesan dapat dicapai dengan memberikan kualitas layanan yang sangat berkualitas. Dengan adanya layanan yang berkualitas, dapat mendorong kepuasan konsumen (Siddiqi, 2011). Berdasarkan dimensi-dimensi dalam kualitas layanan, hipotesis pertama akan dibagi menjadi lima hipotesis.

H_{1a}: Bukti fisik (*tangibles*) sebagai salah satu dimensi kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Keandalan (*reliability*) merupakan dimensi kedua dari kualitas layanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila perusahaan dapat memberikan layanan yang dijanjikan, hal tersebut akan mendorong kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila perusahaan tidak dapat menyediakan layanan yang dijanjikan, konsumen akan merasa kecewa. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis:

H_{1b}: Keandalan (*reliability*) sebagai salah satu dimensi

kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dimensi ketiga dari kualitas layanan adalah daya tanggap (*responsiveness*). Hal ini merupakan kemauan karyawan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan secara cepat dan tanggap. Semakin cepat/tanggap karyawan merespon pertanyaan atau permintaan konsumen, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis:

H_{1c}: Daya tanggap (*responsiveness*) sebagai salah satu dimensi kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Jaminan (*assurance*) merupakan dimensi keempat dari kualitas layanan. Jaminan berkaitan dengan bagaimana kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk meningkatkan keyakinan konsumen. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis:

H_{1d}: Jaminan (*assurance*) sebagai salah satu dimensi kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dimensi terakhir dari kualitas layanan adalah empati (*empathy*). Empati merupakan bentuk perhatian dari perusahaan untuk konsumennya. Semakin perusahaan memperhatikan konsumen, konsumen akan merasa puas. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis:

H_{1e}: Empati (*empathy*) sebagai salah satu dimensi kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Harga adalah sejumlah uang yang harus diberikan oleh seseorang untuk memperoleh sesuatu barang atau jasa dan harga tersebut terbentuknya di pasar (Alma, 2007). Menurut hasil penelitian Lubis dan Martin (2009) bahwa variabel harga adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis:

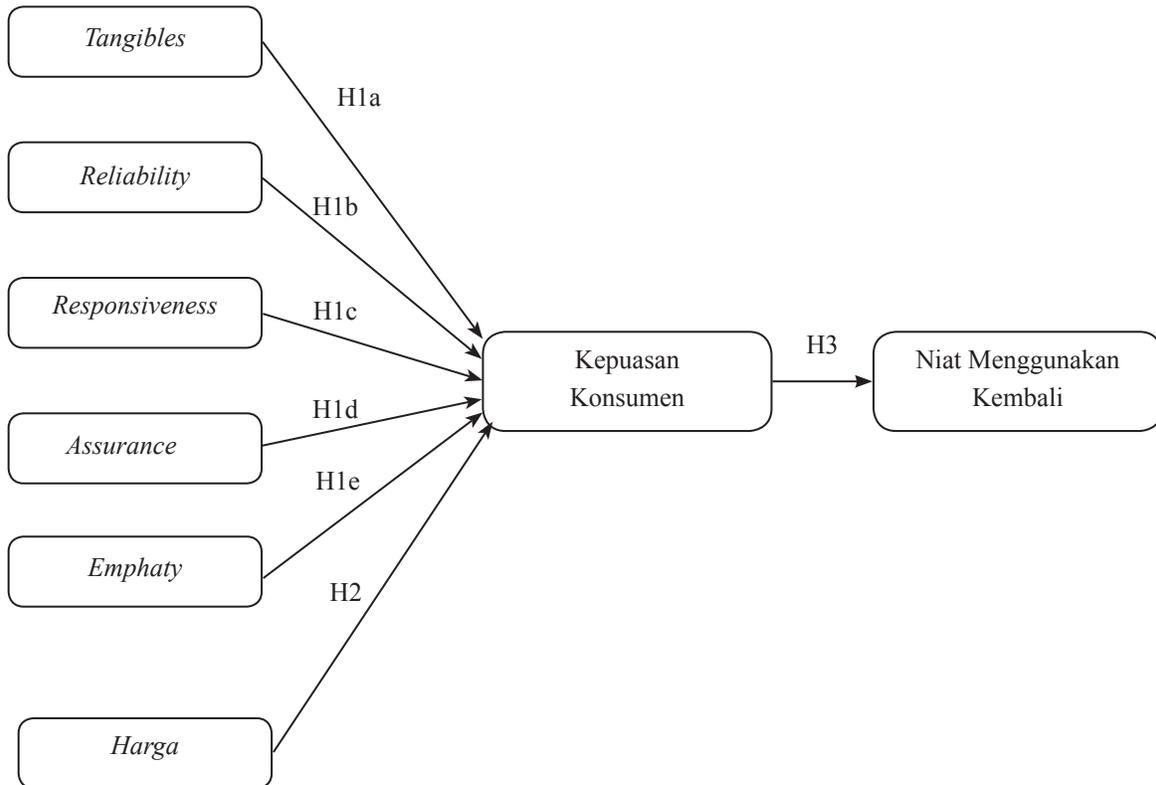
H₂: Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Kepuasan konsumen juga diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Lestari, 2014). Konsumen yang puas akan memunculkan keinginan untuk terus menjalin hubungan kemitraan (niat menggunakan

kembali). Dengan demikian, dirumuskan hipotesis:
H₃: Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali.

Lokasi penelitian mengenai kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen pada niat menggunakan kembali adalah Yogyakarta. Sehingga yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Uber Motor di Yogyakarta saja. Waktu penelitian ini dilakukan sejak tanggal 01 Juni 2017 sampai dengan 04 Juni 2017. Terdapat syarat atau kriteria responden yang berkaitan dengan pemilihan sampel, yaitu konsumen yang sudah pernah menggunakan layanan transportasi ojek *online* (Uber Motor) di Yogyakarta.

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pertanyaan pada suatu kuesioner maupun untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Item dikatakan valid apabila *factor loading*-nya bernilai $\geq 0,5$. Uji Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu data dikatakan *reliable* adalah variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,6$.



Gambar 1
Model Penelitian

HASIL PENELITIAN

Kuesioner yang disebar berjumlah 110 dan semuanya dapat digunakan. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian hampir sama, yaitu responden pria berjumlah 53 orang (48,20%) dan responden wanita berjumlah 57 orang (51,80%). Mayoritas rentang usia responden

yang berpartisipasi adalah usia 18 – 25 tahun berjumlah 65 orang (59,10%). Mayoritas responden dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK berjumlah 41 orang (37,30%) dan S1 berjumlah 44 orang (40%). Mayoritas responden merupakan pelajar/mahasiswa berjumlah 55 orang (50%).

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan – Dimensi *Tangibles*

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
KLT1	<i>Driver</i> menggunakan sepeda motor yang standar	0,712	Valid
KLT2	<i>Driver</i> memberikan perlengkapan keamanan berkendara	0,75	Valid
KLT3	<i>Driver</i> menggunakan identitas perusahaan	0,734	Valid
KLT4	<i>Driver</i> berpenampilan sopan	0,715	Valid

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan – Dimensi *Reliability*

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
KLR1	Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan layanan kepada konsumen	0,791	Valid
KLR2	<i>Driver</i> mengemudi motor dengan menaati peraturan tata tertib berlalu lintas	0,615	Valid
KLR3	<i>Driver</i> mengenakan tarif sesuai dengan harga yang tertera pada aplikasi Uber	0,736	Valid
KLR4	Uber memberikan layanan selama 24jam	0,649	Valid
KLR5	Uber memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan	0,696	Valid

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan – Dimensi *Responsiveness*

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
KLP1	<i>Driver</i> mengkonfirmasi orderan dari konsumen dengan cepat untuk memastikan	0,852	Valid
KLP2	<i>Driver</i> segera datang setelah mendapat orderan dari pelanggan	0,871	Valid
KLP3	<i>Staff</i> Uber cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	0,792	Valid

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan – Dimensi *Assurance*

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
KLA1	<i>Driver</i> terampil dalam mengemudikan kendaraan	0,826	Valid
KLA2	<i>Driver</i> mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju	0,792	Valid
KLA3	Uber menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi Uber	0,746	Valid

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan – Dimensi *Emphaty*

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
KLE1	Uber memberikan rasa aman terhadap pelanggan	0,189	Tidak Valid
KLE2	<i>Driver</i> membantu membawakan barang pelanggan	0,84	Valid
KLE3	<i>Driver</i> membantu pelanggan pada saat akan menaiki sepeda motor	0,896	Valid
KLE4	<i>Driver</i> memberitahukan penggunaan helm yang benar kepada pelanggan	0,789	Valid

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
H1	Harga/tarif Uber dapat dijangkau oleh pelanggan	0,8	Valid
H2	Harga/tarif Uber dapat bersaing dengan layanan ojek online sejenis	0,778	Valid
H3	Harga/tarif Uber sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan	0,882	Valid
H4	Harga/tarif Uber sesuai dengan fasilitas keselamatan yang disediakan untuk pelanggan	0,785	Valid

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
KK1	Saya merasa layanan yang diberikan Uber sesuai dengan apa yang saya harapkan	0,864	Valid
KK2	Saya merasa layanan yang diberikan Uber sesuai dengan harga/tarif yang saya bayarkan	0,866	Valid
KK3	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Uber	0,84	Valid
KK4	Saya puas dengan layanan Uber dibandingkan dengan penyedia layanan transportasi ojek <i>online</i> lain	0,689	Valid

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Variabel Niat Menggunakan Kembali

Kode	Item Pertanyaan	Faktor	Status
NMK1	Jika perlu ojek <i>online</i> saya akan cari Uber	0,849	Valid
NMK2	Saya akan selalu gunakan Uber untuk pergi ke tempat tujuan saya	0,866	Valid
NMK3	Saya akan selalu rekomendasikan Uber pada teman-teman saya	0,859	Valid
NMK4	Uber pilihan pertama saya untuk ojek <i>online</i>	0,869	Valid

Tabel 9
Hasil Uji Korelasi AntarVariabel

Variabel	Mean	Std. Deviation	T	R	P	A	E	H	KK	NMK
T	4,525	0,421	1							
R	4,480	0,435	0,649**	1						
P	4,334	0,545	0,555**	0,680**	1					
A	4,336	0,527	0,471**	0,681**	0,645**	1				
E	4,007	0,555	0,463**	0,482**	0,492**	0,522**	1			
H	4,329	0,565	0,439**	0,473**	0,307**	0,307**	0,499**	1		
KK	4,293	0,570	0,591**	0,529**	0,413**	0,396**	0,439**	0,675**	1	
NMK	4,175	0,655	0,505**	0,486**	0,351**	0,381**	0,389**	0,485**	0,720**	1

Keterangan:

T (Tangibles), R (Reliability), P (Responsiveness), A (Assurance), E (Emphaty), H (Harga), KK (Kepuasan Konsumen), NMK (Niat Menggunakan Kembali).

Analisis uji korelasi antarvariabel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari rata-rata jawaban seluruh responden pada masing-masing indikator dengan rentang skor 1 – 5. Hal ini memiliki arti bahwa responden memandang kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*), harga, kepuasan konsumen dan niat menggunakan

kembali yang dimiliki perusahaan ojek *online* (Uber Motor) adalah baik.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan hasil dari uji kelayakan model dan dilanjutkan dengan ringkasan hasil pengujian hipotesis.

Tabel 10
Hasil Uji Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil Olah Data	Evaluasi Model
Chi Square	Mendekati Nol	880,381	Kurang Baik
Probability	≥ 0,05	0	Kurang Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,105	Kurang Baik
GFI	≥ 0,90	0,639	Kurang Baik
AGFI	≥ 0,90	0,578	Kurang Baik
CMIN/DF	≤ 2	2,212	Kurang Baik
TLI	≥ 0,95	0,680	Kurang Baik
CFI	≥ 0,95	0,707	Kurang Baik

Jumlah responden yang terbatas menjadikan pengujian model *fit* diolah menggunakan program SEM yaitu AMOS 22. Hasil pengujian model mempunyai *good-*

ness of fit index yang kurang baik, sehingga pengujian hipotesis dilakukan dengan model yang ada.

Tabel 11
Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Standardized Regression Weights	Probability	Hasil Uji
H1a	<i>Tangibles</i> sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	0,661	≤ 0,05	Diterima
H1b	<i>Reliability</i> sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	0,047	0,686	Ditolak
H1c	<i>Responsiveness</i> sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	0,078	0,333	Ditolak
H1d	<i>Assurance</i> sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	0,033	0,597	Ditolak
H1e	<i>Emphaty</i> sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	-0,062	0,369	Ditolak
H2	Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.	0,616	≤ 0,05	Diterima
H3	Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali.	0,880	≤ 0,05	Diterima

PEMBAHASAN

Hipotesis 1a pada penelitian ini adalah *tangibles* sebagai salah satu dimensi kualitas layanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 1a penelitian ini diterima. Hal tersebut dikarenakan pada saat ini semua ojek *online* sudah menyediakan fasilitas fisik yang bagus, sehingga *tangibles* memiliki pengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Hipotesis 1b pada penelitian ini adalah *reliability* sebagai salah satu dimensi kualitas layanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 1b penelitian ini ditolak. Hal tersebut dikarenakan Uber tidak mampu membuat konsumennya puas

dengan layanan yang dijanjikan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan.

Hipotesis 1c pada penelitian ini adalah *responsiveness* sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 1c penelitian ini ditolak. Hal tersebut dikarenakan karyawan tidak dapat membantu konsumen dan layanan yang kurang cepat dan tanggap.

Hipotesis 1d pada penelitian ini adalah *assurance* sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 1d penelitian ini ditolak. *Assurance* sebagai salah satu dimensi kualitas layanan yang terbukti tidak berpengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Apabila karyawan dapat menjamin dan membuat konsumen yakin, hal tersebut dapat membuat konsumen merasa puas.

Hipotesis 1e pada penelitian ini adalah *emphaty* sebagai salah satu dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 1e penelitian ini ditolak. Hal tersebut dikarenakan ada hubungan komunikasi dengan konsumen yang kurang baik.

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 2 penelitian ini diterima. Hal tersebut dikarenakan harga dapat menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang memiliki keterbatasan dana.

Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali. Berdasarkan dari pengolahan data diketahui bahwa hipotesis 3 penelitian ini diterima. Hal tersebut dikarenakan kepuasan konsumen dapat memunculkan rasa keinginan konsumen untuk menggunakan kembali.

Ada beberapa dimensi dari kualitas layanan yang ditolak atau tidak didukung diantaranya *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Keempat dimensi dari kualitas layanan ini ditolak karena konsumen hanya melihat *tangibles*, harga dan niat menggunakan kembali. Konsumen tidak menilai dari keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang diberikan oleh perusahaan untuk kenyamanan dan memberikan rasa puas terhadap layanan tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari lima dimensi antara lain (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*), harga terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen pada niat menggunakan kembali. Berdasarkan hasil penelitian diketahui *tangibles* dimensi dari kualitas layanan secara signifikan terbukti berpengaruh positif dalam menciptakan kepuasan konsumen Uber Motor di Yogyakarta. Ada beberapa dimensi lain dari kualitas layanan, yaitu *reliability*,

responsiveness, *assurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Uber Motor di Yogyakarta. Diketahui bahwa harga secara signifikan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, harga/tarif Uber Motor di Yogyakarta dapat menjadikan konsumennya merasa puas. Diketahui bahwa kepuasan konsumen secara signifikan terbukti berpengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali. Hal ini berarti kepuasan konsumen dapat menciptakan niat konsumen untuk menggunakan kembali.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian secara keseluruhan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut 1) penelitian ini meneliti khusus Uber Motor yang ada di Yogyakarta saja; 2) seharusnya pada kuesioner diberikan batasan penggunaan, yaitu paling tidak penggunaan 1 minggu terakhir; 3) untuk penelitian selanjutnya diteliti pada pengguna Uber Motor di kota-kota lainnya; 4) perusahaan Uber harus meningkatkan *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* sebagai dimensi dari kualitas layanan yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Konsumen akan merasa puas jika layanan yang ditawarkan perusahaan sama dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Carlsson, T. & Kabir, M.H. 2010. Service Quality: Expectations, perceptions and satisfaction about Service Quality at Destination Gotland – A case study. *Thesis*. Visby, Sweden: Gotland University.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Layanan Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Julianto, Steven 2012. Pengaruh Perceived Risk Dan Customer Satisfaction Terhadap Purchase In-

- ention Dan Intention To Revisit Pada Grame-
dia Online Surabaya. *Jurnal Manajemen*.
- Kheng, Lo Liang, Osman Mohamad. 2010. The Impact
of Service Quality on Customer Loyalty: A
Study of Banks in Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*. 2: 58-59.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks Kelompok
Gramedia.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:
Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid 1. Ter-
jemahan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. 13th Edition. New Jersey, Prentice-
Hall, Inc.
- Kotler, P. dan , G. Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing*. Global Edition, 14 Edition, Pearson
Education.
- Kuntjara. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mem-
pengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen. Studi
kasus di PT Wijaya Karya Beton Wilayah IV;
Jateng, DIY, Kalsel dan Kalteng. *Tesis*. Pro-
gram Studi Magister Manajemen Universitas
Diponegoro.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. 2008. Manaje-
men Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., Valarie. A. Zethaml, Leonard. L.
Berry. 1988. Servqual: A Multiple-Item Scale
For Measuring Consumer Perceptions Of Ser-
vice Quality. *Jurnal Retailing*. 64: 12-40.
- Parasuraman, Zeithmal, V.A, Berry, L.L. 1996. The
Behavioural Consequences of Service Quality.
Journal of Marketing, 60: 31 – 46.
- Siddiqi, K.O. 2011. Between Service Quality At-
tributes, Customer Satisfaction and Customer
Loyalty in the Retail Banking Sector in Ban-
gladesh. *International Journal of Business and
Management*, 6(3):12-36.
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. 2010. Pengaruh
Dimensi Kualitas Layanan Jasa Terhadap
Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewi-
rausahaan*, 164-173.
- Subangkit, Lulu, Samsul Bakrie, Susni Herwanti. 2014.
Faktor-faktor Kepuasan Pengunjung Di Pusat
Konservasi Gajah Taman Nasional Way Kam-
bas Lampung. *Jurnal Sylva Lestari*. 2: 101-110.
- Tjiptono, Fandy dkk. 2014. Pemasaran Jasa. Malang:
Bayumedia.
- Zeithmal, V.A., & Bitner, M.J. 2006. *Sevice Marketing*
4th ed.. New York: McGraw Hill, International
Edition.

PENGARUH INVESTMENT OPPORTUNITY SET DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA

Rosalina Evelince Homer

E-mail: rosalinaeh@gmail.com

ABSTRACT

The growth of the company will create many investment options that can be done by the company in the future. This investment option is then known as the Investment Opportunity Set. Funds used to make investment choices are not only derived from capital in the company itself but also from the sale of shares that involve investors. From the amount of funds invested by investors, of course investors expect a high return value of the investment they cultivate. This study aims to examine the influence of Investment Opportunity Set and capital structure on stock return with financial performance as intervening variable at manufacturing company in Indonesia stock exchange. Proxy Investment Opportunity Set used is Market to Book Value of Assets (MKTBKASS), Market to Book Value of Equity (MKTBKEQ), EPS / Price and Capital Expenditures to Book Value of Asset (CAPBVA) ratio. This research uses purposive sampling method in research sampling and conducted for 4 years observation that is year 2012-2015, and selected 30 samples of manufacturing company. Tests on the research variables conducted using AMOS. This shows that the greater the assets used by the company in running its business and the better the company's ability to obtain and manage its capital it will have a positive and significant effect on the stock return of the manufacturing sector companies.

Keywords: investment opportunity set, capital structure, stock return, financial performance

JEL Classification: G32

PENDAHULUAN

Fokus penilaian kinerja perusahaan saat ini tidak hanya pada laporan keuangan, banyak yang memandang bahwa nilai suatu perusahaan juga tercermin dari nilai investasi yang akan dikeluarkan di masa yang akan datang. Myers (1977) menggambarkan nilai suatu perusahaan sebagai sebuah kombinasi *assets in place* (aset yang dimiliki) dengan *investment options* (pilihan investasi) di masa depan. Gaver dan Gaver (1993) menyatakan bahwa nilai *investment options* ini tergantung pada *discretionary expenditures* yang dikeluarkan oleh manajer di masa depan. Pilihan-pilihan investasi yang dilakukan perusahaan di masa depan tersebut kemudian dikenal dengan *investment opportunity set* (Kallapur dan Trombley, 2001).

Investment opportunity set secara melekat tidak dapat diamati (*inherently unobservable*) dan bila diukur dengan satu proksi tunggal saja cenderung tidak sempurna (Norpratiwi, 2004), sedangkan Kallapur dan Trombley (2001) menjelaskan bahwa untuk mengukur

investment opportunity set harus digunakan banyak pendekatan agar dapat dilihat hubungannya dengan variabel-variabel lain yang sifatnya *observable*.

Banyak penelitian yang mengukur *investment opportunity set* untuk menentukan klasifikasi perusahaan apakah termasuk perusahaan bertumbuh (*growth firm*) atau perusahaan tidak bertumbuh (*nongrowth firm*) untuk kemudian dihubungkan terhadap berbagai macam kebijakan perusahaan. (Norpratiwi, 2004). Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dengan tingkat pengembalian sehingga dapat memaksimalkan harga saham. Bagi perusahaan, pertumbuhan tersebut diharapkan dapat meningkatkan investasi dalam perusahaan tersebut, sedangkan dampak positif dari pertumbuhan perusahaan bagi investor adalah tingginya *return* atas investasi yang mereka tanamkan. Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh 1) *investment opportunity set* terhadap kinerja keuangan; 2) kinerja keuangan terhadap *return* saham; 3) struktur modal terhadap *return* saham; 4) *investment opportunity set* terhadap *return* saham; dan 5) *investment opportunity set* terhadap *return* saham yang dimediasi oleh kinerja keuangan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Istilah *Investment Opportunity Set* muncul setelah dikemukakan oleh Myers (1977) yang memandang nilai suatu perusahaan sebagai sebuah kombinasi *assets in place* (aset yang dimiliki) dengan *investment options* (pilihan investasi) pada masa depan. Kole dalam Norpratiwi (2004) menyatakan nilai *investment options* ini tergantung pada *discretionary expenditures* yang dikeluarkan manajer di masa depan yang pada saat ini merupakan pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan *return* yang lebih besar dari biaya modal dan dapat menghasilkan keuntungan, sedangkan *assets in place* tidak memerlukan investasi semacam itu. Pilihan-pilihan investasi di masa yang akan datang ini kemudian dikenal dengan set kesempatan investasi atau *Investment Opportunity Set*.

Investment opportunity set merupakan nilai sekarang dari pilihan-pilihan perusahaan untuk membuat investasi di masa depan. Menurut Smith dan Watts (1992) dalam Hartono (2000) potensi pertumbuhan terlihat pada kesempatan investasi yang diprosikan

dengan berbagai kombinasi nilai *Investment Opportunity Set*. Munculnya istilah *Investment Opportunity Set* dikemukakan oleh Myers (1977) dalam Hartono (2000) yang menguraikan pengertian perusahaan, yaitu sebagai suatu kombinasi antara aktiva riil (*assets in place*) dan opsi investasi masa depan. Menurut Gaver dan Gaver (1993) opsi investasi masa depan tidak semata-mata hanya ditunjukkan dengan adanya proyek-proyek yang didukung oleh kegiatan riset dan pengembangan saja, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan dalam mengeksploitasi kesempatan mengambil keuntungan dibandingkan dengan perusahaan lain yang setara dalam suatu kelompok industrinya.

Proksi *Investment Opportunity Set* yang digunakan dalam bidang akuntansi dan keuangan digolongkan menjadi 3 jenis, yaitu (Kallapur dan Trombley, 2001), yaitu 1) Proksi *Investment Opportunity Set* yang berbasis pada harga merupakan proksi yang menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan sebagian dinyatakan dalam harga pasar. Proksi berdasarkan anggapan yang menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan secara parsial dinyatakan dalam harga-harga saham, dan perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi secara relatif untuk aktiva-aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dibandingkan perusahaan yang tidak tumbuh. *Investment Opportunity Set* yang didasari pada harga akan berbentuk suatu rasio sebagai suatu ukuran aktiva yang dimiliki dan nilai pasar perusahaan; 2) Proksi *Investment Opportunity Set* yang berbasis pada investasi merupakan proksi yang percaya pada gagasan bahwa suatu level kegiatan investasi yang tinggi berkaitan secara positif dengan nilai *Investment Opportunity Set* suatu perusahaan; 3) Proksi *Investment Opportunity Set* yang berbasis pada varian (*variance measurement*) merupakan proksi yang mengungkapkan bahwa suatu opsi akan menjadi lebih bernilai jika menggunakan variabilitas ukuran untuk memperkirakan besarnya opsi yang tumbuh, seperti variabilitas *return* yang mendasari peningkatan aktiva. Proksi *investment opportunity set* yang dipilih dalam penelitian ini adalah proksi *investment opportunity set* yang digunakan oleh Smith dan Watts (1992), Gaver & Gaver (1993), dan Norpratiwi (2004) sebagai proksi *investment opportunity set* paling valid sebagai proksi pertumbuhan. Proksi-proksi tersebut adalah 1) Rasio *Market to Book Value of Asset* (MKTBKASS) sebagai rasio nilai buku

aktiva terhadap nilai pasar, proksi ini secara konsisten memiliki korelasi yang signifikan dengan realisasi pertumbuhan perusahaan; 2) Rasio *Market to Book Value of Equity* (MKTBKEQ) sebagai Rasio nilai buku ekuitas terhadap nilai pasar, karena dapat mencerminkan besarnya *return* dari aktiva yang ada dan investasi yang diharapkan di masa yang akan datang akan melebihi *return* dari ekuitas yang diinginkan; 3) Rasio *EPS/Price* sebagai Rasio laba per lembar saham, rasio ini digunakan untuk mengukur pertumbuhan perusahaan dilihat dari *earning*.

Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing dan modal sendiri (ekuitas). Modal asing diartikan dalam hal ini adalah utang baik jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Sedangkan modal sendiri (ekuitas) dapat terbagi atas laba ditahan dan dapat juga dengan penyertaan kepemilikan perusahaan. Struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan hutang jangka panjang dengan ekuitas (Riyanto, 2001). Struktur modal merupakan cermin dari kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan jenis sekuritas yang dikeluarkan, karena masalah struktur modal adalah erat hubungannya dengan masalah kapitalisasi, dimana disusun dari jenis-jenis funds yang membentuk kapitalisasi adalah struktur modalnya. Keputusan struktur modal berkaitan dengan pemilihan sumber dana baik yang berasal dari dalam maupun dari luar, sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Sumber dana perusahaan dari internal berasal dari laba ditahan dan depresiasi.

Tingkat keuntungan (*return*) adalah rasio antara pendapatan investasi selama beberapa periode dengan jumlah dana yang diinvestasikan. Pada umumnya investor mengharapkan keuntungan yang tinggi dengan risiko kerugian yang sekecil mungkin, sehingga para investor berusaha menentukan tingkat keuntungan investasi yang optimal dengan menentukan konsep investasi yang memadai. Konsep ini penting karena tingkat keuntungan yang diharapkan dapat diukur. Dalam hal ini tingkat keuntungan dihitung berdasarkan selisih antara *capital gain* dan *capital loss*. Rata-rata *return* saham biasanya dihitung dengan mengurangkan harga saham periode tertentu dengan harga saham periode sebelumnya dibagi dengan harga saham sebelumnya (Hartono, 2000).

Menurut Usman (2004), komponen *return* terdiri dari dua jenis yaitu *current income* (pendapatan

lancar), dan *capital gain* (keuntungan selisih harga). *Current income* merupakan keuntungan yang diperoleh melalui pembayaran yang bersifat periode seperti pembayaran bunga deposito, bunga obligasi, dividen dan sebagainya. *Current income* disebut sebagai pendapatan lancar, karena keuntungan yang diterima biasanya dalam bentuk kas, sehingga dapat diuangkan secara cepat, seperti bunga atau jasa giro, dan dividen tunai, juga dapat dalam bentuk setara kas seperti bonus atau dividen saham yaitu dividen yang dibayarkan dalam bentuk saham dan dapat dikonversikan menjadi uang kas.

Kinerja keuangan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimana pun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Perusahaan wajib mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan yang bersangkutan, oleh karena itu diperlukan transparansi atau pengungkapan informasi laporan keuangan perusahaan yang bertujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan, serta sebagai dasar pengambilan keputusan (Gunawan dan Dewi, 2008).

Menurut Tandelilin (2009) menyatakan bahwa besarnya tingkat pengembalian perusahaan dapat dilihat melalui besar kecilnya laba perusahaan tersebut. Jika laba perusahaan tinggi maka tingkat pengembalian investasi (ROA) perusahaan akan tinggi sehingga para investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut, sehingga harga saham tersebut akan mengalami kenaikan. Menurut Ang (1997) dalam Alexander dan Destriana (2013) jika kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktiva yang digunakan akan berdampak pada para pemegang saham perusahaan tersebut. *Return on Asset* (ROA) yang semakin meningkat menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik dan para pemegang saham akan memperoleh keuntungan yang semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya keuntungan perusahaan akan menjadi daya tarik bagi para investor dan atau calon investor untuk menanamkan dananya ke dalam perusahaan tersebut.

Kinerja keuangan perusahaan adalah, hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Untuk menilai kin-

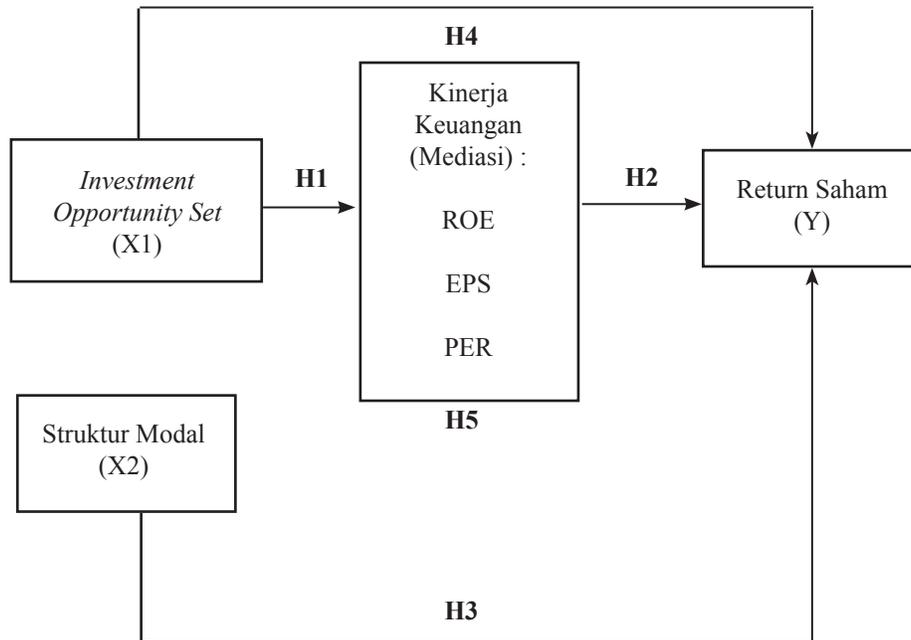
erja keuangan perlu mengkaitkan kinerja keuangan komulatif dengan keputusan-keputusan itu. Analisis kinerja keuangan didasarkan pada data keuangan yang dipublikasikan menggunakan prinsip-prinsip akuntansi yang lazim digunakan (Helfet, 1997). Peningkatan kinerja perusahaan yang merupakan tujuan dari kebijakan mikro dari privatisasi dapat dilihat pada hasil penelitian yang dilakukan Boardman, Laurin & Vining di Kanada (2002), di China oleh Sun, Tong & Tong, di India oleh Nandini Gupta (2001), Juliet, Megginson & Robert Nash (2001). Hasil-hasil penelitian para ahli tersebut menunjukkan bahwa perusahaan negara setelah diprivaitisasi mempunyai performance yang lebih baik dibanding sebelum privatisasi.

Bagi investor, informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Apabila kinerja perusahaan baik maka nilai usaha akan tinggi. Dengan nilai usaha yang tinggi

membuat para investor melirik perusahaan tersebut untuk menanamkan modalnya sehingga akan terjadi kenaikan harga saham. Atau dapat dikatakan bahwa harga saham merupakan fungsi dari nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1:** *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan
- H2:** Kinerja Keuangan berpengaruh positif terhadap *Return Saham*.
- H3:** Struktur Modal berpengaruh positif terhadap *Return Saham*
- H4:** *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap *Return Saham*
- H5:** *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif terhadap *Return Saham* dengan dimediasi oleh Kinerja Keuangan

Berdasar hipotesis penelitian, maka model penelitian disusun sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Model

Perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2012-2015. Pengambilan sampel perusahaan manufaktur menggunakan metode *Purposive Sampling (Judgement)*. Metode *Purposive Sampling (Judgement)* atau pengambilan sampel bertujuan berdasarkan pertimbangan tertentu merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang melibatkan pemilihan subjek yang berada di tempat paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan (Sekaran, 2006).

Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini 1) perusahaan yang dijadikan sampel harus memiliki umur lebih dari 5 tahun pada tahun pengamatan; 2) perusahaan yang dijadikan sampel harus mempublikasikan secara lengkap laporan keuangan tahun 2012-2015; 3) perusahaan yang dijadikan sampel tidak mengalami penurunan asset selama tahun pengamatan; 4) perusahaan yang dijadikan sampel tidak memiliki total ekuitas dan laba yang negatif selama tahun pengamatan; 5) perusahaan yang dijadikan sampel tidak boleh memiliki return = 0 selama tahun pengamatan. Berdasar kriteria tersebut, maka diperoleh 30 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel dalam penelitian.

Data penelitian bersumber dari data sekunder yaitu data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang kriterianya telah disebutkan sebelumnya. Data yang digunakan yaitu

data total asset, total ekuitas, harga penutupan saham, jumlah saham beredar, penambahan aktiva tetap yang diambil dari *website* Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu *www.jsx.co.id* dan dari situs *YAHOO finance*. Peneliti menggunakan data *return* harian dan laporan keuangan perusahaan dari tahun 2012 hingga 2015, data laporan keuangan, data rasio keuangan ROE, EPS, dan PER emiten.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *return* saham. *Return* Saham adalah rasio antara pendapatan investasi selama beberapa periode dengan jumlah dana yang diinvestasikan (Hartono, 2000). *Return* saham dihitung dengan rumus :

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t}}$$

Keterangan:

$R_{i,t}$ = Return Saham i pada Tahun t

$P_{i,t}$ = Harga Penutupan Saham pada hari tertentu

$P_{i,t-1}$ = Harga Penutupan Saham hari tertentu-1

Variabel independen dalam penelitian adalah *Investment Opportunity Set* dan Struktur Modal. Proksi-proksi yang mewakili nilai *investment opportunity set* dan kemudian dijadikan variabel independen adalah MKTBKASS, MKTBKEQ, dan E/P, serta DER untuk struktur modal. Proksi-proksi dan Struktur Modal tersebut dihitung dengan menggunakan rumus seperti berikut (Norpratiwi, 2004) :

$$MKTBKASS = \frac{T.Aset - T.Ekuitas + (\text{jumlah lembar saham beredar} \times \text{harga penutupan saham})}{\text{Total aset}}$$

Keterangan:

Total Aset : Total kekayaan perusahaan

Total Ekuitas : Modal yang berasal dari penjualan saham

Jumlah Lembar Saham Beredar : jumlah lembar saham yang beredar

Harga Penutupan Saham : harga jual penutupan saham akhir tahun

$$MKTBKEQ = \frac{(\text{jumlah lembar saham beredar} \times \text{harga penutupan saham})}{\text{Total ekuitas}}$$

Keterangan:

Jumlah Lembar Saham Beredar : jumlah lembar saham yang beredar

Harga Penutupan Saham : harga jual penutupan saham akhir tahun

Total Ekuitas : Modal yang berasal dari penjualan saham

$$\text{EPS/Price} = \frac{\text{Laba per lembar saham}}{\text{Harga saham}}$$

Keterangan:

Labar per lembar saham : Laba bersih perusahaan dibagi dengan jumlah lembar saham yang beredar
 Harga saham : Harga penutupan saham akhir tahun

$$\text{DER} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total modal}}$$

Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah Kinerja Keuangan. Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan maka digunakan ROE (*Return On Equity*), EPS (*Earnings Per Share*), dan PER (*Price Earnings Ratio*). Variabel-variabel yang dipilih dibatasi pada analisis yang dilakukan, hal ini karena banyaknya variabel yang turut mempengaruhi harga saham. Untuk lebih jelasnya, variabel-variabel mediasi tersebut adalah :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{modal sendiri}} \times 100$$

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba bersih-dividen saham preferen}}{\text{rata-rata tertimbang jumlah saham biasa yang beredar}}$$

$$\text{PER} = \frac{\text{Nilai pasar per saham}}{\text{Laba per saham}}$$

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini mengambil sampel 30 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk kemudian dilihat rasio pertumbuhannya melalui proksi *Investment Opportunity Set* yang kemudian dihubungkan dengan variabel *return* saham. Perusahaan yang dijadikan sampel bergerak dalam bidang usaha barang konsumsi, industri rokok, industri tekstil, industri otomotif, industri semen dan juga industri kimia. Semua perusahaan sampel termasuk kedalam kategori perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Alat uji *Goodness of fit Index* merupakan alat uji yang memungkinkan pengaruh jumlah sampel menjadi kurang sensitif dalam proses pengambilan keputusan. Dalam uji GFI ini secara teoritis bahwa semakin hasil GFI mendekati angka 1 maka akan semakin baik model

penelitian dalam menjelaskan data (Santoso, 2007).

Tabel 1
Hasil Uji GFI

Model	GFI
Default model	.997
Saturated model	1.000
Independence model	.545

Berdasar Tabel 1, nampak nilai dari GFI pada model penelitian adalah sebesar 0.997. Oleh karena nilainya berada di antara 0 sampai 1 bahkan mendekati angka 1 maka dikatakan bahwa model penelitian dalam penelitian ini cukup baik dalam menjelaskan data yang ada.

Hipotesis 1 penelitian ini adalah *Investment Opportunity Set* berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hipotesis statistik dapat disusun sebagai berikut:

$H_{01} : b_1 = 0$, Variabel *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja keuangan

$H_{a1} : b_1 \neq 0$, Variabel *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja keuangan

Oleh karena nilai *p value* sebesar 0.000 yang berarti nilainya kurang dari batas signifikansi sebesar 0.05, maka disimpulkan bahwa hipotesis penelitian 1 yang menyatakan bahwa variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja keuangan diterima atau dengan kata lain variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja keuangan.

Hipotesis 2 penelitian ini adalah kinerja keuangan berpengaruh signifikan pada *return* saham. Hipotesis statistik dapat disusun sebagai berikut:

$H_{02} : b_2 = 0$, Variabel kinerja keuangan tidak berpenga-

ruh positif dan signifikan pada *return* saham

$H_{a2} : b_2 \neq 0$, Variabel kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham

Oleh karena nilai *p value* sebesar 0.000 yang berarti nilainya kurang dari batas signifikansi sebesar 0.05, maka disimpulkan bahwa hipotesis penelitian 2 yang menyatakan variabel kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham diterima atau dengan kata lain variabel kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham.

Hipotesis 3 penelitian ini adalah struktur modal berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hipotesis statistik dapat disusun sebagai berikut:

$H_{03} : b_3 = 0$, Variabel struktur modal tidak berpengaruh positif dan signifikan pada *return* saham

$H_{a3} : b_3 \neq 0$, Variabel struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham

Oleh karena nilai *p value* sebesar 0.000 yang berarti nilainya kurang dari batas signifikansi sebesar 0.05, maka disimpulkan bahwa hipotesis penelitian 3 yang menyatakan variabel struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham diterima atau dengan kata lain variabel struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham.

Hipotesis 4 penelitian ini adalah *Investment Opportunity Set* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hipotesis statistik dapat disusun sebagai berikut:

$H_{04} : b_4 = 0$, Variabel *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh positif dan signifikan pada *return* saham

$H_{a4} : b_4 \neq 0$, Variabel *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham

Oleh karena nilai *p value* sebesar 0.000 yang berarti nilainya kurang dari batas signifikansi sebesar 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian 4 yang menyatakan variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham diterima atau dengan kata lain variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham.

Hipotesis 5 penelitian ini adalah *Investment Opportunity Set* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan. Hipotesis statistik dapat disusun sebagai berikut:

$H_{05} : b_5 = 0$, Variabel *Investment Opportunity Set* tidak berpengaruh positif dan signifikan pada *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan

$H_{a5} : b_5 \neq 0$, Variabel *Investment Opportunity Set* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan.

Oleh karena nilai *p value* sebesar 0.000 yang berarti nilainya kurang dari batas signifikansi sebesar 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian 5 yang menyatakan variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan diterima atau dengan kata lain variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan.

PEMBAHASAN

Berdasar hasil penelitian, maka dapat dibahas sebagai berikut. Hipotesis penelitian pertama yaitu *Investment Opportunity Set* berpengaruh terhadap kinerja keuangan dapat dibuktikan signifikannya yang artinya hipotesis penelitian satu diterima. Hal ini berarti *Investment Opportunity Set* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari prospek pertumbuhan. Prospek pertumbuhan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak manajemen (pihak internal) dan investor serta kreditor (pihak eksternal). Pertumbuhan tersebut diharapkan dapat memberikan aspek positif bagi perusahaan seperti ada peluang berinvestasi di perusahaan tersebut. Prospek perusahaan yang tumbuh bagi investor merupakan suatu prospek yang menguntungkan, karena investasi yang ditanamkan diharapkan akan memberikan return yang tinggi. Penelitian Jones, Steward dan Rohit Sharma, (2001) menunjukkan bahwa perusahaan yang tumbuh akan direspon oleh pasar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar hasil analisis dan pembahasan, maka disimpulkan bahwa 1) *Investment Opportunity Set* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari prospek pertumbuhan. Prospek per-

tumbuhan merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak manajemen (pihak internal) dan investor serta kreditur (pihak eksternal). Pertumbuhan tersebut diharapkan dapat memberikan aspek positif bagi perusahaan seperti ada peluang berinvestasi di perusahaan tersebut. Prospek perusahaan yang tumbuh bagi investor merupakan suatu prospek yang menguntungkan, karena investasi yang ditanamkan diharapkan akan memberikan return yang tinggi. Hipotesis penelitian 2 yang menyatakan variabel kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham diterima atau dengan kata lain variabel kinerja keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham. Hipotesis penelitian 3 yang menyatakan variabel struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham diterima atau dengan kata lain variabel struktur modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham. Hipotesis penelitian 4 yang menyatakan variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham diterima atau dengan kata lain variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham. Hipotesis penelitian 5 yang menyatakan variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan diterima atau dengan kata lain variabel *Investment Opportunity Set* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *return* saham dengan dimediasi oleh kinerja keuangan.

Saran

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain 1) jumlah perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian sangat kecil, meskipun penelitian ini menggunakan *pooled data*; 2) sampel tidak dikelompokkan menjadi perusahaan tumbuh dan tidak tumbuh. Hal ini karena telah dimasukkannya kriteria *return* tidak sama dengan 0 dan secara intuitif proksi dari IOS yang digunakan dalam penelitian ini merupakan proksi yang valid sebagai variabel proksi IOS; 3) penelitian ini menggunakan *standardized estimates* dari software AMOS, sehingga nilai konstan persamaan regresi tidak dapat ditunjukkan. Berdasar simpulan dan keterbatasan penelitian diatas, implikasi bagi para pelaku

pasar modal dan penelitian yang akan datang adalah 1) bagi para (calon) investor yang akan melakukan transaksi saham di Bursa Efek Indonesia khususnya pada perusahaan manufaktur hendaknya tetap lebih memperhatikan kondisi pertumbuhan suatu perusahaan; 2) bagi penulis sendiri apa yang telah didapatkan dari penelitian ini mudah-mudahan bisa mendorong semangat untuk terus melakukan analisis selanjutnya dengan harapan nantinya bisa dipraktikkan pada situasi yang sebenarnya; 3) untuk memudahkan para investor dalam menganalisis keadaan pasar modal, maka hendaknya bursa efek memberikan informasi yang lengkap. Oleh karena itu para emiten juga diharapkan dapat memberikan laporan keuangan perusahaannya secara riil dan tepat waktu, sehingga informasi ini dapat memberikan secara nyata prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang proksi-proksi IOS yang mempengaruhi pertumbuhan suatu perusahaan, semakin banyak proksi IOS yang dipergunakan akan semakin tinggi *power of test*-nya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. 1998. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: BPF.
- Gaver J. Jennifer. dan Keneth M.Gaver. 1993. Additional Evidence on the Association between the Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Deviden, and Compensation Policies. *Financial Management*, 24:19-32.
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, Jogiyanto. 1999. Agency Cost Explanation for Deviden Payment. *Working Paper*, UGM.
- _____. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPF
- Kallapur, Sanjay. dan Mark A Trombley. 1999. The Association between Investment Opportunity Set Proxies and Realized Growth. *Journal of*

Bussiness Finance & Accounting, 26:505-519.

_____. 2001. The Investment Opportunity Set :
Determinants, Consequnces and Measurement.
Managerial Finance, 27:3.

Myers, S. 1977. Determinants of Corporate Borrowing. *Journal Financial Economics*, 5:147-175.

Norpratiwi, M.V. Agustina. 2004. Analisis Korelasi *Investment Opportunity Set* terhadap *Return Saham*. *Tesis. Tidak Dipublikasikan*. UGM.

Nugroho, A., Julianto dan Jogiyanto Hartono. 2002. *Confirmatory factor Analysis* Gabungan proksi *Investment Opportunity Set* dan Hubungannya terhadap Realisasi Pertumbuhan. *Simposium Nasional Akuntansi V*.

Rahmawati, Nina. 2006. Analisis Hubungan Set Desempatan Investasi dengan Pendanaan Perusahaan dan Kebijakan Deviden Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Indonesia.

Rokhayati, Isnaeni. 2005. Analisis Hubungan IOS dengan Realisasi Pertumbuhan serta Perbedaan Perusahaan yang Tumbuh dan Tidak Tumbuh Terhadap Kebijakan Pendanaan dan Deviden di BEJ. *SMART*, 1(2): 41-60.

Sami, Heibatollah, S.M Simon Ho and C.K Kevin Lam. 1999. Association Between IOS and Corporate Financing, Deviden, Leasing, and Compensation Policies. *Working Paper*, UGM.

Santoso, Singgih. 2007. *Structural Equating Modelling Konsep dan Aplikasi dengan AMOS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Asri Paramastri

E-mail: asriparamastri_paramastri@ymail.com

ABSTRACT

This study aimed to analyze the effect of intellectual capital and leverage on corporate value and financial performance as an intervening variable. The population in this research is manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2012, 2013, 2014 and 2015. The sample was taken by purposive sampling technique in order to obtain a total sample of 61 companies. Data analysis was performed by using path analysis (path analysis) with a computer program AMOS VERSION 7. Results of tests performed intellectual capital showed significant positive effect on the company's financial performance. Leverage does not significantly influence the company's financial performance. The financial performance of the company significant positive effect on firm value. Intellectual capital significant positive effect on firm value. Leverage does not significantly influence the value of the company. The financial performance of the company can't mediate the effect of intellectual capital on firm value. The financial performance of the company can't mediate the effect of leverage on firm value

Keywords: intellectual capital, leverage, the value of the company's financial performance

JEL Classification: O32, O34

PENDAHULUAN

Modal intelektual (*intellectual capital/IC*) mulai muncul menjadi topik yang baru dalam dunia akuntansi internasional pada era 1990 an. Di Indonesia, kejadian ini mulai dibahas pada saat munculnya Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 19 (revisi 2009) tentang aktiva tidak berwujud. Berdasarkan PSAK No. 19 disebutkan bahwa aktiva tidak berwujud adalah aktiva nonmoneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau untuk tujuan administratif (IAI, 2007).

Modal intelektual menjadi trend topik di Indonesia dan menjadi suatu fokus untuk IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) untuk mencari pengukuran serta pengungkapannya secara tepat. Selama beberapa tahun terakhir, penelitian tentang modal intelektual merupakan topik yang menari bagi para peneliti akuntansi maupun praktisi. Dikarenakan perkembangan teknologi dan persaingan yang memaksa perusahaan untuk mengubah cara berbisnis mereka berdasarkan tenaga kerja (*labor based bussiness*) menuju pada bisnis berdasarkan pengetahuan (*knowledge based bussiness*), sehingga karakteristik utama perusahaan menjadi perusahaan berdasarkan pengetahuan (Solkah *et al.*, 2010).

Para pelaku bisnis mulai menyadari bahwa kemampuan bersaing tidak hanya terletak pada kepemilikan aset berwujud, tetapi lebih pada inovasi, sistem informasi, pengelolaan organisasi dan sumber daya organisasi yang dimilikinya. Oleh karena itu, organisasi bisnis semakin menitik beratkan pentingnya aset pengetahuan sebagai salah satu bentuk dari aset tak berwujud (Agnes. 2008).

Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penilaian dan pengukuran aset tidak berwujud tersebut adalah *Intellectual Capital* (Petty dan Guthrie, 2000 dalam Subkhan dan Citraningrum, 2010). *International Federation of Accountant* (IFAC) dalam Widiyaningrum (2004) mendefinisikan modal intelektual (*intellectual capital*) sebagai *intellectual property*, *intellectual asset*, *knowledge asset* yang dapat diartikan sebagai saham atau modal yang berbasis pada pengetahuan yang dimiliki perusahaan. Menurut Widiyaningrum (2004), modal intelektual merupakan sumber daya berupa pengetahuan yang tersedia pada perusahaan dan akan mendatangkan keuntungan di masa depan bagi perusahaan, dimana pengetahuan tersebut akan menjadi modal intelektual bila diciptakan, dipelihara dan ditransformasi serta diatur dengan baik.

Menurut para praktisi bahwa modal intelektual terdiri dari tiga elemen utama (Stewart, 1998; Sveiby, 1997; Saint-Onge, 1996; Bontis 2000 dalam Sawarjuno dan Kadir, 2003) yaitu *human capital* (modal manusia), *structural capital* atau *organizational capital* (modal organisasi) dan *relational capital* atau *customer capital* (modal pelanggan). Pulic (2000) mengajukan pengukuran tidak langsung untuk mengukur *intellectual capital* yakni menggunakan metode VAIC™ (*Value Added Intellectual Capital Coefficient*), yakni suatu metode yang menggunakan pendekatan tidak langsung untuk mengukur *intellectual capital* dengan mengukur efisiensi dari nilai tambah sebagai hasil kemampuan intelektual perusahaan.

Komponen utama dari VAIC terdiri dari sumber daya perusahaan, yakni *physical capital* (VACA- *value added capital employed*), *human capital* (VAHU- *value added human capital*), dan *structural capital* (STVA-*structural capital value added*). Hubungan VAIC dengan kinerja keuangan telah dibuktikan secara empiris oleh penelitian Chen *et al*, (2005) dengan menggunakan model Pulic (VAIC™) untuk menguji hubungan antara *Intellectual Capital* dengan

nilai pasar dan kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan sampel perusahaan publik di Taiwan. Hasilnya menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* (VAIC™) berpengaruh secara positif terhadap nilai pasar dan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pihak stakeholders, akademisi dan pihak organisasi profesi akuntansi. Pertama, penelitian ini dengan variabel intervening yaitu kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan EPS (*earnings per share*). Karena EPS dapat digunakan dalam pengambilan keputusan operasi, investasi dan pembiayaan. Kedua, pada penelitian ini menambah variabel independen yaitu *leverage*. Alasan menambah variabel ini karena perusahaan pada umumnya bertujuan utama menghasilkan keuntungan, sedangkan hutang dapat memiliki pengaruh baik ataupun buruk bagi perusahaan. Fenomena ini dibuktikan dengan kenyataan bahwa di satu sisi, perusahaan harus dapat menghasilkan keuntungan untuk dapat menutupi kewajibannya terhadap para pemegang saham dan untuk menghindari melakukan pinjaman kepada pihak eksternal demi kelangsungan hidup perusahaan. Namun hal ini tidak sepenuhnya benar karena pada perusahaan tertentu yang bonafit, hutang digunakan sebagai alat untuk meningkatkan *profitabilitas* perusahaan sehingga fenomena inilah yang menarik untuk diteliti.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori sumber daya (*Resource-Based Theory*) membahas bagaimana perusahaan dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai keunggulan kompetitif. Sumber daya perusahaan adalah heterogen, tidak homogen, jasa produktif yang tersedia berasal dari sumber daya yang memberikan karakteristik yang unik bagi tiap-tiap perusahaan. Jay Barney, 1991 dalam Pramestiningrum (2013), menjelaskan bahwa menurut pandangan *Resource-Based Theory* perusahaan akan semakin unggul dalam persaingan usaha dan mendapatkan kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai, dan memanfaatkan aset-aset strategis yang penting (aset berwujud dan tidak berwujud).

Berdasar teori *stakeholder*, manajemen organisasi diharapkan untuk melakukan aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka dan

melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut pada *stakeholder* atau semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa seluruh *stakeholder* memiliki hak untuk disediakan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi *stakeholder* (contohnya melalui *sponsorship* dan inisiatif pengamanan) bahkan ketika *stakeholder* memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan bahkan ketika *stakeholder* tidak dapat secara langsung memainkan peran yang konstruktif dalam kelangsungan hidup organisasi (Watts dan Zimmerman, 1986:348). Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajer korporasi mengerti lingkungan *stakeholder* mereka dan melakukan pengelolaan dengan lebih efektif di lingkungan perusahaan mereka.

Menurut Syahyunan (2013:221), teori MM dengan pajak dianggap realistis dan kemudian MM memasukkan faktor pajak ke dalam teorinya. Pajak dibayarkan kepada pemerintah, yang berarti merupakan aliran kas keluar. Utang bisa digunakan untuk menghemat pajak, karena biaya bunga bisa dipakai sebagai pengurang pajak. Dalam teori MM dengan pajak ini terdapat dua preposisi, yaitu 1) Preposisi – I, nilai perusahaan yang berutang sama dengan nilai dari perusahaan yang tidak berutang ditambah dengan penghematan pajak karena bunga utang. Implikasi dari preposisi-I ini adalah pembiayaan dengan utang sangat menguntungkan dan MM menyatakan bahwa struktur modal optimal perusahaan adalah seratus persen utang; 2) Preposisi – II, implikasi preposisi II ini adalah penggunaan utang yang semakin banyak akan meningkatkan biaya modal saham. Menggunakan hutang yang lebih banyak, berarti menggunakan modal yang lebih murah, sehingga akan menurunkan biaya modal rata-rata tertimbangnya. Teori MM tersebut sangat kontroversial. Implikasi teori tersebut adalah perusahaan sebaiknya menggunakan utang sebanyak-banyaknya.

Merton Miller pada tahun 1976 memasukkan beberapa dampak pajak pribadi, yaitu: (1) bunga sebagai pengurang pajak menguntungkan penggunaan pendanaan dengan utang, tetapi (2) perlakuan pajak atas penghasilan dari saham yang lebih menguntungkan menurunkan tingkat pengembalian yang diminta atas saham dan karenanya menguntungkan penggunaan pendanaan ekuitas. Sulit untuk menentukan dampak

bersih dari kedua faktor tersebut. Namun, sebagian besar pengamat percaya bahwa bunga yang dapat menjadi pengurang pajak akan memiliki dampak yang paling kuat, sehingga sistem pajak akan menguntungkan penggunaan utang oleh perusahaan (Brigham dan Houston, 2011:181-182).

Menurut *trade off theory* yang dikemukakan oleh Myers (2001) bahwa perusahaan akan berutang sampai pada tingkat hutang tertentu, dimana penghematan pajak (*tax shields*) dari tambahan utang sama dengan biaya kesulitan keuangan (*financial distress*). Biaya kesulitan keuangan (*financial distress*) adalah biaya kebangkrutan (*bankruptcy costs*) atau *reorganization*, dan biaya keagenan (*agency costs*) yang meningkat akibat dari turunnya kredibilitas suatu perusahaan. *Trade off theory* dalam menentukan struktur modal yang optimal memasukkan beberapa faktor antara lain pajak, biaya keagenan (*agency cost*) dan biaya kesulitan keuangan (*financial distress*).

Tetapi tetap mempertahankan asumsi efisiensi pasar dan symmetric information sebagai imbalan dan manfaat penggunaan utang. Tingkat utang yang optimal tercapai ketika penghematan pajak (*tax shield*) mencapai jumlah yang maksimal terhadap biaya kesulitan keuangan (*cost of financial distress*). *Trade-off theory* mempunyai implikasi bahwa manajer akan berpikir antara penghematan pajak dan biaya kesulitan keuangan dalam penentuan struktur modal. Perusahaan-perusahaan dengan tingkat *profitabilitas* yang tinggi tentu akan berusaha mengurangi pajaknya dengan cara meningkatkan rasio utangnya, sehingga tambahan utang tersebut akan mengurangi pajak (Syahyunan, 2013:228).

Teori sinyal menyatakan bahwa terdapat kandungan informasi pada pengungkapan suatu informasi yang dapat menjadi sinyal bagi investor dan pihak potensial lainnya dalam mengambil keputusan ekonomi. Suatu pengungkapan dikatakan mengandung informasi apabila dapat memicu reaksi pasar, yaitu dapat berupa perubahan harga saham atau *abnormal return*. Apabila pengungkapan tersebut memberikan dampak positif berupa kenaikan harga saham, maka pengungkapan tersebut merupakan sinyal positif. Namun jika pengungkapan tersebut memberikan dampak negatif, maka pengungkapan tersebut merupakan sinyal negatif. Ini sejalan dengan penelitian Mohammadi (2005) yang menyatakan bahwa suatu pengungkapan laporan

tahunan perusahaan merupakan informasi yang penting dan dapat mempengaruhi investor dalam proses pengambilan keputusan.

Sangkala (2006:40) menyebutkan bahwa *intellectual capital* sebagai *intellectual material*, yang meliputi pengetahuan, informasi, kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat digunakan secara bersama untuk menciptakan kekayaan (*wealth*). Pada umumnya peneliti menyatakan komponen *intellectual capital* terdiri dari tiga komponen utama di antaranya 1) *Human Capital*, merupakan kemampuan yang dimiliki karyawan suatu perusahaan dalam menciptakan maupun menghasilkan suatu produk serta kemampuan karyawan untuk berinteraksi dengan pelanggan; 2) *Structural Capital*, merupakan kemampuan organisasi atau perusahaan dalam memenuhi proses rutinitas perusahaan dan strukturnya yang mendukung usaha karyawan; 3) *Customer Capital* atau *Relation Capital*, merupakan komponen modal intelektual yang memberikan nilai secara nyata. *Relational capital* merupakan hubungan yang harmonis/*association network* yang dimiliki oleh perusahaan dengan para mitranya.

Pengaruh *Intellectual Capital* (VAIC™) terhadap Kinerja Keuangan

Berdasar *resource based theory* dan *stakeholders theory* diprediksi bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ketika kinerja keuangan perusahaan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien, perusahaan akan memperoleh *return* yang lebih tinggi. Hal itu akan berpengaruh pada besarnya *earning per share* (EPS). *Return* yang diterima per lembar saham dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan calon investor untuk menentukan keputusan investasi.

Penelitian Ulum (2008) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh *intellectual capital* (VAIC™) terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Intellectual capital* juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan masa depan. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Para kreditur secara umum lebih menyukai

jika rasio utang yang dimiliki perusahaan lebih rendah karena semakin rendah rasio utang maka semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor atas risiko tidak terbayarnya utang (Sudana, 2009). Namun disisi lain perusahaan lebih menginginkan rasio hutang yang relatif tinggi karena dengan rasio utang yang tinggi, perusahaan akan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi pula ketika perekonomian negara dalam kondisi normal, namun sebaliknya perusahaan akan mengalami risiko yang tinggi pula apabila kondisi perekonomian negara sedang mengalami resesi. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan

Pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dalam hubungannya dengan teori *stakeholder*, dijelaskan bahwa seluruh aktivitas perusahaan bermuara pada penciptaan nilai atau *value creation*, kepemilikan serta pemanfaatan sumber daya intelektual memungkinkan perusahaan mencapai keunggulan bersaing dan meningkatkan nilai tambah (Sunarsih dan Mendra, 2012). Investor akan memberikan penghargaan lebih kepada perusahaan yang mampu menciptakan nilai tambah secara berkesinambungan.

Kinerja keuangan yang baik dapat dilihat dari pemanfaatan *intellectual capital* yang baik oleh perusahaan. Perusahaan tidak bisa secara langsung mengatakan kinerja keuangannya baik. Semua perusahaan memiliki kecenderungan untuk mengatakan kinerja keuangannya baik. Jika kinerja keuangan perusahaan benar-benar baik maka perusahaan harus memberi signal kepada pihak eksternal dengan melakukan tindakan atau kebijakan yang tidak bisa dilakukan oleh perusahaan lain yang tidak memiliki kinerja yang sama. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₃: Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Intellectual Capital* (VAIC™) terhadap Nilai Perusahaan

Semakin efisien manajemen perusahaan menggunakan aset berwujud dan aset tak berwujud maka

semakin tinggi *value added* yang dihasilkan perusahaan untuk mensejahterakan *stakeholders*. Berdasar keunggulan kompetitif dan nilai tambah perusahaan itu maka investor yang juga merupakan *stakeholders* akan memberikan penghargaan lebih kepada perusahaan dengan berinvestasi lebih tinggi pada *intellectual capital*. Dimana hal tersebut sesuai dengan pandangan teori stakeholder. Dalam Penelitian terdahulu yang dilakukan Chen *et al.* (2005) Modal intelektual mempunyai pengaruh positif terhadap nilai pasar. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₄: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan utang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan utang (*external financing*) memiliki risiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan utang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasetyorini, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh Maryadi, dkk. (2012). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Gill dan Obradovich (2012) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Asgharian (2003) menyimpulkan jika perusahaan yang mempunyai *leverage* tinggi, maka akan ada kemungkinan kehilangan pangsa pasar karena tingginya risiko yang diberikan pelanggannya atau karena respon agresif dari pesaingnya. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₅: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Intellectual capital mempunyai pengaruh posi-

tif terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan *Earning per share (EPS)*. Sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Chan *et al.* (2005), Tan *et al.* (2007) dan Harahap (2014).

Jadi, semakin besar VAIC™ maka semakin efisien penggunaan modal perusahaan sehingga menciptakan *value added* bagi perusahaan (Appuhami, 2007). Sehingga dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan, karena nilai pasar diciptakan oleh modal-modal yang digunakan perusahaan termasuk di dalamnya modal intelektual. Jika suatu perusahaan mampu mengelola dan terus meningkatkan ketiga komponen modal intelektual yang dimiliki dengan baik, maka dapat meningkatkan kinerja keuangan, sehingga dapat menarik perhatian investor untuk berinvestasi karena investor memberi nilai yang tinggi pada perusahaan.

Menurut Sunarsih dan Mendra, (2012), *intellectual capital* berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan. *Intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Kinerja keuangan mampu memediasi hubungan antara modal intelektual dan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda-beda tersebut perlu dilanjutkan dengan menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel intervening yang memediasi pengaruh antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

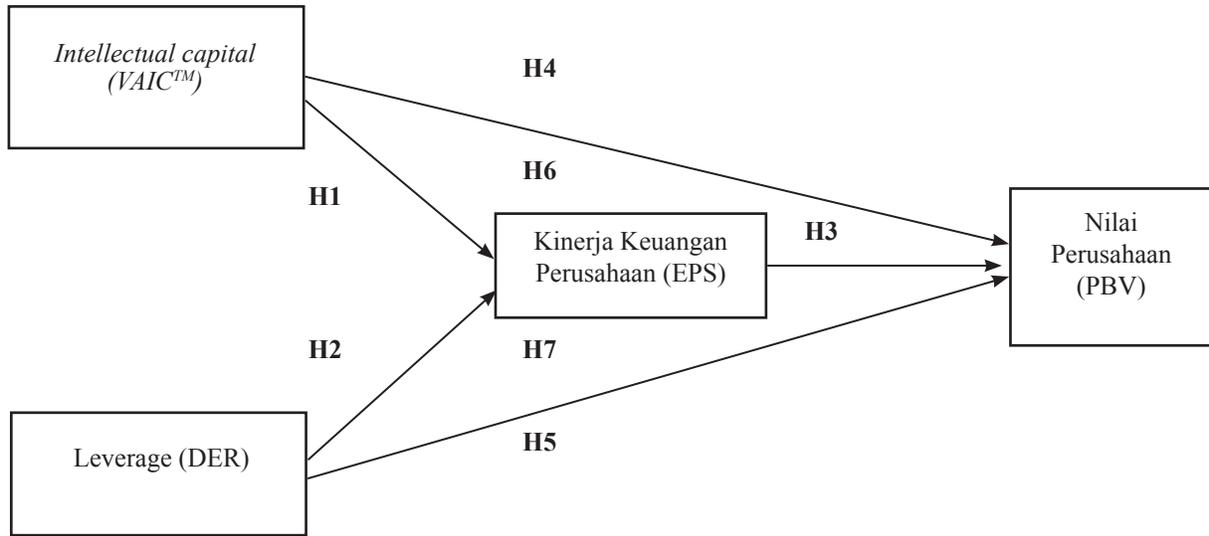
H₆: *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan sebagai variabel intervening

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening

Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari hutang harus mempertimbangkan kemampuannya untuk melunasi kewajiban tetapnya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menentukan struktur modal yang optimal bagi perusahaan. Penelitian Salehi dan Bashiri (2012) menyatakan bahwa struktur modal (*leverage*) berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian Ju Chen dan Yu Chen (2011) menyatakan *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hasil yang sama juga diungkapkan oleh Khalid (2011) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hermuningsih (2013) menyatakan

bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasar penjelasan tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₇: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan perusahaan sebagai variabel intervening



Gambar 1 Model Penelitian

Tabel 1 Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
<i>Intellectual capital</i>	<i>Intellectual capital</i> atau modal intelektual merupakan modal tidak berwujud yang semakin dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan berbasis <i>knowledge based industry</i> .	Model VAIC TM menyajikan <i>value added intellectual capital coefficient</i> yang merupakan gabungan dari ketiga koefisien yaitu <i>Physical Capital</i> , <i>Human Capital</i> dan <i>Structural Capital</i> . VAIC TM = VACA + VAHU + STVA
<i>Leverage</i>	<i>Leverage</i> adalah perbandingan besarnya dana yang disediakan pemiliknya dengan dana yang dipinjam dari kreditur. <i>Leverage</i> digambarkan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dibandingkan dengan modal sendiri.	DER = $\frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Ekuitas pemegang Saham}}$

<p>Nilai Perusahaan</p>	<p>Nilai dari perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga bergantung pada karakteristik operasional dan keuangan dari perusahaan. Sehingga nilai perusahaan menggambarkan baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh.</p>	<p>PBV = Harga saham per saham</p> <p style="text-align: right;">Nilai Buku per saham</p>
<p>Kinerja Keuangan</p>	<p>Kinerja dipergunakan manajemen untuk melakukan penilaian secara periodik mengenai efektifitas operasional suatu perusahaan.</p> <p>Kinerja dapat pula diartikan sebagai prestasi yang dapat dicapai organisasi dalam periode tertentu. Prestasi yang dimaksud adalah efektivitas operasional perusahaan baik dari segi manajerial maupun ekonomis operasional.</p>	<p>EPS = Laba Bersih</p> <p style="text-align: right;">Jumlah saham beredar</p>

HASIL PENELITIAN

Hasil seleksi sampel menggunakan metode purposive sampling diperoleh jumlah sampel sebanyak 61 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2012-2015. Hasil pengujian normalitas *univariate* dan *multivariate* terhadap data yang digunakan dalam analisis ini diuji dengan menggunakan AMOS 7.0. Dalam pengujian data untuk permodelan SEM yang dilakukan dengan uji normalitas tunggal maupun normalitas multivariate, ada bukti bahwa data yang digunakan terdistribusi tidak normal, oleh karena itu asumsi normalitas tidak terpenuhi dan data yang digunakan dalam penelitian ini belum layak untuk digunakan dalam estimasi selanjutnya. nilai *z-score* tidak ada yang lebih besar dari 3 atau memiliki mean 0 dan standar deviasi 1, dapat disimpulkan tidak terdapat outliers secara univariate.

Pengujian Hipotesis Pertama

Parameter estimasi antara *intellectual capital* (VAIC) dengan kinerja keuangan perusahaan (EPS)

yang dibentuk menghasilkan koefisien positif sebesar 1109,842 dengan nilai CR sebesar 3,776. Nilai CR ini lebih besar dari nilai kritis dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 terbukti pada tingkat signifikansi 5%. Selain dilihat dari nilai CR-nya, cara lain untuk menyimpulkan suatu hipotesis dapat juga dilihat dari p-value. Berdasarkan hasil analisis maka didapatkan p-value sebesar 0,000 karena p-value kurang dari 0,05, maka H1 terbukti.

Pengujian Hipotesis Kedua

Parameter estimasi antara *leverage* (DER) dengan kinerja keuangan perusahaan (EPS) yang dibentuk menghasilkan koefisien sebesar -21, 852 dengan nilai CR sebesar -0,794. Nilai CR ini lebih kecil dari nilai kritis dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai 1,96. Berdasarkan hasil analisis didapatkan p-value sebesar 0,427 karena p-value lebih dari 0,05, maka H2 tidak terbukti.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Parameter estimasi antara *leverage* (DER) den-

gan nilai perusahaan (PBV) yang dibentuk menghasilkan koefisien sebesar -0,002 dengan nilai CR sebesar -2,421. Nilai CR ini lebih kecil dari nilai kritis dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai -1,96. Berdasarkan hasil analisis didapatkan p-value sebesar $0,015 < 0,05$. Meskipun hasil estimasi menunjukkan pengaruh yang signifikan, namun karena koefisien estimasi yang diperoleh tidak sesuai dengan arah hipotesis maka H3 tidak terbukti.

Pengujian Hipotesis Keempat

Parameter estimasi antara *intellectual capital* (VAIC) dengan nilai perusahaan (PBV) yang dibentuk menghasilkan koefisien sebesar 27,548 dengan nilai CR sebesar 5,531. Nilai CR ini lebih besar dari nilai kritis dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai 1,96. Berdasarkan hasil analisis didapatkan p-value sebesar 0,000 karena p-value lebih kecil dari 0,05, maka H4 terbukti.

Pengujian Hipotesis Kelima

Parameter estimasi antara *leverage* (DER) dengan nilai perusahaan (PBV) yang dibentuk menghasilkan koefisien sebesar 0,026 dengan nilai CR sebesar 0,095. Nilai CR ini lebih kecil dari nilai kritis dengan taraf signifikansi 5% yang bernilai 1,96. Berdasarkan hasil analisis didapatkan p-value sebesar 0,924 karena p-value lebih dari 0,05, maka H5 tidak terbukti.

Pengujian Hipotesis Keenam

Pada pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (Sobel Test). Pengujian terhadap pengaruh mediasi antara variabel intervening dengan variabel dependen dilakukan dengan perhitungan rumus Sobel. Dilakukan uji sobel ketika koefisien regresi menunjukkan signifikan pada keduanya. Uji sobel dilakukan dengan menggunakan perhitungan manual dengan menggunakan rumus. Besarnya koefisien tidak langsung variabel *intellectual capital* (VAIC) terhadap nilai perusahaan (PBV) merupakan hasil perkalian dari koefisien regresi VAIC terhadap EPS ($P_1=1109,482$) dengan koefisien regresi EPS terhadap PBV ($P_3=-0,002$), sehingga diperoleh sebagai berikut:

$$P_{13} = P_1 \cdot P_3$$

$$= (1109,482) (-0,002) \\ = -2,219$$

Besarnya standard error tidak langsung (*indirect effect*) variabel *intellectual capital* (VAIC) terhadap nilai perusahaan (PBV), dihitung sebagai berikut:

$$Se_{13} = \sqrt{P_1^2 \cdot Se_3^2 + P_3^2 \cdot Se_1^2 + Se_1^2 \cdot Se_3^2} \\ = \sqrt{(11109,482)^2(0,001)^2 + (-0,002)^2(293,839)^2 + (293,839)^2(0,001)^2} \\ = \sqrt{1,2310 + 0,3454 + 0,0863} \\ = \sqrt{1,6627} \\ = 1,289$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka menghitung nilai t dari koefisien. Dengan demikian nilai uji t diperoleh sebagai berikut :

$$t = \frac{P_{14}}{Se_{14}} = \frac{-2,219}{1,289} = -1,721$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu 1,96. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2009). Nilai t sebesar -1,721 tersebut lebih besar dari -1,96 yang berarti bahwa parameter mediasi tersebut tidak signifikan. Maka dengan demikian model pengaruh tidak langsung dari variabel *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan perusahaan tidak dapat diterima. Dengan demikian, Hipotesis 6 tidak terbukti.

Pengujian Hipotesis Ketujuh

Berdasarkan hasil pengujian, koefisien jalur dari *leverage* ke kinerja keuangan tidak perusahaan signifikan dan koefisien jalur dari kinerja keuangan perusahaan ke nilai perusahaan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis 7 tidak terbukti.

PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai *human capital* yang bagus dan dapat diandalkan,

maka akan dapat mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik. Selain itu *human capital* yang mampu mengoptimalkan struktur *capital* perusahaan secara optimal, maka perusahaan akan menjadi lebih kuat dari perusahaan lain karena lebih menguasai teknologi dan sistem yang tepat. Semakin baik pemanfaatan *human capital* dan *structural capital*, perusahaan akan lebih mampu membangun relasi baik dengan *customer*. Semakin baik perusahaan dalam membangun relasi kepada *customer* maka mereka akan semakin puas, dan selalu menggunakan apa yang dipasarkan perusahaan. Terpenuhinya ketiga elemen tersebut dengan tepat, secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan dengan begitu perusahaan akan terus berkembang.

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Leverage* dalam penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang merupakan rasio hutang terhadap ekuitas dihitung dengan membagi total hutang perusahaan (termasuk kewajiban jangka pendek) dengan ekuitas. Penggunaan hutang mempunyai pengaruh yang berlawanan terhadap *Earning Per Share*. Hal ini karena perusahaan belum memperoleh laba operasi yang lebih besar dari beban tetapnya dan adanya risiko keuangan yang terjadi karena penggunaan hutang dalam struktur modal keuangan perusahaan, yang mengakibatkan perusahaan akan menanggung beban tetapnya secara periodik berupa beban bunga. Hal ini akan mengurangi kepastian besarnya imbalan bagi pemegang saham, karena perusahaan harus membayar bunga sebelum memutuskan pembagian laba bagi pemegang saham.

Berdasar penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan hutang sebagai modal atau DER dapat berpengaruh terhadap EPS jika manajemen perusahaan dapat memanfaatkan dana yang berasal dari hutang untuk memperoleh laba operasi yang lebih besar daripada beban bunga, maka penggunaan hutang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan akan meningkatkan laba bagi pemegang saham. Sebaliknya, jika manajemen tidak dapat memanfaatkan dana secara baik, maka perusahaan dapat mengalami kerugian. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan kinerja keuangan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak konsisten dengan teori signaling yang menyatakan bahwa *earnings per*

share berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini adalah salah satu temuan empiris yang berkaitan dengan ketidakteraturan (anomali) yang terdapat di pasar modal. Menurut Jones (1998), anomali pasar ini merupakan strategi yang bertentangan dengan konsep pasar efisien. Teori *efficient Market hypothesis* menyatakan bahwa efek pada umumnya berada dalam kondisi ekuilibrium dimana saham tersebut dihargai secara wajar atau harganya mencerminkan keseluruhan informasi tentang saham yang tersedia bagi publik (Brigham, 2010). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif dimana ketika EPS mengalami kenaikan, nilai PBV malah menurun (dan sebaliknya). Informasi laba yang ditunjukkan melalui EPS tidak mencerminkan harga saham yang merupakan dasar perhitungan nilai perusahaan.

Anomali yang terjadi kemungkinan karena ekspektasi investor terhadap laba perusahaan terlalu tinggi. Segera setelah informasi kenaikan laba tersebar luas di pasar, investor akan membandingkan angka laba di laporan keuangan dengan ekspektasi laba yang diharapkan (*overreact* terhadap pengumuman). Investor dengan ekspektasi tinggi akan memandang informasi kenaikan laba di laporan keuangan sebagai *bad news* (Linawati, 2004). Jika jumlah investor yang memandang *bad news* lebih banyak, maka harga saham akan mengalami penurunan, sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perilaku investor yang sedemikian rupa dapat menyebabkan ketidakteraturan di pasar modal atau anomali pasar. Anomali pasar menciptakan hubungan yang tidak rasional antara informasi publik yang tersedia dengan harga saham. Hal tersebut menjadikan sulit untuk dijelaskan.

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan Chen *et al.* (2005) dalam Margaretha dan Rahman (2006) yang berhasil membuktikan bahwa jika perusahaan memiliki IC dengan efisiensi pada ketiga komponennya yaitu *capital employee efficiency* (VACA), *human capital efficiency* (VAHU), *structural capital efficiency* (STVA), maka perusahaan tersebut akan memiliki *market value* dan *financial performance* yang meningkat terus menerus dari tahun ke tahun. Jika *market value* efisien, maka investor akan menilai perusahaan lebih tinggi dan akan meningkatkan in-

vestasinya pada perusahaan yang memiliki investasi atau pengeluaran IC yang lebih besar.

Pengujian hipotesis kelima menunjukkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut teori *trade-off*, dalam kaitan penggunaan utang optimal untuk meningkatkan nilai dalam penelitian ini mungkin belum optimal. Kemungkinan tersebut dapat disebabkan karena perusahaan belum memaksimalkan manfaat *tax shield* dari penambahan utang sehingga penggunaan utang belum mencapai titik optimal. Koefisien regresi yang menunjukkan angka positif menandakan bahwa penggunaan hutang masih bermanfaat dan masih mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Pengujian hipotesis keenam menunjukkan kinerja keuangan perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Demikian juga dengan pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar hasil penelitian dan pembahasan, maka disimpulkan bahwa *Intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Intellectual capital* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Saran

Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan sektor manufaktur saja sebagai sampel sehingga tidak dapat digeneralisasi pada yang bukan perusahaan manufaktur. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel yang mempengaruhi kinerja keuangan dan

nilai perusahaan yang diteliti yaitu hanya *intellectual capital* dan *leverage*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk para investor yang hendak berinvestasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia hendaknya mempertimbangkan faktor *intellectual capital* perusahaan karena terbukti variabel ini berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel selain dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan variabel yang menyebabkan tingginya nilai perusahaan. Selain itu, disarankan penelitian selanjutnya menggunakan urutan waktu (*time series*) yang berbeda. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memodifikasi model yang diajukan agar kriteria *goodness of fit* yang didapat akan terpenuhi kriteria yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalmohammadi, M. J. 2005. *Intellectual capital Disclosure and Market Capitalization*. *Journal of Intellectual capital*, 6(3): 397-416.
- Appuhami, B. A. R. 2007. The Impact of Intellectual Capital on Investor Capital Gains on Shares: An Empirical Investigation of Thai Banking, Finance and Insurance Sector. *International Management Review*, 3(2).
- Astuti, P. D. dan A. Sabeni. 2005. Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance. Dengan Diamond Specification: Sebuah Perspektif Akuntansi, Makalah dipresentasikan, SNA VIII. Solo.
- Badingatus Solikhah. 2010. Pengaruh *Intellectual capital* Terhadap Kinerja Keuangan, Pertumbuhan dan Nilai Pasar pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia. SNA XIII. Purwokerto.
- Baroroh, Niswah. 2013. Analisis Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. 5(2): 172-182.

- Bursa Efek Indonesia. 2012. *Indonesian Capital Market Directory, Institute for Economi and Financial Research.*
- Bursa Efek Indonesia. 2013. *Indonesian Capital Market Directory, Institute for Economi and Financial Research.*
- Bursa Efek Indonesia. 2014. *Indonesian Capital Market Directory, Institute for Economi and Financial Research.*
- Bursa Efek Indonesia. 2015. *Indonesian Capital Market Directory, Institute for Economi and Financial Research.*
- Bontis. 1998. *Intellectual capital and Bussines Performance in Malaysian Industry.* The Emerald Research. www.emeraldinsight.com.
- Brigham, Houston. 2006. *DasarDasar Manajemen Keuangan (Fundamental of Financial Management)*, Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto John Willey: Thomson South Western.
- Belkaoui, Ahmed Riahi. 2003. Intellectual Capital and Firm Performance of US Multinational Firms: a Study of The Resource-Based and Stakeholder Views. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2): 215-226.
- Chang, Shu-Lien. 2008. Valuing Intellectual Capital and Firms' Performance- Modifyng Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM) in Taiwan Industry. Taiwan: Edward S. Ageno School of Business, Golden Gate University.
- Chen, M.C., S.J. Cheng, Y. Hwang. 2005. An Empirical Investigation of the Relationship between *Intellectual capital* and Firms' Market Value and Financial Performance". *Journal of Intellectual Capital*, 6(2): 159-176.
- Dewi, Puspita. C, Meiranto, dan Wahyu. 2011. Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2007-2009.
- Firer S., and Williams M. 2003. Intellectual capital and traditional measures of corporate performance. *Journal of Intellectual Capital*, 4(3).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19.* Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2005. *Teori Akuntansi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hong, Pew Tan, David Plowman dan Phil Hancock. 2007. Intellectual Capital and Financial Returns of Companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1): 76-95.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan.* Jakarta: Salemba Empat.
- Ihyaual Ulum, Imam Ghozali dan Anis Chariri. 2008. *Intellectual capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan; Suatu Analisis Dengan Pendekatan Partial Least Squares.* SNA XI. Pontianak.
- Ivada, L.M dan Hapsari, H. 2012. Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Publik (Non Keuangan) di Indonesia, *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 2(1).
- Jones, 2002, *Investment*, Eight Edition, John Wiley dan Sons, Inc
- Kuryanto, B. and J. Mouritsen. 2011. Pengaruh Modal Intelektual terhadap Kinerja Perusahaan. SNA XI. Pontianak.
- Petty,P. and J. Guthrie. 2000. Intellectual Capital Literature Review: Measurement, Reporting And Management. *Journal of Intellectual Capital*, 1(2): 155-175.
- Pulic. 1998. Managing the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy. <http://www.measuringip.at/Opapers/Pulic/Vaictxt.vaictxt.html>
- Pulic. 2000. VAIC - An Accounting Tool for IC Man-

- agement. *International Journal of Technology Management*, 20(5).
- Purnomosidhi, Bambang. Januari 2006. Praktik Pengungkapan Modal Intelektual pada Perusahaan Publik di BEJ. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 9(1): 1-20.
- Rafinda, A. dan Kusuma, 2011, *Tren dan Variasi Intellectual Capital Disclosure pada Perusahaan-Perusahaan Perbankan di Eropa*, Makalah ini dipresentasikan pada Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- Sianipar, M. 2009. The Impact of Intellectual Capital Towards Financial Profitability and Investors' Capital Gain on Shares: An Empirical Investigation of Indonesian Banking and Insurance Sector for Year 2005-2007. Paper dipresentasikan pada acara Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang.
- Solikhah, B., A. Rohman dan W. Meiranto. 2010. Implikasi *Intellectual Capital* terhadap *Financial Performance, Growth* dan *Market Value*; Studi Empiris dengan Pendekatan *Simplisitic Specification*. Makalah Disampaikan dalam Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto.
- Tan, H.P., D. Plowman, P. Hancock. 2007. Intellectual capital and financial returns of companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8(1): 76-95.
- Taswan. 1997. *Akuntansi Perbankan: Transaksi Dalam Valuta Rupiah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Ulum, Ihyaul. 2009. *Intellectual Capital: Konsep dan Kajian Empiris*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widyaningrum, Ambar. 2004. *Modal Intelektual. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1:16-25.
- Wijayanti, Puput. 2009, Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Harga Saham Melalui Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2009 – 2011. *Tesis*. Tidak Dipublikasikan. Universitas Brawijaya.
- Williams, M. 2001. Is intellectual capital performance and disclosure practices related?. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3): 192-203.
- Yunita, Novelia. 2012. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap inerja Keuangan dan Nilai Pasar. Melalui < <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/aaj> > [21/05/14].

PENGARUH KEAGRESIFAN *EVASION* PAJAK TERHADAP RISIKO PERUSAHAAN DENGAN KONEKSI POLITIK SEBAGAI VARIABEL MODERATOR

Ramdana Damarjati

E-mail: ramdana.damarjati93@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of aggressiveness of tax evasion against corporate risk with political connection as a moderator variable. This study uses firm size as a control variable to control other variables outside of the study. The sample of this study consists of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for a period of 4 years from 2013-2016. The sample used is 18 companies that have positive income tax, financial report, annual and quarterly complete. This research uses purposive sampling method as sample selection method and multiple regression moderation to test all hypothesis. The results of this study add to the empirical evidence of the aggressive effect of tax evasion on corporate risk. The results of this study indicate that there is a significant positive influence between tax evasion keagresifan against corporate risk, which means that companies with a low level of effective tax rate (ETR) has a higher corporate risk. However, this study found no evidence that political connections moderate the aggressive effect of tax evasion on corporate risk. This study also provides an overview of the tax evasion keagresifan level in companies in Indonesia, especially in manufacturing industries that are useful for decision making and policy for investors, creditors and governments.

Keywords: aggressiveness tax evasion, corporate risk, political connection, effective tax rate

JEL Classification: D72, H26, G32

PENDAHULUAN

Pembayaran pajak merupakan wujud dari ketaatan masyarakat terhadap peraturan perundang-undangan dan mencerminkan peran serta wajib pajak dalam rangka bersama-sama melaksanakan pembangunan nasional. Bagi pemerintah sektor pajak merupakan sektor utama yang difokuskan karena memberikan kontribusi yang sangat besar pada pendapatan negara. Berdasarkan data tahun 2013-2016, rata-rata kontribusi pajak terhadap pendapatan negara mencapai 79,9% yang berarti bahwa peran pajak dalam menopang pembangunan nasional sangat besar.

Walaupun dari sisi pemerintah, pajak merupakan sumber penerimaan terbesar tetapi bagi perusahaan, pajak merupakan beban. Dengan semakin berkembang suatu perusahaan maka pendapatan yang mereka peroleh menjadi semakin besar, sebagai konsekuensinya beban pajak yang mereka tanggung juga menjadi semakin tinggi. Tidak sedikit perusahaan-perusahaan yang berusaha mengurangi beban pajak mereka serendah-rendahnya yang memunculkan perilaku keagresifan *evasion* pajak (Beliza, 2015). Keagresifan *evasion* pajak merupakan tindakan yang dilakukan untuk menurunkan beban pajak serendah-rendahnya dengan mencari kelemahan dalam peraturan perundang-undangan yang mengarah kepada tindakan ilegal. Semakin agresif perusahaan dalam menekan beban pajak, maka potensi risiko yang ditanggung perusahaan menjadi lebih besar.

Adanya koneksi politik yang dimiliki perusahaan dengan pemerintah membuat perusahaan

lebih berani dalam melakukan tindakan-tindakan yang berisiko. Li *et al.* (2016) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki koneksi politik dapat menekan beban pajaknya lebih tinggi dibanding perusahaan yang tidak memiliki koneksi politik.

Penelitian terdahulu lebih banyak menghubungkan variabel-variabel seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR), manajemen laba, karakteristik eksekutif maupun perusahaan keluarga dengan keagresifan *evasion* pajak, namun penelitian yang menghubungkan keagresifan *evasion* pajak dengan risiko perusahaan masih sedikit dilakukan, sehingga bukti empiris yang ada sangat sedikit. Penelitian yang dilakukan Guenther *et al.* (2013) menghubungkan antara keagresifan *evasion* pajak dengan risiko perusahaan namun hasil yang diperoleh gagal membuktikan adanya hubungan keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan dengan menambahkan variabel koneksi politik sebagai variabel moderator yang merupakan kontribusi teoritis, selain itu penelitian ini juga memiliki kontribusi praktis yaitu memberikan gambaran tingkat keagresifan *evasion* pajak yang dilakukan perusahaan-perusahaan di Indonesia, khususnya pada industri manufaktur sehingga pemerintah dapat mengantisipasi tindakan yang dilakukan wajib pajak berupa keagresifan *evasion* pajak yang dapat mempengaruhi penerimaan negara.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa hubungan agensi terjadi ketika satu atau lebih prinsipal (pemegang saham) yang mempekerjakan agen (manajer) untuk melakukan kegiatan ataupun tindakan atas nama prinsipal dengan melibatkan pemberian wewenang dalam pengambilan keputusan. Hubungan ini menimbulkan konflik keagenan yang disebabkan karena perbedaan kepentingan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen karena diasumsikan manajer mementingkan diri sendiri sehingga tidak melakukan tindakan untuk kepentingan pemegang saham sebagai pemilik perusahaan.

Salah satu tindakan manajer untuk memperkaya diri sendiri adalah melakukan tindakan keagresifan *evasion* pajak dengan menekan beban pajak serendah mungkin sehingga laba perusahaan meningkat dan

jumlah bonus yang diperoleh oleh manajer semakin besar, namun tindakan tersebut dapat menimbulkan potensi risiko yang tinggi karena terdapat usaha untuk menurunkan beban pajak dengan cara yang tidak dibolehkan dalam peraturan perundang-undangan. Risiko tersebut muncul apabila dilakukan pemeriksaan pajak yang mengakibatkan perusahaan harus membayar kekurangan pajak ditambah dengan sanksi-sanksi pajak, sehingga tindakan keagresifan *evasion* pajak tersebut dapat menurunkan kesejahteraan pemilik perusahaan yaitu pemegang saham.

Konflik kepentingan antara pemilik dan manajer perusahaan dapat menjadi semakin besar apabila pemegang saham terbesar perusahaan dimiliki oleh pemerintah. Hal ini karena pemerintah mengharapkan memperoleh pendapatan pajak yang besar dari perusahaan, sementara manajer menginginkan laba yang besar dengan cara menekan beban pajak serendah-rendahnya.

Menurut Lanis dan Richardson (2011) keagresifan *evasion* pajak merupakan tindakan mengurangi beban pajak dengan cara legal, ilegal, maupun keduanya. Keagresifan *evasion* pajak dilakukan dengan mencari dan memanfaatkan kelemahan di dalam peraturan perundang-undangan yang mengarah pada tindakan yang ilegal. Menurut Dunbar *et al.* (2010) ada beberapa pengukuran yang dapat digunakan untuk mengukur keagresifan *evasion* pajak, yaitu *Effective Tax Rate* (ETR), *Cash Effective Tax Rate* (CETR) dan *Book-Tax-Difference* (BTD).

Budiman dan Setiyono (2012) menyatakan bahwa risiko perusahaan merupakan cerminan dari *earnings* baik penyimpangan tersebut seperti yang direncanakan atau tidak seperti yang direncanakan. Penelitian ini mengartikan risiko perusahaan sebagai kemungkinan adanya pemeriksaan serta sanksi dalam bidang perpajakan yang diterima perusahaan di masa mendatang dari tindakan atau keputusan manajer untuk menurunkan beban pajak perusahaan serendah-rendahnya, sehingga dapat menurunkan kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki koneksi politik adalah jika satu dari direksi, komisaris, pemegang saham terbesar perusahaan atau *top officers* adalah anggota parlemen, mantan menteri, memiliki kedekatan hubungan dengan pejabat pemerintah maupun partai politik (Faccio, 2006; Mulyani *et al.*, 2014; Nugroho, 2011). Menurut Adhikari *et al.* (2006), koneksi politik dapat dilihat

dari adanya kepemilikan pemerintah pada perusahaan.

Pengaruh Keagresifan Pajak terhadap Risiko Perusahaan

Keagresifan *evasion* pajak merupakan tindakan yang berisiko (Guenther *et al.*, 2013; Higgins *et al.*, 2013; Rego dan Wilson, 2012). Keagresifan *evasion* pajak memberikan biaya yang signifikan terhadap perusahaan dan manajer, termasuk waktu penyelesaian audit yang lebih lama, biaya konsultasi pajak, dan sanksi dari otoritas pajak (Rusydi dan Martani, 2014; Hsu *et al.*, 2014; Rego dan Wilson, 2011). Semakin agresif perusahaan dalam menekan beban pajaknya secara ilegal maka risiko perusahaan untuk diperiksa perpajakannya sehingga harus membayar kekurangan pajak beserta sanksi-sanksinya semakin besar. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Keagresifan *evasion* pajak berpengaruh positif terhadap risiko perusahaan

Koneksi politik memoderasi pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan

Koneksi politik yang dimiliki perusahaan memberikan berbagai manfaat berupa kemudahan dalam memperoleh pinjaman modal serta resiko pemeriksaan pajak yang rendah, sehingga perusahaan dapat melakukan tindakan keagresifan *evasion* pajak yang mengakibatkan transparansi laporan keuangan menurun (Fadila, 2017). Li *et al.* (2016) menemukan bahwa koneksi politik yang dimiliki perusahaan meningkatkan keagresifan dalam menurunkan beban pajak melalui manajemen laba, sehingga dengan adanya koneksi politik yang dimiliki perusahaan akan meningkatkan keagresifan *evasion* pajak yang berdampak pada meningkatnya risiko perusahaan. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Koneksi politik memoderasi pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terhitung tahun 2013-2016. Perusahaan manufaktur dipilih sebagai sampel penelitian karena perusahaan manufaktur memiliki beban pajak yang lebih tinggi yang dalam setiap kegiatannya mulai dari membeli bahan baku, mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi

hingga proses penjualan hasil produksi terkait dengan aspek perpajakan. Dalam pemilihan sampel, penelitian ini menggunakan metode *puposive sampling* dengan kriteria-kriteria sebagai berikut 1) merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam jangka waktu 2013-2016; 2) menerbitkan laporan keuangan, tahunan dan triwulanan secara lengkap dalam jangka waktu 2013-2016; 3) memiliki pajak penghasilan yang positif dalam jangka waktu 2013-2016, karena pajak penghasilan yang negatif menimbulkan *distorsi* dalam penghitungan *Effective Tax Rates* (ETR); dan 4) melaporkan laporan keuangan, tahunan dan triwulanan menggunakan mata uang rupiah.

Penelitian ini menggunakan keagresifan *evasion* pajak sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan ETR (*Effective Tax Rate*) sebagai *proxy* untuk keagresifan *evasion* pajak yang diformulasikan sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Total beban pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}}$$

ETR dinilai dari 0-1, semakin rendah nilai ETR menunjukkan semakin tingginya tingkat keagresifan *evasion* pajak (Richardson dan Lanis, 2011).

Penelitian ini menggunakan risiko perusahaan sebagai variabel dependen. Paligorova (2010) mengukur risiko perusahaan dengan cara menghitung deviasi standar dari EBITDA (*Earnings Before Interest, Tax, Depreciation, and Amortization*) dibagi dengan *total asset* perusahaan. Semakin tinggi nilai nya, maka semakin tinggi penyimpangan dari *earnings* yang mencerminkan tingginya risiko perusahaan. Penelitian ini menggunakan laporan triwulanan untuk menghitung deviasi standar dari EBITDA dibagi *total asset*, dengan tujuan agar diperoleh nilai setiap tahun. Penelitian ini menggunakan koneksi politik sebagai variabel moderator. Dalam penelitian ini untuk mengukur ada tidaknya koneksi politik, menggunakan variabel *dummy*, apabila ada kepemilikan pemerintah terhadap perusahaan, maka diberi nilai 1 jika tidak diberi nilai 0.

Penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Penelitian ini menggunakan total penjualan sebagai ukuran perusahaan. Natural log dari total penjualan digunakan sebagai *proxy* untuk

ukuran perusahaan (Sunarto dan Budi, 2009). Formula penghitungan yang dimaksud:

$$SIZE = \ln (\text{Total Penjualan})$$

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda moderasian untuk menguji hipotesis-hipotesis yang ada. Model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

Model 1 persamaan regresi untuk menguji hipotesis 1:
 $RISK = \beta_0 + \beta_1 TA + \beta_2 PC + \beta_4 SIZE + e$

Model 2 persamaan regresi untuk menguji hipotesis 2:
 $RISK = \beta_0 + \beta_1 TA + \beta_2 PC + \beta_4 TA * PC + \beta_5 SIZE + e$

Keterangan:

RISK : merupakan variabel dependenyaitu risiko perusahaan.

TA : merupakan variabel independen yaitu keagresifan *evasion* pajak (*tax evasion aggressiveness*).

PC : merupakan variabel moderator yaitu koneksi politik yang menggunakan variabel *dummy*, 1 jika ada kepemilikan pemerintah dalam perusahaan dan 0 jika tidak ada.

SIZE : merupakan variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan.

TA*PC : interaksi antara keagresifan *evasion* pajak/*tax evasion aggressiveness* (TA) dengan variabel moderator, yaitu koneksi politik/*political connection* (PC).

Sebelum dilakukan pengujian persamaan model regresi yang telah ditunjukkan sebelumnya terlebih dahulu perlu dilakukan pengujian asumsi klasik sebagai syarat pengujian model regresi yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokolinearitas. Setelah semua asumsi klasik terpenuhi langkah selanjutnya melakukan pengujian hipotesis-hipotesis menggunakan analisis regresi berganda moderasian yang terdiri dari koefisien determinasi, uji simultan serta uji parsial.

HASIL PENELITIAN

Berdasar hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-smirnov sebesar 0,092 dengan nilai sig-

nifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Berdasar hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk ketiga variabel TA, SIZE dan PC (di antara 1,023 sampai 1,178) tidak lebih dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Berdasar hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa ketiga variabel TA, SIZE dan PC memiliki nilai signifikansi di atas 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasar hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,811 di antara nilai DU= 1,7054 dan 4-DU= 2,2946 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi.

Tabel 1
Hasil Uji Regresi

Model	Variabel	B	sig.
1	Konstanta	0,004	0,751
	TA	-0,015	0,000
	PC	0,004	0,099
	SIZE	0,001	0,240
2	Konstanta	0,004	0,778
	TA	-0,015	0,000
	PC	0,012	0,644
	SIZE	0,001	0,233
	TA*PC	-0,034	0,743

Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,330	0,301
2	0,332	0,292

Tabel 3
Hasil Uji F

Model	F	sig.
1	11,187	0,000
2	8,307	0,000

Tabel 4
Hasil Uji t

Model	Variabel	t	sig.
1	TA	-4,312	0,000
	PC	1,674	0,099
	SIZE	1,186	0,240
2	TA	-4,254	0,000
	PC	0,464	0,644
	SIZE	1,204	0,233
	TA*PC	-0,329	0,743

PEMBAHASAN

Pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa signifikansi sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05 (5%) dengan koefisien regresi -0,015. Untuk menerima hipotesis pertama adalah apabila nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 (5%) serta nilai koefisien regresi bernilai negatif (-), hal ini karena keagresifan *evasion* pajak yang tinggi dilihat dari semakin rendah nilainya sementara risiko

perusahaan yang tinggi dilihat dari semakin tinggi nilainya, sehingga dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa keagresifan *evasion* pajak berpengaruh positif terhadap risiko perusahaan diterima.

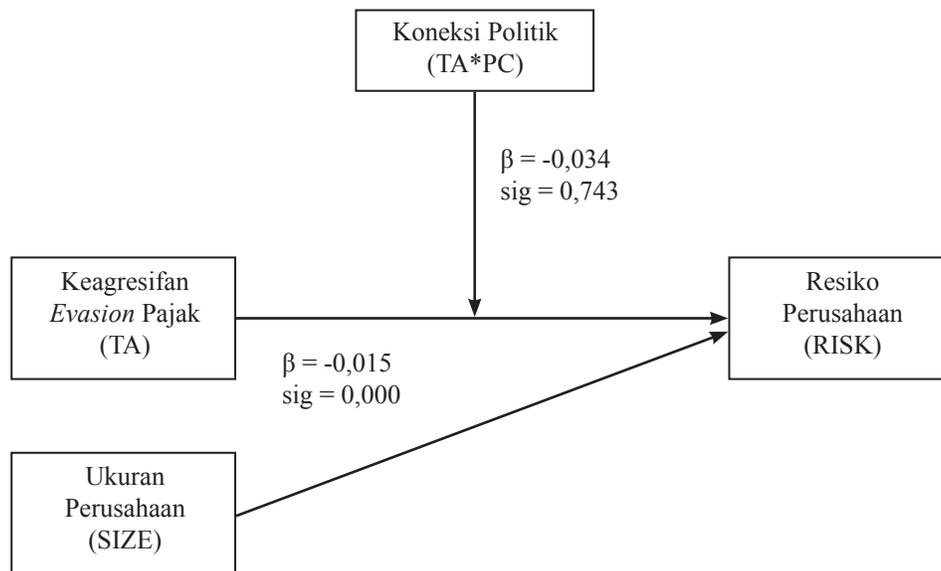
Koneksi politik memoderasi pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan.

Hasil pengujian menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,743 lebih tinggi dari 0,05 (5%) dengan koefisien regresi sebesar -0,030. Untuk dapat menerima hipotesis kedua adalah apabila nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 (5%) serta memiliki koefisien regresi negatif (-), sehingga dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa koneksi politik memoderasi pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan ditolak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menemukan bukti bahwa tingkat keagresifan *evasion* pajak perusahaan berpengaruh positif terhadap risiko perusahaan, namun penelitian ini tidak



Gambar 1
Model Penelitian

berhasil membuktikan bahwa adanya koneksi politik yang dimiliki perusahaan memoderasi pengaruh keagresifan *evasion* pajak terhadap risiko perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena perusahaan yang memiliki koneksi politik berupa kepemilikan pemerintah dalam perusahaan dievaluasi dari tingkat kepatuhan dalam membayar pajak sesuai peraturan perundang-undangan, karena perusahaan yang sebagian besar kepemilikan sahamnya dimiliki pemerintah diharapkan menghasilkan pendapatan pajak yang tinggi.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian yaitu data tentang ada tidaknya koneksi politik hanya didasarkan pada laporan tahunan saja, sehingga hanya sedikit data yang dapat diperoleh, selain itu terkait dengan perhitungan EBITDA, penelitian ini mengasumsikan bahwa semua perusahaan menggunakan metode garis lurus dalam menghitung depresiasi maupun amortisasainya sedangkan setiap perusahaan memiliki kebijakan yang berbeda dalam memilih metode yang digunakan. Pengukuran yang digunakan sebagai *proxy* keagresifan *evasion* pajak di dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rate* (ETR). ETR hanya mampu mengukur besarnya tingkat keagresifan perusahaan dalam menekan beban pajaknya dari perbandingan total beban pajak dengan laba sebelum pajak, namun tidak dapat mengetahui apakah besarnya keagresifan perusahaan dalam menekan beban pajaknya tersebut menggunakan cara yang legal, ilegal atau keduanya.

Agar penelitian selanjutnya menjadi lebih baik, ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi risiko perusahaan, seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan manajemen laba, selain itu dalam menghitung depresiasi serta amortisasi berdasarkan pada metode yang digunakan perusahaan, serta memperluas lingkup penelitian tidak hanya pada industri manufaktur saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikari, A., C. Derashid, and H. Zhang. 2006. Public policy, political connections, and effective tax rates: Longitudinal evidence from Malaysia.” *Journal of Accounting and Public Policy*, 25: 574-595.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1286>. Diakses 10 April 2017.
- Bajkowski, J. 2002. EBT, EBIT, EBITDA: Will the Real Earnings Figure Please Stand Up?. *AII Journal*.
- Balakrishnan, K., J. Blouin, and W. Guay. 2012. Does Tax Aggressiveness Reduce Corporate Transparency?” *Working Paper*. University of Pennsylvania.
- Beliza, N. 2015. Pengaruh Agresivitas Pajak, Tingkat Persistensi Laba, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Benlemlih, M., A. Shaukat, Y. Qiu, and G. Trojanowski. 2016. Environmental and Social Disclosures and Firm Risk. *Journal of Business Ethics*:1-14.
- Boubakhri, N., J.C. Cosset, and W. Saffar. 2009. Political connections of newly privatized firms. *Journal of corporate finance*, 14(5): 654-673.
- Budiman, J., dan Setiyono. 2012. Pengaruh Karakter Eksekutif terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Symposium Nasional Akuntansi XV*.
- Bursa Efek Indonesia. <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangan-dantahunan.aspx>. Diakses 7 April 2017.
- Butje, S., dan E. Tjondro. 2014. Pengaruh Karakter Eksekutif dan Koneksi Politik terhadap Tax Avoidance. *Tax & Accounting Review*, 4(2).
- Chaney, P. K., M. Faccio, and D. Parsley. 2008. The Quality of Accounting Information in Politically Connected Firms. Purdue CIBER. *Work-*

- ing Paper.*
- Chen, S., X. Chen, Q. Cheng, and T. Shevlin. 2008. Are family firms more tax aggressive than non-family firms?. *Journal of Financial Economics*, 91(1): 41-61.
- Dunbar, A., D. M. Higgins, J. D. Phillips, and G. A. Plesko. 2010. What Do Measures of Tax Aggressiveness. *Annual Conference on Taxation and Minutes of the Annual Meeting of the National Tax Association*, 103:18-26.
- Dyregang, S. D., M. Hanlon, and E. L. Maydew. 2010. The Effects of Executives on Corporate Tax Avoidance. *The Accounting Review*, 85: 1163-1189.
- Eisenhardt, K. M. 1989. Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*: 57.
- Faccio, M. 2006. Politically Connected Firms. *The American Economic Review*, 96(1): 369-386.
- Faccio, M. 2010. Differences between Politically Connected and Nonconnected Firms: A Cross-Country Analysis. *Financial Management*: 905-927.
- Fadila, M. 2017. "Pengaruh Return on Asset, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kompensasi Rugi Fiskal, Kepemilikan Institusional, dan Koneksi Politik terhadap Penghindaran Pajak. *JOM Fekon*, 4(1).
- Frank, M. M., L. J. Lynch, and S. O. Rego. 2008. Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, 84(2): 467-496.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guenther, D. A., S. R. Matsunaga, and B. M. Williams. 2013. Tax Avoidance, Tax Aggressiveness, Tax Risk and Firm Risk. *Working Paper*. Singapore Management University.
- Guenther, D. A., S. R. Matsunaga, and B. M. Williams. 2017. Is Tax Avoidance Related to Firm Risk? *The Accounting Review*: 115-136.
- Hanlon, M., and S. Heitzman. 2010. A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50: 127-178.
- Hardianti, E. P. 2014. Analisis Tindakan Penghindaran Pajak pada Perusahaan yang Mempunyai Koneksi Politik. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 3(1).
- Hartono, J. 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi 8. Yogyakarta: BPF.
- Higgins, D., T. C. Omer, and J. D. Philips. 2013. The Influence of a Firm's Business Strategy on its Tax Aggressiveness. *Contemporary Accounting Research*, 32(2): 674-704.
- Hsu, P. H., J. A. Moore, and D. O. Neubaum. 2014. Tax Avoidance, Financial Experts on the board, and Business Strategy. *SSRN Electronic Journal*.
- Jensen, M. C., and W. H. Meckling. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4): 305-360.
- Kamila, P. A. 2014. Analisis Hubungan Agresivitas Pelaporan Keuangan dan Agresivitas Pajak. *Finance and Banking Journal*, 16(2).
- Kanagaretnam, K., J. Lee, C. Y. Lim, and G. J. Lobo. 2016. Relation between Auditor Quality and Tax Aggressiveness: Implications of Cross-Country Institutional Differences. *A Journal of Practice & Theory*, 35(4): 105-135.
- Khurana, I. K., and W. J. Moser. 2009. Institutional Ownership and Tax Aggressiveness. *AAA 2010 Financial Accounting and Reporting Section (FARS) Paper*.

- Kim, C., and L. Zhang. 2015. Corporate Political Connections and Tax Aggressiveness. *Contemporary Accounting Research*, 33(1): 78-114.
- Li, C., Y. Wang, L. Wu, and J. Z. Xiao. 2016. Political Connections and Tax-Induced Earnings Management: Evidence from China. *European Journal of Finance*, 22: 4-6.
- Martinez, A. L., and G. C. Ramalho. 2014. Family Firms and Tax Aggressiveness in Brazil. *International Business Research*, 7(3).
- Mulyani, S., Darminto, dan M. G. Wi. Endang N. P. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Koneksi Politik dan Reformasi Perpajakan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Perpajakan*, 2(1).
- Nugroho, A. A. 2011. Pengaruh Hubungan Politik dan Reformasi Perpajakan terhadap Tarif Pajak Efektif pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Okezone. <http://economy.okezone.com/read/2013/12/12/20/911142/nih-11-sektor-penyumbang-pajak-terbesar>. Diakses 3 Juni 2017.
- Paligorova, T. 2010. Corporate Risk Taking and Ownership Structure. *Bank of Canada Working Paper*.
- Pranoto, B. A., dan A. K. Widagdo. 2016. Pengaruh Koneksi Politik dan Corporate Governance terhadap Tax Aggressiveness. *Seminar Nasional dan The 3rd Call for Syariah Paper*.
- Rego, S. O., and R. Wilson. 2011. Equity Risk Incentives and Corporate Tax Aggressiveness. *Journal of Accounting Research*, 50(3): 775-810.
- Richardson, G., and R. Lanis. 2011. Corporate Risk Taking and Ownership Structure. *AAA Conference*.
- Robinson, J. R., S. A. Sikes, and C. D. Weaver. 2010. Performance Measurement of Corporate Tax Departments. *The Accounting Review*, 85(3): 1035-1064.
- Rumondor, R., M. Mangantar, dan J. S. B. Sumarauw. 2015. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Plastik dan Pengemasan Di BEI. *Jurnal EMBA*, 3(3): 159-169.
- Rusydi, M. K., dan D. Martani. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Aggressive Tax Avoidance. *Simposium Nasional Akuntansi XVII*.
- Santoso, I., dan N. Rahayu. 2013. *Corporate Tax Management*. Jakarta.
- Sari, D., and C. Tjen. 2016. Corporate Social Responsibility Disclosure, Environmental Performance, and Tax Aggressiveness. *International Research Journal of Business Studies*, 9(2).
- Sembiring, S. A. 2012. Pengaruh Klasifikasi Industri dan Ukuran Perusahaan terhadap Risiko Bisnis pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 1(1).
- Slemrod, J. 2007. Cheating Ourselves: The Economics of Tax Evasion. *Journal of Economic Perspectives*, 21(1): 25-48.
- Steijvers, T., and M. Niskanen. 2014. Tax aggressiveness in private family firms: An agency perspective. *Journal of Family Business Strategy*, 5: 347-357.
- Sudarmadji, A. M., dan L. Sularto. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT*. 2.
- Sunarto, dan A. P. Budi. 2009. Pengaruh Leverage, Ukuran dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas. *TEMA*, 6(1): 86-103.

- Suyanto, K. D., dan Supramono. 2012. Likuiditas, Leverage, Komisaris Independen, dan Manajemen Laba terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2): 167-177.
- Tao, Q., Y. Sun, Y. Zhu, and X. Yang. 2017. Political Connections and Government Subsidies: Evidence from Financially Distressed Firms in China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 53(8).
- Tehupuring, R., dan E. Rossa. 2016. Pengaruh Koneksi Politik dan Kualitas Audit terhadap Praktik Penghindaran Pajak di Lembaga Perbankan yang terdaftar di Pasar Modal Indonesia Periode 2012-2014. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*.
- Tohir, dan A. Banani. 2009. Analisis Beberapa Variabel yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Business and Management Journal*, 10(1).
- Undang-undang No. 11 Tahun 2016 tentang Pengampunan Pajak.
- Undang-undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
- Yoehana, M. 2013. Analisis Pengaruh Corporate Responsibility terhadap Agresivitas Pajak. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Zemzem, A., and F. Khaoula. 2013. The Effect of Board of Director' Characteristics on Tax Aggressiveness. *Research Journal of Finance and Accounting*.
- Zhao, Q., S. Wang, and C. Chen. 2014. Political Connection, Management Promotion and Risk Taking Activities. *Modern Economy*, 5: 774-784.
- Zuber, J. M., and D. Sanders. 2013. The Influence of Attraction and Company Values on Aggressive Corporate Tax Decision-Making. *Journal of Accounting, Ethics & Public Policy*, 14(2).

PENGARUH KETIDAKPASTIAN LINGKUNGAN DAN STRATEGI BISNIS TERHADAP SISTEM INFOMASI AKUNTANSI MANAJEMEN DENGAN TOTAL QUALITY MANAGEMENT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Uum Helmina Chaerunisak

E-mail: uumhc@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to test the influence of uncertainty the environment and business strategy against the system information accounting management with a total quality management (TQM) as variable no intervening. This research consisting of two exogenous, one variable endogenous, and one variable no intervening. Exogen variable in this research was uncertainty the environment and business strategy measured by indicators of items questions in the questionnaire. Variable endogenous in this research was information system accounting management. Variable no intervening is TQM. This study used purposive sampling. Used as a sample of 60 respondents in the motor vehicle trade service company in DIY. Research data analysis using Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM) with WARP-PLS. Based on the results of the analysis indicate that the first hypothesis testing uncertainties affect the TQM environment. The second hypothesis does not affect the business strategy of TQM. The third hypothesis TQM influence on management accounting information systems. The fourth hypothesis environmental uncertainty influence on management accounting information system. Hypothesis fifth business strategy does not affect the accounting information system management. Environmental uncertainties sixth hypothesis indirectly significant

effect on management accounting information systems to be mediated in part (partial) by the Total Quality Management (TQM). Hypothesis seventh business strategy does not significantly influence the management accounting information system of Total Quality Management (TQM) does not act as a mediator.

Keywords: environmental uncertainty, business strategy, Total Quality Management, management accounting information system

JEL Classification: D83

PENDAHULUAN

Pada masa ini, lingkungan bisnis mengalami perubahan yang sangat pesat dan secara terus menerus. Lingkungan terdiri atas lingkungan internal dan eksternal. Perubahan lingkungan ini akan terus dihadapi oleh perusahaan sampai beberapa waktu ke depan. Hal ini ditunjukkan dengan ketatnya persaingan perusahaan-perusahaan besar seperti perusahaan otomotif yang berada di Indonesia seperti, PT. Astra Honda Motor (AHM), PT. Yamaha Indonesia, Suzuki, dan PT. Kawasaki.

Tabel 1
Data Penjualan Kendaraan Bermotor

Tahun	Honda	Yamaha	Suzuki	Kawasaki
2011	4.275.212	3.146.055	494.427	96.058
2012	4.092.693	2.433.924	461.137	131.657
2013	4.696.999	2.492.596	398.803	151.703
2014	5.051.100	2.371.082	275.067	165.371
2015	4.453.888	1.798.630	109.882	2.747

Sumber: Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI), 2016

Berdasar Tabel 1, nampak PT. Astra Honda Motor (AHM) dan PT. Yamaha Indonesia (Yamaha) berada posisi paling unggul dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Artina (1996) dalam Marsudi dan Ghozali (2001) menyatakan bahwa untuk tetap bertahan dalam lingkungan persaingan saat ini, pelaku bisnis harus mampu menciptakan komposisi bisnis yang fleksibel dan inovatif, dan pelaku bisnis harus mempertimbangkan faktor eksternal perusahaan yang semakin sulit untuk diprediksi.

Perubahan lingkungan bisnis dapat diatasi dengan adanya perbaikan pada semua divisi secara berkesinambungan agar dapat bersaing secara sehat. *Total Quality Management* (TQM) merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha untuk memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, tenaga kerja, proses dan lingkungannya (Tjiptono 2003). AHM dan Yamaha adalah perusahaan yang menggunakan sistem perbaikan berkesinambungan (TQM) agar mampu bersaing di pasar global.

Perubahan lingkungan juga akan mempengaruhi kebutuhan informasi sistem akuntansi manajemen guna memprediksi situasi dan kondisi yang akan datang. Manajer membutuhkan informasi sistem akuntansi manajemen yang handal karena sistem informasi akuntansi manajemen dapat membantu manajer dalam pengendalian aktivitas dan pengurangan ketidakpastian sehingga diharapkan dapat membantu perusahaan pencapaian tujuan (Gordon Miller, 1976 dalam Muslichah, 2003). Kemudian di dalam kondisi lingkungan yang tidak pasti, diperlukan upaya pertahanan dari perusahaan. Salah satunya dengan meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan. Kualitas

produk adalah pertimbangan utama konsumen dalam pemilihan produk atau jasa untuk mencapai kepuasan konsumen. Selain memenuhi kepuasan konsumen, kemauan dari pimpinannya juga harus dipahami dan bekerjasama dengan pemasok agar pimpinan dapat merumuskan strategi yang matang. Strategi yang dirumuskan bertujuan untuk mencapai kepuasan konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Strategi bisnis adalah suatu cara dimana perusahaan dapat mencapai keadaan finansial yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing-pesaing mereka (Putri, 2014).

Dalam merencanakan sebuah strategi bisnis diperlukan perbaikan secara terus menerus demi kesempurnaan strategi. Perbaikan berkelanjutan dapat dilakukan dengan berpedoman pada sistem. Dalam hal ini adalah sistem informasi akuntansi manajemen yang menentukan apakah perbaikan ini berjalan dengan baik atau tidak. Sesuai dengan tujuan keseluruhan sistem informasi akuntansi manajemen adalah untuk meningkatkan kualitas, kepuasan, relevansi, dan penetapan waktu informasi biaya (Hansen, 2004).

Sistem informasi akuntansi manajemen yang digunakan akan semakin berkualitas tinggi jika ada perbaikan sistem secara berkelanjutan dengan evaluasi sebelumnya. Dengan digunakannya sistem informasi akuntansi manajemen, manajer dapat mengidentifikasi perubahan-perubahan dalam lingkungan bisnis dan segera merespon perubahan yang terjadi dengan perbaikan yang berkelanjutan di berbagai sektor untuk mencapai tujuan bersama.

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh 1) ketidakpastian lingkungan terhadap TQM; 2) strategi bisnis terhadap TQM; 3) pengaruh TQM terhadap sistem informasi akuntansi manajemen; 4) ketidak-

pastian lingkungan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen; 5) strategi bisnis terhadap sistem informasi akuntansi manajemen; 6) ketidakpastian lingkungan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dengan dimediasi oleh TQM; dan 7) strategi bisnis terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dengan dimediasi oleh TQM.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Kontijensi

Teori kontijensi adalah satu cara terbaik untuk mengatur/ memimpin dan gaya/ kepemimpinan organisasi yang efektif dalam beberapa situasi mungkin tidak akan berhasil pada orang lain (Fiedler, 1967). Wiryana (2014) berpendapat bahwa pendekatan kontijensi pada sistem akuntansi manajemen didasarkan premis bahwa tidak ada sistem akuntansi manajemen secara universal selalu tepat untuk dilaksanakan pada seluruh organisasi dalam setiap keadaan, namun sistem akuntansi manajemen tersebut tergantung juga pada faktor-faktor situasional yang terdapat pada perusahaan tersebut. Pemakaian faktor kontijensi ini didasarkan pada kemungkinan adanya perbedaan ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis yang diterapkan akan mengakibatkan perbedaan kebutuhan informasi sistem akuntansi manajemen yang secara tidak langsung dapat diperkuat atau diperlemah oleh TQM.

Ketidakpastian Lingkungan

Muindro (2007) mendefinisikan ketidakpastian lingkungan sebagai rasa ketidakmampuan individu untuk memprediksi sesuatu secara akurat. Ketidakmampuan untuk mengetahui hasil yang diperoleh dari keputusan yang diambil dapat mengakibatkan kerugian akibat kesalahan dalam mengambil keputusan. Semakin tinggi kemampuan manajemen dalam memprediksi kondisi di masa datang, maka semakin rendah persepsi manajemen mengenai ketidakpastian lingkungan. Hasil penelitian Wirjono (2013) menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan yang dirasakan oleh para manajer masih cukup tinggi, akan tetapi para manajer mengakui kecukupan ketersediaan sistem informasi akuntansi manajemen di tempat kerja mereka.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah arah atau jalan yang akan

ditempuh suatu organisasi dalam menjalankan misi bisnis guna mencapai visi bisnis (Muldjono, 2012). Menurut Miles dan Snow (1978), tipologi strategi bisnis terdiri dari 4 macam, yaitu: (1) strategi *defender*; (2) strategi *prospector*; (3) strategi *analyzer*; dan (4) strategi *reactor*.

Sistem Informasi Akuntansi Manajemen

Menurut Wirjono (2013), sistem informasi akuntansi manajemen merupakan sistem yang didesain secara formal untuk menyediakan informasi yang diperlukan oleh manajer dalam rangka mendukung pengambilan keputusan dan evaluasi aktivitas manajerial. Gordon dan Narayanan (1984) dalam Utami (2012) mengemukakan definisi sistem informasi akuntansi manajemen menjadi empat karakteristik, yaitu: (1) *Broad Scope*; (2) *Aggregation*; (3) *Intregation*; dan (4) *Timeliness*.

Total Quality Management (TQM)

TQM merupakan paradigma baru dalam menjalankan bisnis yang berupaya memaksimalkan daya saing organisasi melalui fokus pada kepuasan konsumen, keterlibatan seluruh karyawan, dan perbaikan secara berkesinambungan atas kualitas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan organisasi (Krajewski, 2006). Direktorat Bina Produktivitas (1998) merumuskan TQM sebagai suatu sistem manajemen untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas dengan menggunakan pengendalian kualitas dalam pemecahan masalah, mengikutsertakan seluruh karyawan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa TQM merupakan strategi yang telah disusun secara sistematis berfokus pada organisasi, konsumen dan pasar guna menciptakan peningkatan kualitas produk secara signifikan, produktivitas dan kinerja lain di dalam perusahaan. Adapun karakteristik TQM yang dikembangkan oleh Goetsch dan Davis dalam (Nasution, 2001): yaitu fokus pada pelanggan, obsesi terhadap kualitas, pendekatan ilmiah, komitmen jangka panjang, kerjasama tim, perbaikan sistem secara berkesinambungan, pendidikan dan pelatihan, kebebasan yang terkendali, kesatuan tujuan; dan adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.

Menurut Fazli (2006) terdapat korelasi ketidakpastian lingkungan organisasi dengan kebutuhan informasi sistem akuntansi manajemen dalam bentuk

skop yang luas dan informasi yang bersifat aggregation. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2012) menunjukkan ketidakpastian lingkungan tidak mempunyai efek moderasi pada cakupan luas dari *Management Accounting System Information* terkait terhadap performa manajerial.

Manajemen yang dibentuk untuk menyesuaikan dengan ketidakpastian lingkungan membutuhkan informasi yang bermanfaat untuk memecahkan masalah, seperti penetapan harga, pemasaran, kontrol persediaan, dan lain-lain. Abernethy (1994) Hasil penelitian bahwa karakteristik informasi *broad scope* sistem akuntansi manajemen memiliki pengaruh yang lebih positif atas kinerja dalam perusahaan yang memiliki strategi *prospector* dibandingkan perusahaan yang memiliki strategi *defender*. Dengan kata lain, temuan tersebut mengindikasikan bahwa *effectiveness* unit bisnis tergantung pada kesesuaian antara desain sistem informasi dengan strategi bisnis perusahaan tersebut.

Sistem akuntansi manajemen muncul untuk mempertahankan kinerja perusahaan dalam perubahan lingkungan ekonomi yang membawa kecenderungan utama pada orientasi konsumen, penerapan *Total Quality Management* (TQM), waktu sebagai elemen kompetitif, kemajuan dalam teknologi informasi, kemajuan dalam lingkungan produksi, pertumbuhan industri jasa, dan persaingan global (Hansen, 2004). Chenhall dan Morris (1986) menyatakan bahwa ketidakpastian lingkungan telah diidentifikasi sebagai variabel kontekstual penting, karena variabel ini menyebabkan aktivitas perencanaan dan pengendalian manajemen menjadi lebih sulit. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa ketidakpastian lingkungan berkorelasi positif secara signifikan dengan karakteristik sistem akuntansi manajemen *broadscope* dan *timeliness*, sedangkan independensi organisasi berkorelasi positif secara signifikan dengan karakteristik sistem akuntansi manajemen *broadscope* dan *integration*. Berbeda dengan penelitian Imron (2004) membuktikan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara ketidakpastian lingkungan dan kinerja SBU melalui penggunaan karakteristik informasi *broadscope* sistem akuntansi manajemen.

Ketidakpastian Lingkungan berpengaruh terhadap TQM

Ketidakpastian lingkungan menggambarkan bagaimana lingkungan bisnis selalu mengalami

perubahan, seperti perubahan selera konsumen, keadaan politik, perkembangan teknologi, dan lain-lain. Manajer akan mengalami kesulitan memprediksi perubahan lingkungan jika tidak memiliki cukup informasi yang relevan. Perubahan lingkungan ini dapat diatasi dengan adanya perbaikan secara terus menerus dan menyeluruh. Mulai dari proses produksi sampai dengan pemasaran produk. Manajemen juga tak luput dari perbaikan agar konsumen semakin yakin dengan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat ketidakpastian lingkungan, maka perusahaan akan semakin meningkatkan perbaikan secara berkelanjutan dan menyeluruh. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Ketidakpastian lingkungan berpengaruh positif terhadap TQM

Strategi Bisnis berpengaruh terhadap TQM

Strategi adalah suatu pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan (Salusu, 2004). Perusahaan akan mencapai kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas produk melalui perencanaan strategi bisnis yang sempurna. Untuk menciptakan strategi bisnis yang sempurna, diperlukan perbaikan secara terus menerus. Proses ini menandakan bahwa manajemen tidak serta merta melakukan perencanaan strategi yang bagus akan tetapi tetap berusaha untuk memperbaikinya dengan evaluasi dan tindak lanjut. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap TQM

TQM berpengaruh terhadap kualitas sistem informasi akuntansi manajemen

Untuk memperoleh keunggulan daya saing, perusahaan harus mampu menyajikan setiap proses yang lebih baik dalam rangka menghasilkan produk berkualitas dengan harga wajar dan mampu bersaing guna. Implementasi TQM yang maksimal diharapkan dapat membentuk sistem informasi akuntansi manajemen yang maksimal pula. Setiap bagian mengalami perbaikan secara berkesinambungan tanpa terkecuali. Hal ini akan berdampak semakin baik dan handal

sistem yang digunakan perusahaan. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: *Total Quality Management* berpengaruh positif terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

Ketidakpastian lingkungan berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

Manajemen akan mengalami ketidakpastian lingkungan yang tinggi jika manajemen merasa lingkungannya sulit untuk diprediksi dan tidak dapat memahami bagaimana lingkungan akan berubah, sebaliknya dalam ketidakpastian rendah atau cenderung stabil, manajemen lebih dapat memprediksi keadaan. Dalam kondisi ketidakpastian lingkungan yang tinggi, informasi akan sangat berguna dalam proses kegiatan perencanaan dan kontrol dalam suatu organisasi. Sistem akuntansi yang andal akan memudahkan penyediaan informasi yang tepat waktu dan relevan, dimana para manajer memiliki kebutuhan informasi yang berbeda (Wiryana 2014). Pendapat Wiryana didukung oleh hasil penelitian Irawan (2010) bahwa secara bersama-sama ketidakpastian lingkungan eksternal dan desentralisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap karakteristik informasi akuntansi manajemen yang bermanfaat bagi manajer pemasaran. Hal tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Sari (2014) bahwa secara langsung ketidakpastian lingkungan mempengaruhi karakteristik informasi sistem akuntansi manajemen yang bersifat *broadscope*. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: Ketidakpastian lingkungan berpengaruh positif terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

Strategi bisnis berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

Imron (2004) melakukan penelitian terhadap 35 direktur utama PDAM Propinsi Jawa Tengah dengan hasil yang menunjukkan strategi bisnis *analyzer* dengan kinerja SBU terdapat pengaruh langsung tanpa di mediasi oleh penggunaan karakteristik informasi *broadscope* sistem akuntansi manajemen. Kesesuaian antara strategi bisnis dengan karakteristik informasi yang dibutuhkan diharapkan sistem informasi akuntansi manajemen dapat berjalan maksimal. Sesuai dengan teori penelitian Laksmiana (2002) bahwa perusahaan yang mengikuti strategi yang berbeda akan membentuk

akan membentuk karakteristik informasi yang berbeda pula. Menurut pendapat Paylosa (2014) Perusahaan yang menggunakan strategi *prospector* cenderung memasukkan perubahan dalam produknya untuk mengembangkan produk baru dan secara berkelanjutan mencari peluang dan pasar baru. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

Ketidakpastian lingkungan berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dimediasi oleh TQM

Lingkungan yang tidak pasti akan mempersulit manajer untuk memprediksi lingkungan bisnis. Menurut Milikien (1987) dalam Listeria (2009) ketidakpastian dapat diartikan sebagai rasa ketidakmampuan individu dalam memprediksi lingkungannya secara tepat. Tingginya ketidakpastian lingkungan organisasi dapat menyulitkan perusahaan dalam menyusun perencanaan dan pengendalian yang efektif. Hal ini akan berpengaruh pada kualitas sistem informasi akuntansi manajemen perusahaan yang telah terstruktur. Melalui TQM, perbaikan akan terus menerus dilakukan sampai sistem ini dapat melakukan tugasnya dalam manajemen. Kualitas sistem informasi akuntansi manajemen ditentukan oleh perbaikan yang terus menerus dilakukan sehingga kesalahan tidak akan terlalu banyak terjadi sehingga ketidakpastian lingkungan dapat teratasi. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: Ketidakpastian lingkungan berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dimediasi oleh TQM

Strategi bisnis berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dimediasi oleh TQM

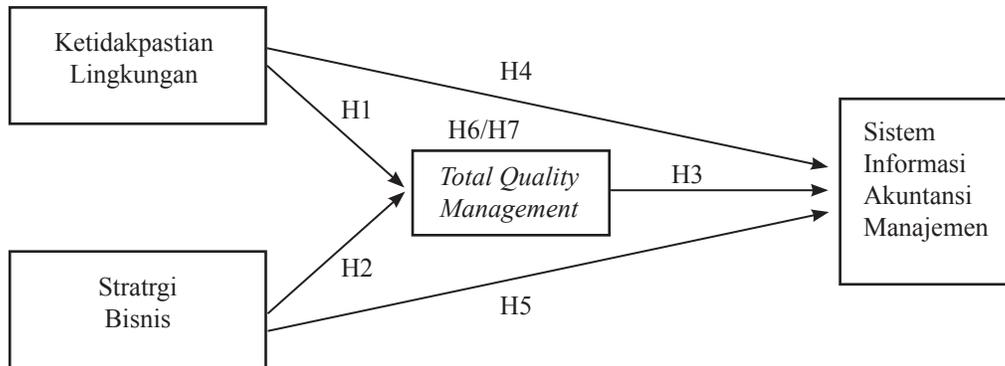
Strategi bisnis sebagai alat untuk menciptakan daya saing antar perusahaan. Perusahaan menunjuk manager untuk menyusun strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi pada saat itu. Pesaing lainnya juga merumuskan strategi yang unggul demi mewujudkan kepuasan konsumen. Strategi yang telah dibuat, akan dilakukan perbaikan terus menerus melalui TQM. Hal ini memerlukan informasi yang relevan, tepat waktu, dan handal sehingga dalam evaluasi sistem informasi

akuntansi manajemen mempunyai kualitas yang terbaik. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H7: Strategi bisnis berpengaruh terhadap sistem

informasi akuntansi manajemen dimediasi oleh TQM

Penelitian ini membatasi pada permasalahan ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis sebagai varia-



Gambar 1
Model Penelitian

bel eksogen, sistem informasi akuntansi manajemen sebagai variabel endogen dan TQM sebagai variabel *intervening*. Objek dalam penelitian ini adalah manajer yang berada di perusahaan jasa perdagangan. Latar belakang peneliti memilih perusahaan jasa perdagangan kendaraan bermotor sebagai objek penelitian karena peneliti merasa persaingan di antara perusahaan kendaraan sangatlah ketat dan dilihat dari volume penjualan. Metode sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan cara penarikan sampel yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2010).

Pada penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian adalah para manajer di perusahaan jasa perdagangan kendaraan bermotor dilakukan dengan penyebaran kuesioner mengenai ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis serta indikator-indikator pada sistem informasi akuntansi manajemen dan TQM dengan teknik *personally administered questionnaires*, yaitu kuesioner disampaikan dan dikumpulkan langsung oleh peneliti (Indriantoro, 2002). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah ketidakpastian lingkungan dan strategi bisnis. Variabel endogen adalah sistem informasi akuntansi manajemen. Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah TQM.

Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan *WARP-PLS*. Model persamaan structural (SEM) merupakan suatu teknik analisis multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis jalur sehingga memungkinkan penelitian untuk menguji dan mengestimasi secara simultan hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen multiple dengan banyak faktor (Ghozali dan Latan, 2012).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua perusahaan jasa perdagangan yaitu PT. Astra Honda Motor (AHM) dan PT. Yamaha Indonesia. Peneliti melihat adanya persaingan yang ketat antar kedua perusahaan ini. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden. Pengumpulan data ini dilakukan selama dua minggu, pada tanggal 3 Januari 2017 sampai 17 Januari 2017. Penelitian ini menggunakan 60 responden dengan peta distribusi sebagai berikut.

Berdasar Tabel 3, nampak sebagian besar responden adalah laki-laki dengan jumlah partisipasi sebesar 34

Tabel 2
Data Sample Penelitian

Keterangan	Jumlah responden	Persentase
Jumlah kuesioner yang disebar	60	100%
Jumlah kuesioner yang kembali	53	88,33%
Jumlah kuesioner yang tidak sah	3	5%
Jumlah kuesioner yang diolah	50	83,33%

Tabel 3
Deskripsi Responden

Keterangan		Jumlah	Persentase
Gender	Laki-laki	34	68%
	Perempuan	16	32%
Usia	21-30 tahun	6	12%
	31-40 tahun	21	42%
	41-50 tahun	17	34%
	>50 tahun	6	12%
Pendidikan	SMA	2	4%
	D3	8	16%
	S1	30	60%
	S2	10	20%

orang atau 68%. Hal ini membuktikan bahwa laki-laki mendominasi jabatan manajer dalam perusahaan jasa perdagangan. Usia responden pada rentang 31-40 tahun mendominasi jabatan manajer di perusahaan jasa perdagangan. Hal ini berarti usia tersebut dapat menjabat sebagai manajer mengemban tanggung jawab

yang sangat baik. Pendidikan menentukan kemampuan seorang manajer dalam melaksanakan tugasnya dengan baik. Kemampuan manajer juga diperhitungkan sesuai pendidikannya.

Tabel 4 menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan dengan rata-rata total sebesar 21,16 , den-

Tabel 4
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	SD
KL	50	17	24	21.16	1.84457
SB	50	20	24	21.98	1.18649
TQM	50	40	43	42.66	0.68839
SIAM	50	40	49	45.12	1.81423

gan standar deviasi sebesar 1,844 Ini berarti bahwa sebagian responden cenderung menjawab setuju untuk pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan masalah

ketidakpastian lingkungan. Variabel strategi bisnis dengan rata-rata total 21,98 dengan standar deviasi sebesar 1,186 berarti bahwa sebagian responden menjawab

setuju dalam hal strategi bisnis. Variabel penerapan TQM dengan rata-rata total sebesar 42,66 dengan standar deviasi sebesar 0,688 menunjukkan bahwa tingkat penerapan TQM dalam penelitian ini sebesar 42%. Ini berarti sebagian responden menjawab setuju untuk pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan penerapan TQM. Variabel sistem informasi akuntansi manajemen dengan rata-rata total 45,12 dengan standar deviasi sebesar 1,814 berarti bahwa sebagian responden menjawab setuju dalam hal strategi bisnis.

Penilaian *outer model* yang meliputi uji validitas dan uji reabilitas dalam penelitian ini tidak dilakukan karena data yang digunakan adalah data terukur. Model struktural atau *inner model* pada kerangka konseptual yang dibangun berdasarkan referensi konsep dan teori yang disebut *fit* apabila didukung oleh data empirik. Berdasarkan hasil uji *outer model* yang menunjukkan indikator memenuhi kriteria *convergent validity* yaitu KL5, KL6, SB1, SB2, TQM4, TQM8, TQM9, SIAM8 dan SIAM11 karena memiliki nilai *loading* > 0.70 dan *p value* yang menunjukkan <0,001.

Hasil uji *outer model* menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dapat dikatakan memenuhi kriteria *discriminant validity*. Berdasarkan data di atas dapat dilihat untuk konstruk Ketidakpastian Lingkungan sebesar 0,563 lebih besar dari 0,120; -0,293; dan 0,061. Nilai Strategi Bisnis juga telah memenuhi validitas diskriminan karena Strategi Bisnis memiliki nilai sebesar 0,606 yang nilainya lebih besar dari 0,120; 0,198; dan -0,089. TQM memiliki nilai sebesar 0,696 yang nilainya lebih besar dari -0,293; 0,198; dan 0,164. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa keseluruhan konstruk telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Berdasar hasil uji reliabilitas konstruk hasil

tersebut menunjukkan *composite reliability* dari masing-masing konstruk, yaitu KL dengan nilai (0,931), SB dengan nilai (0,842), TQM dengan nilai (0,856), dan SIAM dengan nilai (0,864). Hasil dari *cronbach's alpha* juga menunjukkan bahwa KL dengan nilai (0,852), SB dengan nilai (0,724), TQM dengan nilai (0,746) dan SIAM dengan nilai (0,786). Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel telah memenuhi kriteria *composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

PEMBAHASAN

Berdasar hasil pengujian, nilai *Average R-squared* (ARS) diperoleh hasil 0,180 dengan nilai $p=0.045$, hal ini menunjukkan bahwa variabel pada penelitian ini hanya mampu mempengaruhi variabel eksogen sebesar 18% persen dan 82% dimiliki oleh variabel lain diluar model. Nilai *Average path coefficient* (APC) sebesar 0,256 dengan $p<0,05$, hal ini berarti variabel endogen dan eksogen memiliki hubungan sebab dan akibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Tidak terjadinya multikolinearitas pada penelitian ini terbukti dari nilai *Average Variance Inflation Factor* (AVIF) sebesar 1,066 Interpretasi indikator *model fit* tergantung dari tujuan analisis SEM, jika tujuannya hanya pengujian hipotesis hubungan antara variabel lain maka indikator *model fit* menjadi kurang penting. Interpretasi indikator *model fit* dalam penelitian ini memenuhi kriteria nilai *Goodness of Fit Model* sehingga model penelitian ini dapat digunakan untuk membandingkan beberapa model dan menguji hipotesis.

Berdasar hasil pengujian hipotesis pertama, menunjukkan hasil bahwa nilai koefisien jalur memiliki

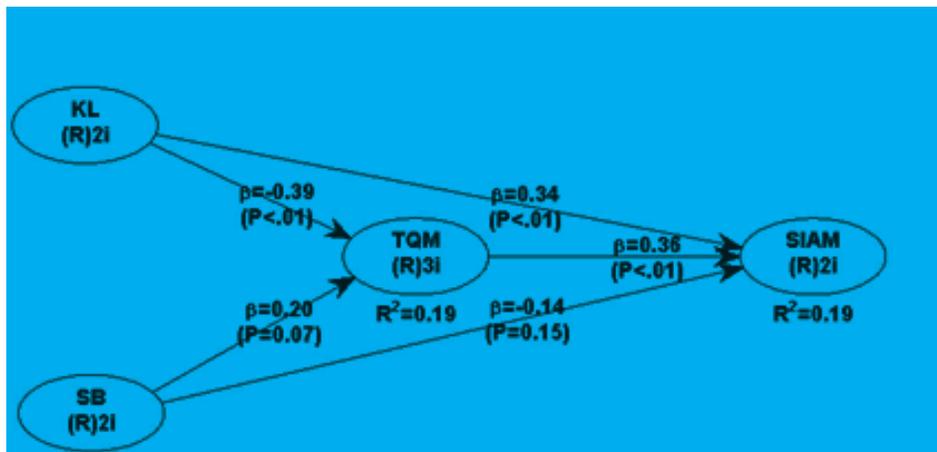
Tabel 5
Nilai Goodness of Fit Model

Hasil uji	Kriteria
APC=0,256, P=0,013	Good if P<0,05
ARS=0,180, P=0,045	Good if P<0,05
AVIF=1,066	Good if <0,05

Sumber: output data diolah, 2017

Tabel 6
Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis Penelitian	β	<i>p-value</i>	Keterangan
H1	-0,393	0,001	Hipotesis ditolak
H2	0,195	0,071	Hipotesis ditolak
H3	0,358	0,003	Hipotesis diterima
H4	0,345	0,004	Hipotesis diterima
H5	-0,142	0,147	Hipotesis ditolak
H6	0,330	<0,01	Hipotesis diterima
H7	-0,10	0,24	Hipotesis ditolak



Gambar 2
Hasil Output Uji Hipotesis

nilai bertanda negatif sebesar 0,393 dan *p-value* sebesar 0,001 atau lebih kecil dari standar *p-value* yang ditetapkan ($\leq 5\%$). Artinya semakin tinggi kondisi lingkungan yang tidak pasti, maka perbaikan kualitas produk yang secara terus menerus dilakukan perusahaan akan diminimalkan. Karena perusahaan tidak akan mengambil resiko terlalu tinggi jika kondisi lingkungan tidak stabil. Berdasar hasil pengujian hipotesis kedua, menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur memiliki nilai bertanda positif $\beta = 0,195$ dan *p-value* = 0,071 atau lebih besar dari standar *p-value* yang ditetapkan ($\leq 5\%$). Artinya strategi bisnis yang digunakan perubahan tidak mempengaruhi perbaikan kualitas produk yang dilakukan perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa

strategi bisnis yang diterapkan perusahaan tidak berfungsi dengan baik dan tidak memberi motivasi kepada para karyawan untuk melakukan perbaikan secara terus menerus. Sehingga fokus perusahaan kepada pelanggan khususnya dalam kualitas produk tidak tercapai.

Berdasar hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur memiliki nilai bertanda positif $\beta = 0,358$; *p-value* < 0,003 atau lebih kecil dari standar *p-value* yang ditetapkan ($\leq 5\%$). Artinya semakin baik implementasi TQM maka kualitas sistem informasi akuntansi manajemen semakin baik. Berdasar hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur memiliki nilai bertanda positif $\beta = 0,345$; *p-value* < 0,004 atau

lebih kecil dari standar *p-value* yang ditetapkan ($\leq 5\%$). Penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi ketidakpastian lingkungan, maka akan semakin sulit manajemen akan memprediksi lingkungan akan berubah. Ketidakmampuan manajemen dalam memprediksi perubahan lingkungan, akan memburuk citra perusahaan dalam mengelola manajemennya, sehingga kualitas sistem informasi akuntansi manajemen yang dimiliki perusahaan semakin berkurang.

Berdasar hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur memiliki nilai bertanda negatif $\beta = -0,142$; *p-value* = 0,147) atau lebih besar dari standar *p-value* yang ditetapkan ($\leq 5\%$). Hasil ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang digunakan perusahaan tidak mempengaruhi kualitas sistem informasi akuntansi manajemen. Strategi bisnis yang diterapkan perusahaan harus sesuai dengan kondisi saat itu. Akan tetapi manajemen tidak mampu mengatasi kondisi yang tidak menentu sehingga manajemen tidak mengalami peningkatan dalam segi kualitas.

Berdasar hasil pengujian hipotesis keenam yaitu adanya pengaruh ketidakpastian lingkungan dengan sistem informasi akuntansi manajemen dimediasi oleh TQM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien pengaruh langsung ketidakpastian lingkungan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen adalah sebesar 0,345 dan signifikan. Kemudian koefisien pengaruh tidak langsung ketidakpastian lingkungan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen turun menjadi 0,330 namun tetap signifikan. Hal ini menunjukkan bentuk partial mediation atau dengan kata lain TQM memediasi secara parsial pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen. Hasil pengujian menunjukkan dukungan terhadap hipotesis enam yaitu ketidakpastian lingkungan berpengaruh tidak langsung terhadap sistem informasi akuntansi manajemen. TQM berperan sebagai pemediasi parsial pengaruh ketidakpastian lingkungan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen.

Hipotesis ketujuh yaitu adanya pengaruh strategi bisnis dengan sistem informasi akuntansi manajemen dimediasi oleh TQM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien pengaruh langsung strategi bisnis terhadap sistem informasi akuntansi manajemen adalah sebesar -0,142 dan tidak signifikan. Kemudian koefisien pengaruh tidak langsung strategi bisnis terhadap sistem informasi akuntansi manajemen

naik menjadi -0,10 namun tetap tidak signifikan. Hal ini menunjukkan hipotesis tujuh strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dan TQM tidak berperan sebagai pemediasi pengaruh strategi bisnis terhadap sistem informasi akuntansi manajemen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ketidakpastian lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap *Total Quality Management* (TQM). Artinya semakin tinggi ketidakpastian lingkungan terjadi maka TQM yang diupayakan perusahaan akan semakin meningkat. Sementara itu, strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap *Total Quality Management* (TQM). Artinya strategi bisnis yang digunakan perusahaan tidak mempengaruhi perbaikan kualitas produk yang dilakukan perusahaan.

Pada pengujian penerapan TQM terhadap sistem informasi akuntansi manajemen hasilnya berpengaruh positif. Artinya semakin baik implementasi TQM maka semakin berkualitas sistem informasi akuntansi manajemen yang dimiliki oleh perusahaan. Selanjutnya, pengujian ketidakpastian lingkungan berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen. Artinya semakin tinggi ketidakpastian lingkungan maka kualitas sistem informasi akuntansi manajemen semakin meningkat.

Pada pengujian strategi bisnis hasilnya tidak berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi manajemen. Artinya strategi bisnis yang diterapkan perusahaan maka kualitas sistem informasi akuntansi manajemen tidak mengalami kemajuan atau kemunduran. Kemudian, pengujian ketidakpastian lingkungan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap sistem informasi akuntansi manajemen dengan dimediasi sebagian (parsial) oleh *Total Quality Management* (TQM). Artinya kualitas sistem informasi akuntansi manajemen tidak langsung dipengaruhi oleh ketidakpastian yang tinggi tetapi dengan adanya implementasi TQM yang baik maka perbaikan kualitas produk akan berjalan baik sesuai harapan pelanggan. Pada pengujian yang terakhir ini, strategi bisnis secara tidak berpengaruh signifikan terhadap sistem infor-

masi akuntansi manajemen *Total Quality Management* (TQM) tidak berperan sebagai mediator.

Saran

Penelitian selanjutnya yang dapat disarankan dari keterbatasan penelitian ini adalah peneliti dapat membangun komunikasi dengan responden sehingga responden agar lebih mengerti tentang pertanyaan yang peneliti ajukan melalui kuesioner. Kemudian penelitian ini menggunakan sampel perusahaan jasa perdagangan kendaraan bermotor, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih bervariasi seperti perusahaan dagang produk makanan.

DAFTAR PUSTAKA

Abernethy, Margaret A., and Cameron H. Guthrie. 1994. An Empirical Assessment of the "Fit" between Strategy and Management Information System Design. *Accounting & Finance*, 34(2): 49-66.

Andriyani, Maria. 2008. Analisis Pengaruh Cash Ratio, Debt To Equity Ratio, Insider Ownership, Investment Opportunity Set dan Profitability Terhadap Kebijakan Dividen (Studi Empiris pada perusahaan Automotive di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2004-2006). *Tesis*. Universitas Diponegoro.

Astuti, Eri Dwi, 2007. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dengan Moderasi Locus of Control pada Perusahaan Manufaktur di Jawa Tengah. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.

Azlina, Desmiyawati Nur. 2009. Hubungan Strategi, Ketidakpastian Lingkungan dan Kinerja: Informasi *Broadscope* Sistem Akuntansi Manajemen sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Riau.

Bina Produktivitas Tenaga Kerja. 1998. *Manajemen*

Mutu Terpadu. Jakarta: Kementerian Tenaga Kerja.

Chairany, Wahyuni. 2001. *Total Quality Management*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.

Chairany, N. dan Lestari, W. 2011. Pengaruh *Total Quality Management* terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Kepemimpinan dan Perilaku Produktif Karyawan. *Skripsi*. Universitas Hassanuddin.

Chase at all. 2005. *Quality Service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Chenhall, Robert H., and Morris, Deigen. 1986. The Impact of Structure, Environment, and Interdependence on the Perceived Usefulness of Management Accounting System. *The Accounting Review*, LXI(1).

Daft, Richard L. 2002. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Dauhan, Jevon. 2013. *Total Quality Management*, Budaya Organisasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Manajerial Pt. Pln Area Suluttenggo Manado. *Jurnal EMBA*. 1(4).

Diana, F. A.. 2003. *Total Quality Management*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Ebert, Ronald J. Dan Ricky W. Griffin. 2006. *Bisnis*. Alih Bahasa Rd. Soemarnagara. Jakarta: Erlangga.

Fazli, Syam dan Lilis Maryasih. 2006. Sistem Akuntansi Manajemen, Persepsi Ketidakpastian Lingkungan, Desentralisasi, Dan Kinerja Organisasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Provinsi NAD. Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.

Gotzamani, K.D., Y.D. Thoedorakioglou, and G.D. Tsiotras. 2006. A longitudinal study of the ISO 9000 (1994) series contribution towards TQM in Greek industry, *The TQM Magazine*, 18(1).

- Ghozali, Imam dan Hengky Latan. 2012. *Partial Least Square: Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 2.0 M3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gul, F. A., dan Chia, Y. M. 1994. The Effects of Management Accounting Systems, Perceived Environmental Unvertainty and Decentralization on Managerial Performance: A Test of Three Way Interaction. *Accounting, Organisation and Society*.
- Marsudi dan Ghozali. 2001. Pengaruh Partisipasi Penganggaran, Job Relevant Information (JRI) dan Volatilitas Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia, *JAAI*, 5(2).
- Hansen, Mowen. 2004. *Management Accounting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Honggren, Charles T., Gary L Sunden and William O Stratton. 1996. *Introduction to Management Accounting*, New Jersey, Englewood Cliffs: Prantice-Hall International Inc.
- Ibrahim, B. 2000. *TQM Panduan untuk Menghadapi Persaingan Global*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Imron. 2004. *Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Bisnis terhadap Hubungan antara Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Broadscope dengan Kinerja Unit Bisnis Strategis*. Simposium Nasional Akuntansi VII .
- Irawan, Arry. 2010. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Eksternal, Desentralisasi terhadap Karakteristik Informasi Akuntansi Manajemen yang Bermanfaat Bagi Manajer Pemasaran (Penelitian pada Industri Tekstil di Kota Bandung). *Tesis*. Universitas Padjadjaran.
- Krajewski, J. Lee and P. R. Larry. 2006. *Operations Management Strategy and Analysis*, Fifth Edition, Addison-Wesley Publising Company Inc.
- Laksmana, A., & Muslichah. 2002. Pengaruh Teknologi Informasi, Saling Ketergantungan, Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 4.
- Listeria, Lena. 2009. Pengaruh Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen yang bersifat Broadscape, Desentralisasi dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial. *Skripsi*. Universitas Negeri Padang.
- Mia, L. and Clarke, B. 1999. Market Competition, Management Accounting Systems and Business Unit Performance. *Management Accounting Research*, 10.
- Miles, R. E., Snow, C. C. 1978. *Organizational Strategy, Structure and Process*. New York: Mc Graw.
- Muindro, Reyowijoyo dan Deasy Rinarti. 2007. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Budaya Organisasi Terhadap Partisipasi Penganggaran dan Kinerja Manajerial. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 9(2).
- Muldjono, Djoko. 2012. *Buku Pintar Koperasi Strategi Simpan Pinjam, Edisi Satu*. Yogyakarta: Andi.
- Muslichah. 2012. The effect Contextual Variabel on Manajement Accounting System Characteric and Managerial Performance. Simposium Nasional Akuntansi VI.
- Narsa, I Made dan Yuniawati R. D. 2003. Pengaruh Interaksi Antara Total Quality Management dengan Sistem Pengukuran Kinerja dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Empiris pada PT. Telkom Divre V Surabaya). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(1).
- Nasution. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noreen. W. 2000. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhayati, Eni. 2012. Analisis Pengaruh Strategi

- Customization Terhadap Kinerja Manajerial Melalui Penggunaan Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen *Broadscope*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pasla, Hendra. 2011. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan, Kesediaan Menerima Resiko dan Locus Of Control Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Informasi. *Skripsi*. Universitas Negeri Padang.
- Paylosa, Fanny. 2014. Pengaruh Strategi Bisnis dan Desentralisasi Terhadap Hubungan Antara Pemanfaatan Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Perhotelan di Kota Padang dan Bukittinggi). *Skripsi*. Universitas Negeri Padang.
- Putri, Lisa Khairina. 2014. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Manajerial dengan Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Padang.
- Sari, Nurmala. 2014. Pengaruh Ketidakpastian Terhadap Kinerja Perusahaan melalui Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Negeri Padang.
- Setiawan. 2012. Ketidakpastian Lingkungan Memoderasi Hubungan Antara Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan di Kota Palembang). *Jurnal Akuntansi*, 16(1).
- Solihin, Mahfud., Dwi Ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Indriantoro, Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Tjiptono, F. & Diana, A., 2003. *Total Quality Management*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Paramita Diah Setya. 2012. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Desentralisasi Terhadap Kinerja Manajerial dengan Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Wijaya, Tony. 2009. *Analisis Structural Equation Modeling Menggunakan AMOS*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Wijanto, Setyo Hari. 2008. *Structural Equation Modeling*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Wirjono, Endang Raino. 2013. Hubungan antara Sistem Akuntansi Manajemen dan Ketidakpastian Lingkungan yang Dirasakan Terhadap Kinerja Manajerial. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 8(3).
- Yubiharto. 2003. Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Manajerial dengan Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen sebagai Variabel Intervening. *Tesis*. Universitas Diponegoro.