

JURNAL

AKUNTANSI DAN MANAJEMEN



Bekerja sama dengan

PENGARUH *COMPUTER SELF-EFFICACY* DAN PENERAPAN MODEL UTAUT TERHADAP *USER ACCEPTANCE DIGITAL PAYMENT*

Anindya Putri Cahyogumilang

PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN KEBIJAKAN UTANG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Niken Dewi Mandarsari

PENGARUH MODERASI *NEUROTICISM* TERHADAP HUBUNGAN *CUSTOMER EMOTION* KARENA KEGAGALAN LAYANAN DAN *WORD OF MOUTH*

Nurul Shalin

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAERAH TERHADAP INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA, TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA, DAN INDEKS GINI DENGAN PERTUMBUHAN EKONOMI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DAN OPINI LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI INDONESIA

*Wanda Erwina
Rudy Badrudin*

PENGARUH RETENSI PEMEGANG SAHAM, *LOCK UP PERIOD*, REPUTASI *UNDERWRITER*, REPUTASI DEWAN DIREKSI, DAN *OVERSUBSCRIPTION* TERHADAP *INITIAL RETURN* (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang IPO dan Go Public di BEI Tahun 2011-2018)

Andita Sulistyowati

PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN AKUNTANSI, *AUDITING*, TEKNOLOGI INFORMASI DAN *SOFTSKILL* MAHASISWA TERHADAP MINAT MENJADI AUDITOR EKSTERNAL DENGAN JASA AUDIT *E-COMMERCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Asrawaty



Rp.25.000,-

JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN	VOL. 31	NO. 2	Hal 69-144	AGUSTUS 2020	P ISSN 2621-7031 E ISSN 2621-704X
-----------------------------------	---------	-------	------------	--------------	--------------------------------------

Bekerja sama dengan



JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN

EDITOR IN CHIEF

Djoko Susanto
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Dody Hapsoro
STIE YKPN Yogyakarta

I Putu Sugiarta Sanjaya
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dorothea Wahyu Ariani
Universitas Maranatha Bandung

Jaka Sriyana
Universitas Islam Indonesia

Baldric Siregar
STIE YKPN Yogyakarta

MANAGING EDITOR

Rudy Badrudin
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL SECRETARY

Shita Lusi Wardhani
STIE YKPN Yogyakarta

PUBLISHER

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIE YKPN Yogyakarta
Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1120 ■ Fax. (0274) 486155

EDITORIAL ADDRESS

Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1332 Fax. (0274) 486155
<http://stieykpn.ac.id/journal/index.php/jam> ■ e-mail: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id
Bank Mandiri atas nama STIE YKPN Yogyakarta No. Rekening 137 0095042814

Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM) terbit sejak tahun 1990. JAM merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN) Yogyakarta. Penerbitan JAM dimaksudkan sebagai media penguatan karya ilmiah baik berupa kajian ilmiah maupun hasil penelitian di bidang akuntansi dan manajemen. Setiap naskah yang dikirimkan ke JAM akan ditelaah oleh MITRA BESTARI yang bidangnya sesuai. Penulis akan menerima lima eksemplar cetak lepas (off print) setelah terbit.

JAM diterbitkan setahun tiga kali, yaitu pada bulan April, Agustus, dan Desember. Harga langganan JAM Rp25.000,- ditambah biaya kirim Rp25.000,- per eksemplar. Berlangganan minimal 1 tahun (volume) atau untuk 3 kali terbitan. Kami memberikan kemudahan bagi para pembaca dalam mengarsip karya ilmiah dalam bentuk electronic file artikel-artikel yang dimuat pada JAM dengan cara mengakses artikel-artikel tersebut di website JAM (<http://stieykpn.ac.id/journal/index.php/jam>).

DAFTAR ISI

**PENGARUH *COMPUTER SELF-EFFICACY* DAN PENERAPAN MODEL UTAUT TERHADAP
*USER ACCEPTANCE DIGITAL PAYMENT***

Anindya Putri Cahyogumilang

69-77

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP
KINERJA KEUANGAN DENGAN KEBIJAKAN UTANG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Niken Dewi Mandarsari

79-92

**PENGARUH MODERASI *NEUROTICISM* TERHADAP HUBUNGAN *CUSTOMER EMOTION*
KARENA KEGAGALAN LAYANAN DAN *WORD OF MOUTH***

Nurul Shalin

93-107

**PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAERAH TERHADAP INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA,
TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA, DAN INDEKS GINI DENGAN PERTUMBUHAN
EKONOMI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DAN OPINI LAPORAN KEUANGAN
PEMERINTAH DAERAH SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI INDONESIA**

Wanda Erwina

Rudy Badrudin

109-120

**PENGARUH RETENSI PEMEGANG SAHAM, *LOCK UP PERIOD*, REPUTASI *UNDERWRITER*,
REPUTASI DEWAN DIREKSI, DAN *OVERSUBSCRIPTION* TERHADAP *INITIAL RETURN*
(Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang IPO dan Go Public di BEI Tahun 2011-2018)**

Andita Sulistyowati

121-128

**PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN AKUNTANSI, *AUDITING*, TEKNOLOGI INFORMASI DAN
SOFTSKILL MAHASISWA TERHADAP MINAT MENJADI AUDITOR EKSTERNAL DENGAN JASA
AUDIT E-COMMERCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Asrawaty

129-144

PENGARUH COMPUTER SELF-EFFICACY DAN PENERAPAN MODEL UTAUT TERHADAP USER ACCEPTANCE DIGITAL PAYMENT

Anindya Putri Cahyogumilang

E-mail: anindyagumilang@gmail.com

ABSTRACT

This research examines the effect of computer self-efficacy and the application of the UTAUT model to user acceptance digital payment. The purpose of this study is to find out how performance expectancy, effort expectancy, social influence, computer self-efficacy, and facilitating conditions can influence the interests and behavior of Indonesian people in using digital payments. Researcher collected data using a questionnaire (Google Forms). The research sample is all digital payment users registered with Bank Indonesia. The results showed that performance expectancy, social influence, and computer self-efficacy have a significant effect on intention to use digital payments. Facilitating conditions can significantly influence the frequency (behavior) of using digital payments, while user interest shows the opposite results.

Keywords: digital payment, utaut model, computer self-efficacy

JEL Classification: C88, L86

PENDAHULUAN

Keterbatasan industri perbankan melayani masyarakat daerah tertentu menjadi salah satu alasan terbesar

munculnya inovasi teknologi di bidang keuangan. *Financial technology* adalah inovasi finansial yang menggabungkan antara teknologi dan fitur keuangan (Chen, Wu, & Yang, 2019). Inovasi yang dilakukan bertujuan untuk memberikan kemudahan akses, transparansi, kenyamanan, keamanan, kepraktisan, dan efisiensi. Layanan yang ditawarkan *fintech* berpotensi memberikan keuntungan kepada banyak pihak, mulai dari pelaku usaha, konsumen, bahkan dipercaya mampu mengatasi inklusi keuangan di suatu negara. Meskipun *digital payment* terbukti mampu memberikan berbagai manfaat masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengenal dan menerima *digital payment* sebagai alternatif alat pembayaran. Mereka masih lebih memilih melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian yang dapat menjelaskan faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keinginan seseorang untuk menggunakan dan menerima kehadiran *digital payment*.

Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* menjelaskan perilaku penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi (Venkatesh & Davis, 2000). *Performance expectancy (PE)*, *effort expectancy (EF)*, *social influence (SI)*, dan *facilitating condition (FC)* menjadi empat konstruk utama yang memiliki pengaruh langsung terhadap minat dan penggunaan suatu teknologi (*digital payment*). Peneliti menambahkan variabel independen *computer self-efficacy (CS)* untuk melengkapi penelitian penga-

ruh model UTAUT terhadap minat dan perilaku *digital payment*.

Computer self-efficacy dapat menjadi faktor penting apakah seseorang tertarik untuk mengoperasikan suatu teknologi. Seseorang yang memiliki keyakinan diri bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi akan lebih mudah menerima perkembangan di dunia teknologi (He & Lee, 2009). Penelitian empiris yang dilakukan oleh McKenna, Tuunanen, & Gardner (2013) menemukan bahwa CS berpengaruh positif terhadap *behavioral intention*. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk menguji lebih lanjut bagaimana variabel PE, EF, SI, CS, dan FC mampu mempengaruhi minat dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap penggunaan *digital payment*.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Digital Payment

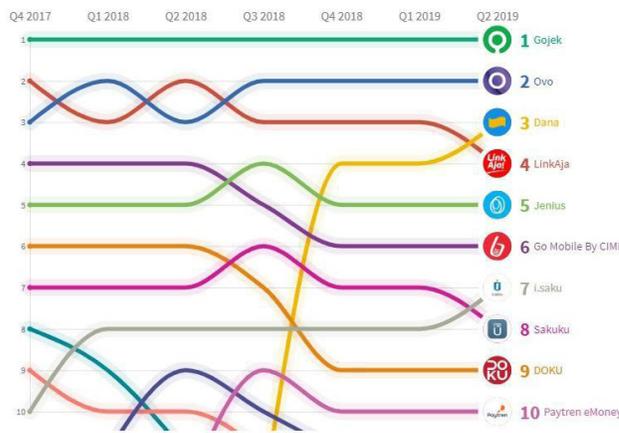
Digital payment merupakan dampak perkembangan *fintech* yang secara umum dibagi menjadi *e-money (chip)* dan *e-wallet (server)*. Peraturan BI tentang Uang Elektronik 20/6/PBI/2018 Pasal 1 mendefinisikan uang elektronik sebagai alat pembayaran mikro yang diterbitkan atas dasar nilai uang disetor kepada penerbit dan disimpan secara elektronik dalam media *server* atau *chip*. Nilai uang yang dikelola oleh penerbit

bukan merupakan simpanan (Bank Indonesia, 2018). Kehadiran uang elektronik bertujuan untuk mengurangi tingkat penggunaan uang tunai sehingga tercipta *cashless society*.

Bank Indonesia melaporkan terdapat 38 dompet digital yang sudah terdaftar dan memiliki lisensi resmi. BI mengatur seluruh penyelenggaraan *e-wallet* dalam PBI 19/12/PBI/2017 sebagai bentuk dukungan terhadap kehadiran *digital payment* di Indonesia (Bank Indonesia, 2018). Gopay, Ovo, Dana, LinkAja, dan Jenius menempati posisi lima besar *digital payment (e-wallet)* yang paling diminati masyarakat Indonesia pada kuartal II tahun 2019.

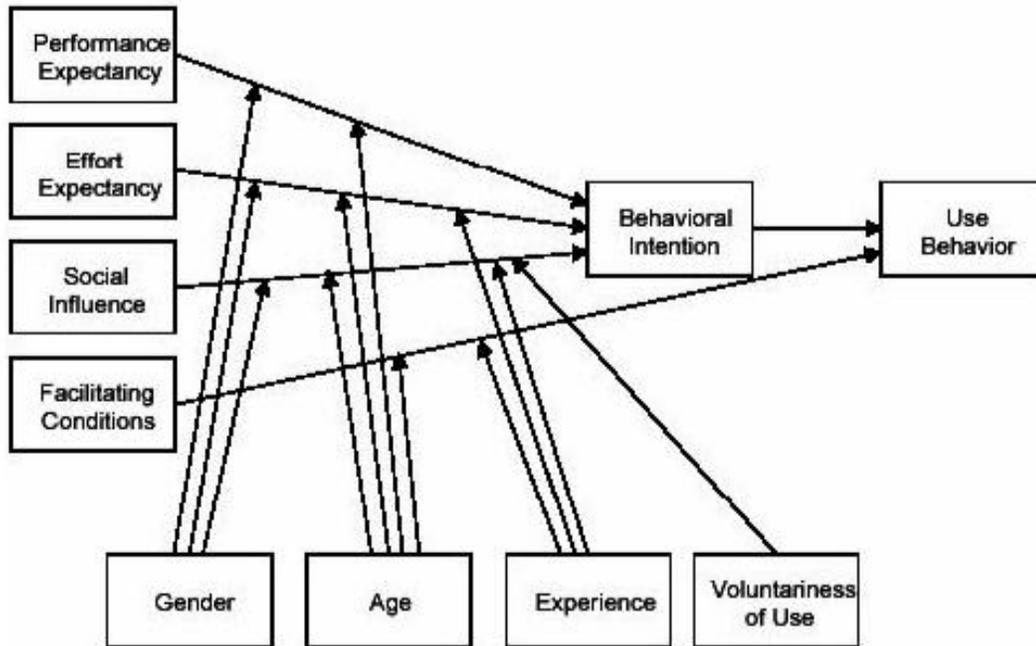
Model UTAUT

UTAUT adalah model *user acceptance* yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, (2016) dengan merumuskan empat konstruk utama sebagai faktor yang dapat mendorong manusia untuk menerima dan menggunakan teknologi. UTAUT mampu menjelaskan 77 persen varians dalam niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan teknologi dan 52 persen varians dalam penggunaan teknologi (*use behavior*). Menurut Wang (2005) tujuan utama model ini adalah untuk mengetahui bagaimana reaksi manusia (*user*) terhadap kehadiran teknologi baru.



Sumber: iPrice, 12 Agustus 2019

Gambar 1
Daftar Dompet Digital Terbesar di Indonesia Kuartal IV 2017 - Kuartal II 2019



Sumber: (Venkatesh & Morris, 2003)

Gambar 2
Model UTAUT

Variabel PE, EF, dan SI diteorikan untuk mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan teknologi. *Behavioral intention* dan FC menentukan perilaku penggunaan teknologi. Selain itu, usia, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan sebagai variabel yang akan memoderasi empat konstruk utama.

Pengaruh PE terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Ekspektasi kinerja (PE) adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemampuan suatu sistem memberikan keuntungan-keuntungan kinerja pada pekerjaan yang dilakukan (Venkatesh & Morris, 2003). Seseorang yang meyakini *digital payment* dapat meningkatkan kinerjanya akan lebih bermenimbulkan minat dalam dirinya untuk menggunakan *digital payment* tersebut. Venkatesh *et al.* (2000) dan Kusuma & Puspansingih (2016) dalam penelitiannya membuktikan bahwa variabel PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan suatu sistem. Berdasar penjelasan

tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh EF terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Variabel EF didefinisikan sebagai tingkat kemudahan penggunaan teknologi. Variabel ini merupakan gabungan dari variabel *perceived easy of use* (TAM), kompleksitas (MPCU), dan kemudahan penggunaan (IDT) (Venkatesh & Morris, 2003). Seorang individu akan berminat menggunakan *digital payment* jika ia tidak menemukan kesulitan dalam penggunaannya. Venkatesh *et al.* (2000) dan Marchewka & Kostiwa (2007) telah membuktikan bahwa variabel EF memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu sistem. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh SI terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Pengaruh sosial (SI) adalah tingkat pengaruh orang lain terhadap individu untuk melakukan atau menggunakan sistem baru yang dapat membantu pekerjaannya. Pengguna yang menganggap teknologi baru sesuai dengan nilai-nilai mereka dengan antusias akan menerima kehadiran teknologi baru tersebut (Galletta, 1999). Venkatesh *et al.* (2000) membuktikan bahwa SI memberikan pengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu sistem sedangkan penelitian Marchewka & Kostiwa (2007) memiliki pendapat berbeda, yaitu SI tidak berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan suatu sistem. Oleh karena itu, peneliti ingin membuktikan apakah SI akan berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh CS terhadap *Intention to Use Digital Payment*

CS merupakan definisi khusus *self-efficacy* yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas tertentu (Strong, Dishaw, & Brent Bandy, 2006). Peneliti berpendapat individu yang merasa dirinya mampu dan siap untuk menerima teknologi baru akan lebih berminat untuk menggunakan teknologi baru tersebut. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H4: *Computer self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment*

Pengaruh FC terhadap *Use Behavioral of Digital Payment*

Kondisi yang memfasilitasi dapat berupa dukungan teknis, administrasi, pengetahuan, dan sumber daya lain (Nikou & Economides, 2017). Venkatesh *et al.* (2000) menyatakan ketersediaan FC mempengaruhi frekuensi penggunaan terhadap suatu sistem. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H5: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *use behavioral of digital payment*

Pengaruh *Intention to Use Digital payment* terhadap *Use Behavioral of Digital Payment*

Individu yang berminat menggunakan suatu sistem

meyakini bahwa sistem tersebut akan memberikan banyak manfaat dan menggunakannya secara terus menerus (Venkatesh & Morris, 2003). Gao & Deng (2012) membuktikan *intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan suatu sistem. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Venkatesh *et al.* (2000). Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H6: *Intention to use digital payment* berpengaruh positif terhadap *use behavioral digital payment*

Peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan aplikasi *Google Form* (primer). Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna *digital payment* (Gopay, Ovo, Dana, LinkAja, Jenius, dan lain-lain) di Indonesia. Skala Likert 4 point (nilai 1 untuk pilihan sangat tidak setuju sampai dengan 4 untuk pilihan sangat setuju) dipilih peneliti sebagai skala pengukuran. Peneliti mengolah data menggunakan teknik analisis SEM (AMOS 23).

HASIL PENELITIAN

Total respon kuesioner yang diterima sebanyak 291 tetapi yang dapat diolah hanya sebesar 288 karena ada 3 responden yang tidak menggunakan aplikasi *digital payment* tetapi tetap mengisi kuesioner penelitian ini. Berikut rincian statistika deskriptif:

Tabel 1

Karakteristik Responden Menurut Gender

Gender	Jumlah Responden	Persentase
Pria	98	34,03%
Wanita	190	65,97%
Total	288	100%

Tabel 2

Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia (tahun)	Jumlah Responden	Persentase
17-22	83	28,82%
23-28	134	46,53%
29-34	25	8,68%
35-40	18	6,25%
41-46	4	1,39%
>46	24	8,33%
Total	288	100%

Tabel 3
Karakteristik Responden Menurut Jenjang Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA/ sederajat	55	19,10%
D3	9	3,13%
S1	171	59,38%
S2	39	13,54%
S3	14	4,86%
Total	288	100%

Tabel 4
Status Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Mahasiswa/ Pelajar	105	36,46%
Ibu Rumah Tangga	7	2,43%
Wiraswasta/ Pengusaha	22	7,64%
Guru/ Dosen	46	15,97%
Karyawan	91	31,60%
Pekerjaan lainnya	17	5,90%
Total	288	100%

Tabel 5
Frekuensi Penggunaan Digital Payment

Frekuensi (kali/minggu)	Jumlah Responden	Persentase
1-3	161	55,90%
4-7	70	24,31%
>7	57	19,79%
Total	288	100%

Peneliti melakukan pengujian kualitas data untuk seluruh item pertanyaan kuesioner dengan menggunakan SPSS dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	Sig. (2 tailed)	Simpulan
PE1	0,000	Valid
PE2	0,000	Valid
PE3	0,000	Valid
EF1	0,000	Valid
EF2	0,000	Valid
EF3	0,000	Valid
SI1	0,000	Valid
SI2	0,000	Valid
CS1	0,000	Valid
CS2	0,000	Valid
FC1	0,000	Valid
FC2	0,000	Valid
FC3	0,000	Valid
BI1	0,000	Valid
BI2	0,000	Valid

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Total Item	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
15	0,826	Sangat reliable

Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel. Peneliti melanjutkan pengujian model dan hipotesis dengan menggunakan AMOS 23. Sebuah model penelitian dapat digunakan jika memenuhi *goodness of fit*, maka dari itu sebelum menguji model penelitian peneliti terlebih dahulu melakukan *composite indicators*. *Composite indicators* adalah pengukuran indikator konstruk yang menggambarkan derajat indikator konstruk laten yang tidak terlihat (Ariani, 2012).

Tabel 8
Lambda dan Epsilon

Konstruk	Lambda (λ)	Epsilon (ϵ)
PE	0,27164	0,03053
EF	0,17937	0,01278
FC	0,10521	0,01172

meningkatkan minat individu tersebut dalam menggunakan sistem teknologi dan informasi.

Digital payment dipercaya responden sebagai bentuk pengembangan teknologi di bidang keuangan yang mampu memberikan keuntungan-keuntungan kinerja bagi penggunaannya. Kehadiran *digital payment* dapat membantu pengguna dalam meningkatkan performa kinerja penggunaannya. Manfaat yang didapatkan dari penggunaan *digital payment* mendorong minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi dan layanan *digital payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa aplikasi dan layanan *digital payment* berperan langsung dalam aktivitas sehari-hari masyarakat Indonesia.

EF terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Berdasar analisis sebelumnya, hipotesis 2 dinyatakan tidak terdukung bahwa EF tidak mampu mempengaruhi *intention to use digital payment* dilihat dari $p\text{-value} = 0,188 > 0,05$. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian milik Venkatesh *et al.* (2000) dan Marchewka & Kostiwa (2007) yang menyatakan bahwa ekspektasi kemudahan penggunaan SI mampu mendorong minat penggunaannya.

Peneliti menduga hal ini terjadi karena peneliti menghilangkan variabel moderasi usia dan gender yang dimungkinkan mampu memberikan hasil yang berbeda. Dugaan lain karena aplikasi *digital payment* masih tergolong baru sehingga menurut responden layanan dan fitur aplikasi ini masih tergolong sulit untuk dipahami sehingga membutuhkan waktu yang lebih untuk mempelajari *digital payment*. Masyarakat masih merasa membutuhkan usaha yang lebih dalam pengaplikasian *digital payment* dan merasa asing dengan kehadiran *digital payment* sebagai salah satu alternatif pembayaran.

SI terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Analisis sebelumnya menunjukkan hipotesis 3 dinyatakan terdukung bahwa SI berpengaruh positif terhadap *intention to use digital payment* dilihat dari $p\text{-value} 0,039 < 0,05$. Hasil penelitian konsisten dengan penelitian milik Venkatesh *et al.* (2000) namun bertolak belakang dengan hasil penelitian milik Marchewka & Kostiwa (2007) yang menyatakan bahwa SI tidak mampu mendorong minat seseorang dalam menggunakan teknologi informasi.

Menurut responden, peran orang-orang yang

mereka anggap penting sangat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *digital payment*. Peneliti menduga hal ini terjadi karena banyak masyarakat Indonesia yang memutuskan untuk menggunakan *digital payment* karena saran dan pengaruh dari lingkungannya. Beberapa orang memutuskan untuk menggunakan *digital payment* karena mendengar manfaat dan berbagai keuntungan yang didapatkan kerabatnya meskipun mereka belum merasakan secara langsung sehingga mereka tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut.

CS terhadap *Intention to Use Digital Payment*

Berdasar analisis sebelumnya menyatakan bahwa hipotesis 4 terdukung. Pengujian hipotesis AMOS 23 menunjukkan nilai sig atau $p\text{-value} = 0,039 < 0,05$. Variabel CS merupakan variabel independen di luar model UTAUT yang ditambahkan peneliti sebagai salah satu faktor yang dianggap mampu mendorong minat individu dalam menggunakan *digital payment*. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa seseorang yang memiliki keyakinan bahwa mereka mampu memahami dan mengoperasikan teknologi meskipun mengalami kesulitan akan lebih mudah menerima *digital payment* (He & Lee, 2009).

FC terhadap *Use Behavioral of Digital payment*

Analisis sebelumnya menunjukkan hipotesis 5 dinyatakan terdukung bahwa FC mampu memberikan pengaruh positif terhadap *use behavioral of digital payment*. Nilai sig atau $p\text{-value} = 0,007 < 0,05$. Hasil tersebut konsisten dengan penelitian milik Venkatesh *et al.* (2000) yang menyatakan bahwa FC dapat meningkatkan perilaku (frekuensi) penggunaan *digital payment*.

Fasilitas yang dimiliki responden seperti *smartphone*, pengetahuan, dan *internet* menjadi faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi seberapa sering responden menggunakan *digital payment* sebagai alat pembayaran. Ketiga faktor ini tidak dapat dipisahkan. Jika seseorang memiliki *smartphone* dan *internet* tetapi tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang pengaplikasian *digital payment*, mereka pasti enggan melakukan transaksi dengan bantuan *digital payment* karena takut dengan berbagai risiko yang mungkin timbul begitu pula sebaliknya.

Intention to Use Digital Payment terhadap Use Behavioral of Digital Payment

Hipotesis 6 tidak didukung karena nilai sig atau *p-value* = 0,918. Hasil tersebut tidak konsisten dengan penelitian milik Venkatesh et al. (2000) dan Gao & Deng (2012) yang menyatakan bahwa *intention to use* memiliki pengaruh yang positif terhadap *use behavioral*. Peneliti menduga hal ini terjadi karena frekuensi penggunaan *digital payment* untuk bertransaksi tidak semata-mata hanya dipengaruhi oleh minat penggunaan saja. Di Indonesia masih banyak tempat usaha yang belum dapat menerima pembayaran melalui *digital payment* khususnya warung kaki lima dan warung klontong. Beberapa tempat usaha masih bertahan dengan menerima pembayaran menggunakan uang tunai.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Digital payment dipercaya sebagai bentuk pengembangan *fintech* yang mampu memberikan berbagai keuntungan bagi penggunaannya (*performance expectancy*). Kehadiran *digital payment* dapat membantu pengguna dalam meningkatkan performansi kerjanya. Manfaat kinerja yang didapatkan mampu mendorong minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi dan layanan *digital payment* sebagai alternatif pembayaran *modern*. Berbeda dengan ekspektasi kinerja yang mampu mendorong minat pengguna *digital payment*, ekspektasi usaha ternyata tidak memberikan pengaruh. Peneliti menduga hal ini terjadi karena aplikasi *digital payment* masih tergolong baru untuk sebagian orang sehingga membutuhkan waktu lebih untuk mempelajarinya. Masyarakat masih merasa membutuhkan usaha yang lebih dalam pengaplikasian *digital payment* karena sudah terlanjur nyaman bertransaksi menggunakan uang tunai. Pengaruh lingkungan sekitar menjadi salah satu alasan pengguna memutuskan untuk menggunakan *digital payment*. Mereka mendengar berbagai manfaat yang didapatkan kerabatnya meskipun belum merasakan secara langsung. Selain itu, rasa percaya jika dirinya mampu memahami dan mengoperasikan *digital payment* meskipun tanpa bantuan orang lain memantapkan diri mereka untuk berminat menggunakan *digital payment* sebagai alternatif pembayaran.

Frekuensi penggunaan *digital payment* tidak semata-mata hanya dipengaruhi oleh minat penggunaan saja, tetapi harus dilengkapi dengan fasilitas yang memadai. Fasilitas tersebut dapat berupa *smartphone*, *internet*, pengetahuan, dan *merchant* yang menerima pembayaran melalui *digital payment*.

Saran

Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya berdasar hasil, pembahasan, simpulan, dan keterbatasan yang telah peneliti sampaikan, yaitu 1) Mengembangkan dan menguji faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi minat dan perilaku pengguna dalam penggunaan *digital payment* selain model UTAUT; 2) Menambahkan variabel moderasi yang dapat memperkuat/ memperlemah pengaruh antara variabel independen terhadap minat dan perilaku penggunaan *digital payment*; 3) Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menghubungkan peran *digital payment* sebagai pengendali (*control*) dalam aktivitas bisnis perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu 1) Kuesioner penelitian tidak menyediakan pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden untuk memberikan opini lebih lengkap; 2) Peneliti tidak bertatap muka langsung (*face to face*) dengan responden sehingga jika ada pertanyaan yang kurang jelas peneliti tidak dapat menjelaskan maksud dari pertanyaan tersebut; 3) Penelitian ini tidak memasukkan variabel moderasi yang mungkin mampu memberikan hasil yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. W. 2012. Relationship Motives , Personality , and Organizational Citizenship Behavior in Academic Staffs in Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 311–319.
- Bank Indonesia. 2018. *Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik*. 35.

- Chen, M. A., Wu, Q., & Yang, B. 2019. How Valuable Is FinTech Innovation? *Review of Financial Studies*, 32(5), 2062–2106. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhy130>.
- Galletta, D. F. 1999. *Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence : Theoretical Bases and Empirical Validation Yogesh Malhotra Katz School of Business*. 00(c), 1–11.
- Gao, T., & Deng, Y. 2012. A study on users' acceptance behavior to mobile e-books application based on UTAUT model. *ICSESS 2012 - Proceedings of 2012 IEEE 3rd International Conference on Software Engineering and Service Science*, 376–379. <https://doi.org/10.1109/ICSESS.2012.6269483>.
- He, J., & Lee, F. 2009. Are men more technology-oriented than women? The role of gender on the development of general computer self-efficacy of college students. *15th Americas Conference on Information Systems 2009, AMCIS 2009*, 8(2), 5546–5557.
- Kusuma, D. H., & Puspaningsih, A. 2016. Model Penerimaan User Dalam Implementasi SAP (Systems Application and Product) dengan Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 15(9), 1799–1822. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol15.iss9.art3>.
- Marchewka, J., & Kostiwa, K. 2007. An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software. *Communications of the IIMA*, 7(2), 10.
- McKenna, B., Tuunanen, T., & Gardner, L. 2013. Consumers' adoption of information services. *Information and Management*, 50(5), 248–257. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.004>.
- Nikou, S. A., & Economides, A. A. 2017. Mobile-based assessment: Investigating the factors that influence behavioral intention to use. *Computers and Education*, 109, 56–73. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.02.005>.
- Strong, D. M., Dishaw, M. T., & Brent Bandy, D. 2006. Extending Task Technology Fit with Computer Self-Efficacy. *Data Base for Advances in Information Systems*, 37, 96– 107. <https://doi.org/10.1145/1161345.1161358>.
- Venkatesh, V., Davis, F. D., Venkatesh, V., & Davis, F. D. 2000. *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies*. (October 2018), 185–204.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. 2016. Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>.
- Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, G. B. D. and F. D. D. 2003. *MIS Quarterly*. <https://doi.org/10.2307/30036540>.

PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN KEBIJAKAN UTANG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Niken Dewi Mandarsari

E-mail: nikenndewi@gmail.com

ABSTRACT

Agency problems can trigger an increase in agency costs which will later cause a decrease in financial performance. Bathala et al. (1994) states that there are a number of efforts to limit agency disputes, for example by increasing managerial and institutional stock ownership in companies so as to improve financial performance. This study aims to examine the effect of managerial ownership, pressure-resistant institutional ownership and pressure-sensitive institutional ownership on financial performance by using debt policy as a mediating variable. Debt policy is measured using Debt to Equity Ratio (DER) and financial performance is measured using Return on Equity (ROE). The sample of this study was taken from companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2018. The sample selection uses a purposive sampling method. Data analysis was performed using the Structural Equation Model. The results showed that managerial ownership had a significant positive effect on debt policy, while pressure-resistant institutional ownership and pressure-sensitive institutional ownership had no effect on debt policy. On the other hand, debt policy, pressure-resistant institutional ownership and pressure-sensitive institutional ownership have a significant positive effect on financial performance but managerial ownership has no effect on financial performance. Thus, it can be concluded that debt policy can mediate the effect of managerial ownership on financial performance but cannot mediate the effect of pressure-resistant institu-

tional ownership and pressure-sensitive institutional ownership on financial performance.

Keywords: managerial ownership, institutional ownership, debt policy, financial performance

JEL Classification: G32, L25

PENDAHULUAN

Masyarakat diuntungkan dengan menjamurnya bermacam perusahaan di berbagai bidang usaha. Selain segala kebutuhan dapat terpenuhi karena sudah terdianya bermacam-macam produk, masyarakat juga menjadi lebih bebas memilih merek yang diinginkan saat melakukan pembelian produk. Keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Setiap perusahaan berkompetisi dalam menaikkan kualitas dan citra perusahaan demi menjaga eksistensi dalam pasar dan mampu menarik atensi konsumen. Beragam daya upaya dilakukan dalam rangka mengembangkan perusahaan supaya menjadi perusahaan paling unggul.

Seiring dengan berkembangnya sebuah industri maka pemilik membutuhkan agen yang dapat dipercaya untuk bertanggungjawab mengendalikan perusahaan. Pendelegasian wewenang oleh pemilik kepada agen atau manajer bertujuan untuk menciptakan kinerja keuangan positif serta adanya peningkatan laba. Pemilik mengkontrak manajemen untuk mengelola

perusahaan dengan harapan manajemen memiliki tujuan yang sama dengan pemilik yaitu memprioritaskan kepentingan pemegang saham.

Namun, pemisahan antara pemilik dengan agen ternyata dapat menimbulkan ketidakselarasan keinginan pemegang saham dengan manajemen karena manajemen memiliki kepentingan pribadi. Informasi yang dimiliki oleh manajemen tentang perusahaan jauh lebih banyak daripada informasi yang diketahui oleh pemegang saham sehingga manajemen dapat cenderung mengambil kebijakan yang menguntungkan dirinya. Hal-hal yang dilakukan manajer dalam rangka menguntungkan dirinya tersebut dapat berdampak pada menurunnya keuntungan yang diterima (Brigham & Houston, 2009) dan nantinya dapat merugikan para pemegang saham. Menurut Chen *et al.* (2008), konflik keagenan rentan terjadi pada perusahaan yang fungsi pengelolaan dan fungsi kepemilikannya dipisah. Besarnya konflik keagenan sendiri bervariasi antarperusahaan, tergantung pada keinginan manajer.

Kasus yang pernah terjadi salah satunya adalah kasus suap PT. Krakatau Steel (Persero). Direktur Teknologi & Produksi PT. Krakatau Steel terjerang operasi tangkap tangan KPK. Kejadian tersebut berdampak pada penurunan harga saham perusahaan pada keesokan harinya sebanyak 2,89% dari harga pembukaan Rp480 per saham menuju ke level Rp470 tiap lembarnya (Cnn indonesia, 2019). Menurunnya harga saham mengakibatkan pemegang saham merasa dirugikan.

Masalah keagenan dapat memicu peningkatan biaya keagenan yang nantinya menyebabkan penurunan pada kinerja keuangan. Bathala *et al.* (1994) menyebutkan bahwa ada sejumlah upaya untuk membatasi perselisihan keagenan, misalnya dengan menambah kepemilikan saham manajerial dan institusional di perusahaan. Keterlibatan manajemen dan intitusi dalam kepemilikan perusahaan diharapkan dapat menjadi salah satu jalan keluar atas permasalahan keagenan yang disebabkan oleh terpisahnya fungsi tata kelola dengan kepemilikan perusahaan.

Apabila manajer mempunyai saham perusahaan maka kepentingan manajer menjadi sejajar dengan para pemegang saham. Manajer dapat langsung menikmati faedah dari setiap kebijakan yang dibuat serta merasakan dampak dari kebijakan yang keliru. Sebagai akibatnya, manajemen akan lebih memperhitungkan

dan mempertimbangkan segala keputusannya dalam rangka mewujudkan kinerja keuangan dalam kondisi baik.

Berkaitan dengan kepemilikan institusional, banyak yang beranggapan bahwa beranggapan jika kepemilikan dari investor institusional meningkat maka pengawasan eksternal terhadap kinerja manajer juga akan meningkat. Lin dan Fu (2017) mengatakan bahwa masalah keagenan dan asimetri informasi dapat berkurang dan kinerja perusahaan akan meningkat apabila investor institusional bersungguh-sungguh dalam memonitor perusahaan. Investor institusional memiliki motivasi dan niat untuk memantau manajer demi melindungi kepentingannya dengan harapan agar kinerja manajemen semakin membaik dan lebih berhati-hati dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan. Manipulasi keuangan oleh manajer juga dapat terminimalkan dengan adanya sistem pengawasan (*monitoring*).

Hal penting yang tidak terlepas dari perusahaan adalah pendanaan. Ketika perusahaan membutuhkan dana maka perusahaan akan menyusun tahapan-tahapan pendanaan. Menurut teori *pecking order*, perusahaan akan memprioritaskan pendanaan internal dahulu, seperti penggunaan laba ditahan. Kemudian pilihan selanjutnya adalah pendanaan eksternal dengan berutang. Selanjutnya, penerbitan saham baru menjadi pilihan terakhir dalam urutan pencarian dana. Dalam tahapan menggunakan dana eksternal berupa utang, manajer sebagai orang yang membuat keputusan dalam pendanaan perlu diawasi agar tidak salah langkah dalam membuat keputusan yang dapat merugikan pemilik saham. Dengan adanya pemilik institusional yang memonitor maka diharapkan manajer dapat membuat kebijakan yang terbaik. Adapun ketika manajer juga memiliki posisi sebagai pemilik saham maka manajer semakin bijak dalam mengambil keputusan untuk berutang. Mengingat perusahaan akan menanggung bunga dan adanya risiko ketidakmampuan perusahaan dalam melunasi utang-utangnya.

Beberapa peneliti telah membahas pengaruh kepemilikan institusional terhadap kinerja keuangan perusahaan. Namun masih ditemukan adanya perbedaan pandangan mengenai pengaruh keterlibatan kepemilikan institusional di perusahaan. Yang pertama yaitu pandangan “pemantau aktif” “, investor institusional harus dapat mengawasi dan memantau perusahaan

yang berinvestasi, mengurangi asimetri informasi, menurunkan masalah keagenan dan memaksimalkan nilai pemegang saham berdasarkan keterampilan manajerial mereka yang unggul dan sumber daya yang substansial. Selain itu, investor institusional ini dapat menggunakan hak kepemilikan mereka untuk menekan manajer untuk meningkatkan tata kelola perusahaan (Shleifer & Vishny, 1986; Panda & Leepsa, 2019). Pandangan sebaliknya, pandangan “pemantauan pasif” menunjukkan bahwa investor institusional hanya bertindak sebagai monitor pasif dan tidak melakukan intervensi dalam manajemen, memperdagangkan saham untuk mendapatkan keuntungan perdagangan jangka pendek spekulatif berdasarkan keunggulan informasi (David & Kochhar, 1996; Panda & Leepsa, 2019). Adapula pandangan “eksploitasi”, yaitu investor institusional dianggap bekerja sama dengan manajer perusahaan untuk mengeksploitasi pemegang saham kecil yang tersebar. Secara khusus, mereka dapat memilih untuk mengabaikan penipuan manajemen jika mereka dapat mengambil manfaat dari konsekuensinya (Panda & Leepsa, 2019). Pada penelitian ini, kepemilikan institusional dipisah menjadi dua seperti yang dilakukan oleh Pound (1988) dan Bhattacharya & Graham (2007). Mereka membagi kepemilikan institusional menjadi kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* serta kepemilikan institusional yang *pressure-resistant*.

Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* adalah kepemilikan saham oleh institusi yang independen dan aktif berpartisipasi dalam tata kelola perusahaan (Brickley, *et al.*, 1988). Mereka hanya memiliki hubungan sebatas hubungan investasi saja, tidak lebih. Pound (1988) mengatakan bahwa investor yang *pressure-resistant* termasuk dalam hipotesis pemantau aktif, mereka mempunyai kemampuan untuk memantau manajemen perusahaan. Sedangkan kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* adalah kepemilikan saham oleh institusi yang seringkali memiliki hubungan bisnis dengan perusahaan sehingga mereka cenderung hanya menerima keputusan manajemen demi untuk melindungi hubungan bisnis mereka dan tidak bertindak terlalu aktif.

Penelitian ini menggunakan kebijakan utang sebagai variabel mediasi karena dianggap dapat memberikan pengaruh secara tidak langsung antara kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional dengan

kinerja perusahaan. Seiring dengan meningkatnya persentase kepemilikan, secara otomatis para investor akan lebih peduli terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh perusahaan yang dimilikinya. Salah satunya terhadap kebijakan utang, yang nantinya kebijakan utang tersebut akan memberi dampak terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dan kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap kebijakan utang dan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menguji pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dan kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap kinerja keuangan perusahaan melalui kebijakan utang sebagai variabel mediasi.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Agensi

Teori agensi sering digunakan menjadi teori dasar dalam kegiatan bisnis perusahaan. Awal mula teori agensi disampaikan oleh Jensen & Meckling (1976). Hubungan keagenan didefinisikan oleh teori ini sebagai hubungan kontrak antara agen dan pemilik. Agen atau manajemen merupakan pihak yang direkrut dan diberi wewenang oleh pemilik atau pemegang saham untuk mewakili mereka dalam bekerja mengelola perusahaan. Dengan diteruskannya kuasa kepada manajemen maka terjadi pemisahan antara fungsi pengelolaan dan kepemilikan, hal tersebut dapat menimbulkan masalah keagenan (Jensen & Meckling, 1976). Manajer & pemegang saham masing-masing mempunyai tujuan yang berbeda. Dalam teori agensi diasumsikan bahwa masing-masing individu akan mengedepankan kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara pemilik dan agen. Pemegang saham mengharapkan *return* yang cepat dan besar dari investasinya. Di lain pihak, manajer mengharapkan kompensasi besar untuk kinerjanya dalam mengelola perusahaan.

Untuk meminimalkan masalah keagenan, perusahaan perlu untuk mengeluarkan biaya agensi. Yang termasuk sebagai biaya agensi yaitu biaya pengawas, insentif untuk manajer (dalam bentuk uang atau saham bonus) dan kontrak khusus. Berle dan Means (1932)

menyatakan bahwa rendahnya pengawasan pemegang saham kepada manajemen akan berdampak pada penggunaan aset perusahaan oleh manajer dalam rangka memenuhi kepentingan pribadinya, bukan dalam rangka memaksimalkan keuntungan pemegang saham. Oleh karena itu, pengawasan menjadi hal yang penting. Dengan adanya kepemilikan institusional yang bertindak memonitor manajemen, diharapkan konflik keagenan akan menjadi berkurang. Selain itu, dalam rangka mengurangi konflik keagenan diperlukan penyatuan tujuan manajemen dan pemegang saham, salah satunya dengan cara menjadikan manajemen sebagai pemegang saham.

Teori Pecking Order

Teori *pecking order* yang diperkenalkan oleh Myers & Majluf (1984) konsepnya adalah berhubungan dengan pemilihan pendanaan berdasarkan risiko. Dalam teori ini dijelaskan mengenai tahapan-tahapan perusahaan dalam melakukan pendanaan yang meliputi berikut ini 1) Menggunakan pendanaan berasal dari internal berupa laba ditahan perusahaan; 2) Setelah dilakukan pendanaan internal dan dirasa masih kurang maka perusahaan melakukan pendanaan dari eksternal berupa utang terlebih dahulu; 3) Ketika penggunaan utang telah dilakukan namun dirasa kurang juga, maka perusahaan akan melakukan penerbitan saham baru sebagai pilihan berikutnya.

Perusahaan lebih mengutamakan *internal financing* dan berutang daripada penerbitan saham karena manajer khawatir bila investor mengartikan kebijakan penerbitan saham tersebut sebagai berita negatif yang mengakibatkan penurunan harga saham.

Kepemilikan Manajerial

Christiawan & Tarigan (2007) mendefinisikan kepemilikan manajerial sebagai keadaan ketika manajer mempunyai saham perusahaan. Artinya, manajer tidak hanya sebagai agen yang bekerja namun juga menjadi pemegang saham di perusahaan. Jensen & Murphy (1990) mengatakan bahwa salah satu bentuk insentif yang diberikan kepada manajemen berupa saham. Lebih jauh, Kay (1992) menyebutkan bahwa manajer yang juga sebagai pemilik saham perusahaan akan mempunyai kinerja yang lebih baik ketika dibandingkan dengan mereka yang tidak sebagai pemilik saham perusahaan.

Ketika manajer bekerja sebagai agen (bukan sebagai pemilik) maka dalam mengelola perusahaan manajer tersebut akan berusaha memaksimalkan dan lebih mengedepankan kepentingan pribadinya dibandingkan kepentingan para pemegang saham sehingga rawan terjadi konflik keagenan. Ketika perusahaan memiliki manajer yang juga sebagai pemegang saham maka dapat terbentuk keselarasan tujuan karena manajer menyejajarkan kepentingan dirinya selaku manajer sekaligus kepentingannya selaku pemilik saham.

Kepemilikan Institusional

Tarjo (2008) mendefinisikan kepemilikan institusional sebagai kepemilikan saham perusahaan oleh lembaga maupun institusi semacam bank, asuransi, perusahaan investasi dan institusi lain. Kepemilikan institusional merupakan salah satu struktur kepemilikan yang dianggap bisa menjadi jalan keluar dalam meminimalkan masalah keagenan. Melalui pemilik saham institusi, perusahaan bisa lebih diawasi.

Perusahaan yang kepemilikan sahamnya didominasi oleh investor institusional akan lebih efektif dalam pengawasan terhadap aktivitas manajemen karena investor institusional tidak ingin dirugikan setelah menanamkan dana yang cukup besar. Ambisi mereka untuk mengoptimalkan kinerja keuangan akan semakin tinggi seiring dengan banyaknya jumlah investasi yang ditanamkan. Lestari (2017) menyebutkan bahwa institusi mampu menguji keandalan informasi karena mereka memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi. Selain itu, institusi juga memiliki dorongan yang kuat untuk melakukan pemantauan terhadap kegiatan perusahaan. Namun faktanya tidak semua institusi mengambil peran yang sama dalam memantau manajer sehingga munculah pandangan berbeda mengenai kepemilikan institusional.

Pandangan yang pertama yaitu pandangan bahwa investor institusional akan bertindak sebagai pemantau aktif (Shleifer & Vishny, 1986; Panda & Leepsa, 2019). Ketika investor institusional dipandang sebagai pemantau aktif, mereka dianggap sebagai pemegang saham dengan kemampuan yang baik dalam mengawasi dan memonitor perusahaan. Selain itu, kehadiran investor institusional juga dirasa mampu meminimalkan asimetri informasi, menurunkan masalah keagenan dan memaksimalkan nilai pemegang saham berdasarkan keterampilan manajerial

mereka yang unggul dan sumber daya yang substansial, serta dapat menggunakan hak kepemilikan mereka untuk menekan manajer agar meningkatkan tata kelola perusahaan.

Pandangan berikutnya yaitu pandangan bahwa investor insitusional merupakan pemantau pasif. Ketika investor institusional dipandang sebagai pemantau pasif maka investor institusional dianggap sebagai pihak yang tidak terlalu ikut campur dalam urusan perusahaan dan cenderung tidak melakukan intervensi kepada manajemen. Biasanya mereka memperdagangkan saham untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek berdasarkan keunggulan informasi yang mereka miliki (David & Kochhar, 1996; Panda & Leepsa, 2019).

Adapula pandangan “eksploitasi”, yaitu investor institusional dianggap akan melakukan kerja sama dengan manajer perusahaan untuk mengeksploitasi pemegang saham kecil yang tersebar. Mereka memilih untuk tidak mempedulikan kecurangan yang dilakukan oleh manajemen selama mereka dapat mengambil manfaat dari hal tersebut tanpa memikirkan dampak yang akan diterima oleh pemegang saham lain. (Panda & Leepsa, 2019)

Penelitian Brickley *et al.* (1988) dan Pound (1988) memisahkan kepemilikan institusional menjadi kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dan yang *pressure-sensitive*. Bhattacharya dan Graham (2007) menjelaskan bahwa investor institusi yang *pressure-resistant* adalah investor institusi yang hanya memiliki hubungan investasi dengan perusahaan tempat mereka menanam saham. Mereka memiliki posisi yang lebih mandiri di perusahaan tersebut. Investor institusi yang *pressure-resistant* termasuk di dalamnya yaitu reksa dana, modal ventura dan ekuitas swasta (Panda & Leepsa, 2019). Sedangkan investor institusi yang *pressure-sensitive* cenderung memiliki hubungan investasi sekaligus hubungan bisnis dengan perusahaan tempat mereka memiliki saham sehingga cenderung mempertahankan investasi dan hubungan bisnis dengan perusahaan. Asuransi, bank, dan perwalian non-bank digolongkan sebagai kelompok investor institusi yang *pressure-sensitive*, seperti yang dikemukakan oleh Panda & Leepsa (2019).

Kebijakan Utang

Salah satu penyebab konflik keagenan antara pemegang saham dengan manajer adalah ketika pembuatan

keputusan pendanaan. Manajemen memiliki pilihan dalam menentukan sumber dana, baik dari dana internal, dana eksternal seperti utang, maupun penerbitan saham.

Utang termasuk sumber dana dari luar perusahaan yang dimanfaatkan untuk mendanai kebutuhan perusahaan. Menurut PSAK 57, liabilitas atau utang dapat didefinisikan sebagai kewajiban kini entitas yang timbul dari peristiwa masa lalu yang penyelesaiannya dapat mengakibatkan arus keluar sumberdaya entitas yang mengandung manfaat ekonomi (Ikatan Akuntan Indonesia, 2009). Sedangkan kebijakan utang adalah keputusan perusahaan untuk mendanai operasi dengan berutang, biasa disebut *financial leverage* (Brigham & Houston, 2009).

Dengan semakin tingginya utang perusahaan maka risiko akan semakin meningkat. Perusahaan akan kesulitan menutup biaya bunga ketika kondisi perusahaan tidak cukup baik. Hal itu menyebabkan pendapatan operasi menjadi rendah, dalam kondisi ekstrim perusahaan dapat mengalami kebangkrutan.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan representasi mengenai keadaan keuangan perusahaan yang dianalisa menggunakan alat-alat analisa keuangan. Biasanya kinerja keuangan digunakan untuk memeriksa sejauh mana sebuah perusahaan telah menjalankan tanggungjawab untuk mencapai tujuannya dengan mengikuti aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Selain itu, kinerja keuangan dapat menunjukkan tingkat keefektifan dan keefisienan sebuah organisasi sehingga investor dapat menilai baik buruknya kondisi perusahaan tersebut.

Rudianto (2013) mendefinisikan kinerja keuangan sebagai pencapaian manajemen perusahaan atas keefektifannya dalam mengelola aset pada periode tertentu. Lebih jauh, Kristiana (2014) menyebutkan bahwa kinerja keuangan berfungsi untuk menilai keefektifan manajer dalam rangka menjalankan kegiatan operasional, meningkatkan nilai, dan juga memberikan keuntungan untuk pemegang saham.

Investor menggunakan informasi kinerja keuangan untuk mempertimbangkan antara mereka tetap bertahan di investasi yang dimiliki saat ini atau mencari pilihan lain yang dirasa lebih menguntungkan. Sedangkan bagi perusahaan, mereka menggunakan informasi

kinerja keuangan untuk 1) Mengukur pencapaian yang berhasil diraih perusahaan; 2) Digunakan sebagai petunjuk dalam membuat kebijakan; 3) Menentukan langkah serta strategi yang akan diambil perusahaan untuk masa mendatang.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Kebijakan Utang

Kepemilikan saham oleh manajemen membuat kepentingan *insider* setara dengan pihak eksternal. Hal tersebut dikarenakan manajemen berperan pula sebagai pemegang saham yang ikut menanggung konsekuensi dari setiap kebijakan yang diambil. Salah satunya adalah mengambil keputusan dalam kebijakan utang. Manajemen akan menghindari perilaku *opportunistic* dan lebih memilih untuk berhati-hati dalam membuat kebijakan utang.

Kohardinata dan Herdinata (2013) menjelaskan mengenai keputusan manajemen untuk membiayai investasi dengan modal sendiri dipicu oleh persentase kepemilikan saham manajemen yang tinggi. Menurut mereka, investasi yang dibiayai dengan modal sendiri mempunyai risiko keuangan lebih kecil daripada dibiayai dengan utang. Perusahaan tidak perlu membayar bunga ketika membiayai investasi dengan modal sendiri. Sedangkan ketika berutang, munculah kewajiban perusahaan membayar bunga kepada kreditur.

Apabila tingkat utang terlalu tinggi maka akan ada kemungkinan perusahaan tidak mampu untuk melunasi utang. Tingginya kepemilikan saham manajerial mendorong manajemen dalam mengurangi risiko kehilangan kekayaan, salah satunya dengan menurunkan tingkat utang agar risiko berkurang. Hal ini mengacu pada teori *pecking order* bahwa pendanaan internal lebih disukai dibandingkan dengan berutang. Didukung dengan penelitian Sienatra et al. (2015) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif terhadap kebijakan utang. Meski demikian, terdapat juga penelitian yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial justru mempunyai pengaruh positif terhadap kebijakan utang. Seperti penelitian Artini & Diantini (2014) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kepemilikan manajemen maka semakin tinggi pula jumlah utang. Lain hal dengan penelitian Yulia & Nurhaida (2015), Susilawati et al. (2012) dan Djabid (2009) yang justru tidak menemukan adanya pengaruh kepemilikan manajerial terhadap kebijakan

utang. Hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H1: Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan utang

Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Utang

Lee (2008) menyatakan di penelitiannya bahwa institusi mempunyai pengalaman dan kemampuan cukup baik dalam hal bisnis dan keuangan sehingga lebih mampu mengendalikan kebijakan manajemen, salah satunya dalam hal kebijakan utang. Dengan adanya investor institusional yang memonitor secara efektif kinerja manajemen maka utang dapat berkurang, manajemen lebih berhati-hati mengambil keputusan untuk mendapatkan pinjaman.

Selain itu, peningkatan investor institusional menjadi pilihan yang baik untuk menggantikan peran utang guna mengurangi masalah keagenan. Beberapa pendapat mengatakan, kreditur dapat berperan sebagai pihak yang ikut mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan sehingga kerja manajer dapat lebih terkontrol. Namun perusahaan juga berhadapan dengan risiko yang ditimbulkan dari utang itu sendiri yaitu kewajiban dalam membayar bunga. Dengan adanya investor institusional, peran kreditur dalam hal memonitor digantikan oleh institusi sehingga utang dapat semakin diturunkan.

Tingginya nilai utang dapat menyebabkan perusahaan gagal dalam membayar. Ketika perusahaan tak sanggup menutup utangnya tersebut maka likuiditas perusahaan akan terancam dan berdampak pada kehancuran perusahaan. Hal tersebut membuat institusi terus melakukan pemantauan agar utang berada dalam tingkat yang rendah dan mengutamakan pendanaan internal dibandingkan dengan berutang. Seperti yang dijelaskan pada teori *pecking order*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Susilawati et al. (2012) dan Sienatra et al. (2015) yang menemukan adanya pengaruh negatif kepemilikan institusional terhadap kebijakan utang perusahaan. Hasil penelitian tersebut didukung juga oleh penelitian Artini & Diantini (2014) yang menyatakan bahwa pengaruhnya negatif signifikan. Namun hasil yang berbeda terdapat dalam penelitian Djabid (2009) yang justru tidak menemukan pengaruh antara kepemilikan institusional dengan kebijakan utang.

Perilaku institusi yang selalu aktif dan berperan biasanya ditunjukkan oleh institusi yang *pressure-resistant*. Karena bersifat independen maka mereka cenderung memantau perusahaan dan lebih bisa menentang manajemen serta mempengaruhi kebijakan-kebijakan manajemen. Investor yang *pressure-resistant* akan mengontrol kebijakan utang dalam perusahaan agar manajer berutang pada tingkat rendah guna mencegah peluang terjadinya *financial distress* serta risiko kebangkrutan. Sedangkan institusi yang *pressure-sensitive* dianggap cenderung bertindak secara pasif dan tidak terlalu ikut campur dalam keputusan manajemen sehingga pengaruh terhadap kebijakan utang tidak terlalu besar. Hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H2a: Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* berpengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan utang

H2b: Kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* berpengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan utang

Pengaruh Kebijakan Utang Terhadap Kinerja Keuangan

Ketika perusahaan mengambil utang maka akan muncul bunga yang menjadi kewajiban perusahaan untuk dibayarkan. Semakin tinggi utang berarti semakin tinggi pula biaya bunga harus dipikul perusahaan. Bunga yang terlalu banyak dapat memberatkan, terlebih saat perusahaan kondisinya kurang baik. Hal tersebut dapat menimbulkan masalah yang nantinya berdampak pada menurunnya kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian Prasetyo (2013) menyimpulkan bahwa kebijakan utang dengan kinerja memiliki hubungan yang negatif. Banyaknya utang yang dimiliki perusahaan akan meningkatkan risiko gagal bayar yang berdampak pada kebangkrutan perusahaan. Sedangkan Kristiana (2014) menyatakan bahwa dengan adanya utang, kinerja perusahaan semakin meningkat. Begitu juga dengan Wiranata & Nugrahanti (2013), mereka menemukan bahwa utang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H3: Kebijakan utang berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap ki-

nerja Keuangan

Huang *et al.* (2009) menjelaskan bahwa kepemilikan manajerial dapat mengambil peran dalam penurunan masalah keagenan. Dengan adanya kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen, secara tidak langsung kekayaan pribadi manajer akan terikat dengan kekayaan perusahaan sehingga akan menempatkan posisi manajemen sejajar dengan para pemegang saham dan menjadikan tujuan manajemen sejalan dengan keinginan para pemegang saham.

Ross (1977) berpendapat bahwa kinerja manajemen akan cenderung meningkat seiring dengan makin besarnya kepemilikan manajemen di perusahaan. Peningkatan kinerja tidak lain demi kepentingan pemegang saham juga kepentingannya sendiri. Di dalam diri manajer akan timbul rasa memiliki perusahaan dan mereka akan merasa bukan hanya sebagai pegawai yang mendapatkan gaji semata. Kinerja perusahaan yang baik nantinya akan berimbas pada meningkatnya pembagian dividen ataupun kenaikan nilai saham. Manfaat tersebut akan dirasakan juga oleh manajer sehingga manajer termotivasi untuk bekerja semakin baik dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hermiyetti & Katlanis (2016) menghasilkan penelitian yang membuktikan tentang pengaruh positif kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan. Sedangkan Puspitasari & Ernawati (2010) menemukan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif tidak signifikan. Namun Kumaat (2013) menemukan pengaruh negatif kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan. Lain hal dengan Wiranata & Nugrahanti (2013) yang menyebutkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H4: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan

Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Keuangan

Jumlah kepemilikan institusional biasanya lebih besar dibanding dengan investor individual. Hal tersebut menyebabkan institusi akan memonitor perusahaan yang didalamnya terdapat saham institusi dengan lebih optimal. Investor institusional juga memiliki kemampuan yang lebih baik dalam hal menganalisis laporan keuangan secara langsung sehingga kepemilikan

institusional menjadi mekanisme yang handal agar manajemen menjadi lebih hati-hati dalam memutuskan dan lebih termotivasi melakukan yang terbaik untuk perusahaan. Manfaat yang dirasakan dari terkontrolnya sebuah perusahaan adalah berkurangnya persoalan keagenan yang kelak berdampak pada meningkatnya kinerja keuangan.

Haryono *et al.* (2017) menjelaskan mengenai pengaruh positif kepemilikan institusional terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurutnya, untuk mendisiplinkan dan mendorong kinerja manajemen agar manajer cenderung terus melakukan peningkatan kesejahteraan pemegang saham secara keseluruhan ialah dengan adanya pengawasan efektif dari kepemilikan institusional. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Prasetyo (2013) yang menemukan bahwa ada pengaruh positif kepemilikan institusional terhadap kinerja. Begitu juga dengan penelitian Maharani & Utami (2019) yang menyimpulkan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi positif oleh kepemilikan institusional. Nurkhin *et al.* (2017) mendapatkan bukti mengenai pengaruh positif signifikan kepemilikan institusional terhadap profitabilitas. Berbeda dengan temuan didapati oleh Aprianingsih & Yushita (2016) yang justru menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Lain hal dengan Wiranata & Nugrahanti (2013) yang tidak menemukan ada pengaruh kepemilikan institusional terhadap kinerja perusahaan. Kristiana (2014) juga menemukan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Menyadari bahwa peranan institusi yang *pressure-resistant* lebih aktif dan mandiri dibandingkan institusi yang *pressure-sensitive* yang posisinya kurang *independent* maka kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dianggap mempunyai pengaruh positif yang lebih besar terhadap kinerja keuangan. Panda & Leepsa (2019) menemukan pengaruh positif kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dan menemukan pengaruh negatif kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di India. Meski kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* dianggap pasif dan tidak terlalu menentang keputusan manajer, namun sebagai institusi yang memiliki saham pada perusahaan mereka tetap menginginkan kinerja keuangan perusa-

haan yang baik dan menguntungkan. Penelitian Lin & Fu (2017) menemukan adanya pengaruh positif dari kedua kepemilikan institusional terhadap kinerja perusahaan. Hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H5a: Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

H5b: Kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Kebijakan Utang sebagai Variabel Mediasi

Kebijakan utang yang dibuat oleh perusahaan akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Semakin tinggi porsi utang yang diambil, menyebabkan perusahaan menjadi lebih terbebani dan nantinya dapat menurunkan kinerja keuangan.

Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional dianggap mempunyai efek terhadap kebijakan utang. Dalam penelitian perbandingan yang dilakukan oleh Christiawan & Tarigan (2007), menghasilkan kesimpulan bahwa kebijakan utang yang diambil tanpa ada kepemilikan manajerial akan menghasilkan keputusan berbeda dengan perusahaan yang mempunyai kepemilikan manajerial. Penelitian Susilawati (2012) juga menemukan pengaruh negatif kepemilikan institusional terhadap kebijakan utang.

Maka dari itu, kebijakan utang dirasa dapat mediasi pengaruh kepemilikan institusional, baik yang *pressure-resistant* maupun yang *pressure-sensitive* dan kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah:

H6: Kebijakan utang dapat memediasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan perusahaan

H7a: Kebijakan utang dapat memediasi pengaruh kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* terhadap kinerja keuangan perusahaan

H7b: Kebijakan utang dapat memediasi pengaruh kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap kinerja keuangan perusahaan

Tabel 1
Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Kepemilikan Manjerial	Variabel independen	x 100 %
Kepemilikan Institusional <i>pressure resistant</i>	Variabel independen	x 100 %
Kepemilikan Institusional <i>pressure sensitive</i>	Variabel independen	x 100 %
Kebijakan Utang	Variabel Mediasi	DER = x 100 %
Kinerja Keuangan	Variabel dependen	ROE = x 100 %

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2018. Jumlah observasi yang digunakan yaitu 35 observasi. Metode yang dipakai dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Modeliing (SEM) PLS*.

Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian H_1 menunjukkan hasil nilai signifikansi *P-value* $\leq 0,01$ ($< 0,05$), nilai tersebut mengartikan bahwa kepemilikan manajerial mempengaruhi kebijakan utang secara signifikan namun dengan arah yang positif yang juga berarti bahwa kepemilikan manajerial justru dapat meningkatkan kebijakan utang. Hasil tersebut tidak selaras dengan H_1 yang menduga kepemilikan manajerial dapat menurunkan kebijakan utang dalam perusahaan sehingga H_1 dinyatakan ditolak.

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini sesuai dengan hasil yang dikemukakan oleh Artini & Diantini (2014), kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap kebijakan utang. Hal ini berarti para manajer yang bertindak sebagai pemilik saham bukanlah penghindar risiko. Mungkin mereka berharap beban bunga yang berasal dari utang tersebut dapat digunakan untuk mengurangi pajak. Selain itu dengan semakin banyaknya jumlah kepemilikan mereka maka manajer menginginkan pengembalian yang besar pula sehingga mereka berusaha mengembangkan perusahaan dengan menambah jumlah modal dengan utang. Meskipun ada risiko yang terdapat dalam utang namun manajer tetap optimis bahwa dengan adanya kecukupan modal untuk

membayai segala kegiatan perusahaan akan membuat perusahaan berkembang lebih baik.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil pengujian menunjukkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan utang, baik kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* maupun kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive*. Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dengan nilai signifikansi *P-value* 0,49 ($\geq 0,05$) dan kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* dengan nilai signifikansi *P-value* 0,43 ($\geq 0,05$). Hasil pengujian hipotesis tidak sesuai dengan hipotesis H_{2a} yang menduga bahwa dengan banyaknya jumlah kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dapat berpengaruh menurunkan kebijakan utang dalam perusahaan. Hal tersebut juga tidak sesuai dengan hipotesis H_{2b} . Oleh karena itu, H_{2a} dan H_{2b} ditolak.

Hasil uji hipotesis ini selaras dengan Djabid (2009) yang tidak menemukan pengaruh antara kepemilikan institusional dengan kebijakan utang. Bertentangan dengan penelitian Susilawati (2012) dan Sienatra et al. (2015) yang memperoleh hasil adanya pengaruh negatif kepemilikan institusional terhadap kebijakan utang. Utang adalah salah satu cara yang dirasa bisa dipakai guna mengurangi masalah keagenan, karena ada pihak kreditur sebagai pemantau. Dengan hadirnya kepemilikan institusional sebagai substitusi yang dianggap mampu menjadi pemonitor dan pengurang masalah keagenan, diharapkan peran utang menjadi lebih terminimalkan. Faktanya keberadaan investor institusional tidak terlalu berdampak pada keputusan berutang. Mereka tidak berfokus pada sumber dana perusahaan dalam memonitor. Hal tersebut dibuktikan dengan ditolaknya hipotesis penelitian.

Selain itu, kebijakan utang dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang lebih berpengaruh daripada kepemilikan institusional.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil uji menunjukkan kebijakan utang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan dengan signifikansi $P\text{-value} \leq 0,01$ ($< 0,05$). Artinya, kebijakan utang dalam suatu perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Melihat hasil uji tersebut maka hipotesis ketiga H_3 ditolak. Berpengaruh positif berarti bahwa dengan tingginya tingkat utang yang diambil oleh perusahaan akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Hasil uji hipotesis ini tidak sejalan dengan penelitian Prasetyo (2013), Singh (2013) dan Velnampy & Niresh (2012) yang menemukan kebijakan utang dan kinerja mempunyai hubungan yang negatif. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian Kristiana (2014) yang menemukan adanya peningkatan kinerja seiring dengan meningkatnya utang dikarenakan beban bunga yang ditimbulkan oleh utang dapat digunakan untuk mengurangi beban pajak sehingga kinerja keuangan perusahaan dapat lebih meningkat. Selain itu, meningkatnya jumlah utang berarti meningkat pula jumlah modal yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga segala aktivitas perusahaan dapat berjalan lancar karena adanya kecukupan dana untuk membiayainya. Hal tersebut dapat menjadi penyebab meningkatkan kinerja perusahaan dan juga meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pengujian Hipotesis Keempat

Hasil uji keempat menunjukkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan signifikansi $P\text{-value} 0,25$ ($\geq 0,05$). Artinya, kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil pada penelitian ini tidak selaras dengan hipotesis yang diajukan. Harapannya, dengan bertambahnya kepemilikan oleh pihak manajer diduga akan mengurangi konflik kepentingan karena manajer juga bertindak sebagai pemilik saham. Kepemilikan manajerial yang semakin tinggi seharusnya dapat menjadikan manajer lebih peduli dengan kondisi perusahaan sebab segala hal yang terjadi pada perusahaan akan dirasakan dampaknya oleh manajer.

Hasil pada penelitian ini sesuai dengan temuan Wiranata & Nugrahanti (2013) yang mendapati kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Menurut mereka rasa kepemilikan manajer sebagai pemegang saham belum cukup untuk menciptakan perubahan pada pencapaian kinerja keuangan. Nurkhin *et al.* (Nurkhin, *et al.*, 2017) menambahkan bahwa tidak adanya pengaruh dari peningkatan kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan disebabkan karena manajer juga manusia yang memiliki akal pikiran dan hati nurani. Mengikuti teori *stewardship*, manajemen akan tetap melakukan pekerjaannya dengan baik dan benar sesuai dengan yang diamanahkan kepada mereka dalam kondisi memiliki proporsi saham maupun tidak memiliki proporsi saham.

Pengujian Hipotesis Kelima

Hasil pengujian kelima menunjukkan bahwa kepemilikan institusional mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan, baik kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* maupun kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive*. Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dengan nilai signifikansi $P\text{-value} 0,01$ ($< 0,05$) dan kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* dengan nilai signifikansi $P\text{-value} < 0,01$ ($< 0,05$).

Hasil pengujian tersebut sesuai dengan hipotesis H_{5a} , yang menduga dengan semakin banyaknya jumlah kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* dapat meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan yang pada gilirannya mampu mengurangi konflik keagenan, dan berpengaruh dalam meningkatkan kinerja keuangan dalam perusahaan. Juga sesuai hipotesis H_{5b} yang menduga bahwa kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* tetap menginginkan perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik. Oleh karena itu, H_{5a} dan H_{5b} diterima.

Hasil uji hipotesis ini tidak sejalan dengan temuan Wiranata & Nugrahanti (2013) yang hasilnya adalah kepemilikan Institusional tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Hasil uji hipotesis ini didukung dengan temuan Lin & Fu (2017) yang menunjukkan bahwa kepemilikan institusional secara signifikan dan positif mempengaruhi kinerja perusahaan. Kepemilikan institusional diharap mampu menciptakan pengawasan yang lebih baik juga bermanfaat bagi tercapainya kinerja keuangan yang diharapkan. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional baik yang *pressure-resistant* maupun yang *pressure-sensitive* berperan efektif dalam memonitor perilaku manajemen dan mengurangi konflik keagenan sehingga kinerja keuangan dapat menjadi lebih baik seiring dengan peningkatan kepemilikannya.

Pengujian Hipotesis Keenam

Hasil uji H_1 menunjukkan ada pengaruh signifikan antara kepemilikan manajerial terhadap kebijakan utang. Hasil uji hipotesis H_4 menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kebijakan utang dapat memediasi secara signifikan antara variabel kepemilikan manajerial terhadap kinerja keuangan dengan signifikansi *P-value* 0,01 ($< 0,05$), meskipun arah signifikansinya bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan. Oleh karena itu, hipotesis H_6 diterima.

Pada penelitian ini dapat diartikan bahwa kehadiran manajer sebagai pemilik saham akan membuat manajer berusaha membiayai investasi dengan berutang, hal tersebut akan meningkatkan jumlah utang perusahaan. Kemudian, peningkatan utang pada perusahaan akan menyebabkan meningkatnya beban bunga yang dapat digunakan untuk mengurangi pajak perusahaan. Dengan jumlah modal yang tinggi, perusahaan dapat lebih mudah untuk membiayai segala aktivitas termasuk aktivitas untuk mengembangkan perusahaan yang nantinya akan meningkatkan kinerja keuangan.

Pengujian Hipotesis Ketujuh

Hasil uji hipotesis H_2 menunjukkan kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* maupun kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan utang. Hasil uji hipotesis H_5 memperlihatkan bahwa kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* maupun kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* sama-sama memiliki pengaruh signifikan pada kinerja keuangan. Hasil uji hipotesis H_3 memperlihatkan pengaruh yang signifikan antara kebijakan utang terhadap kinerja keuangan. Pengaruh tidak langsung kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* maupun kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap kinerja keuangan melalui kebijakan utang tidak terbukti. Meskipun H_3 dan H_5 berpengaruh signifikan, namun uji hipotesis

kedua menunjukkan tidak adanya pengaruh antara kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* ataupun kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap kebijakan utang. Dengan nilai signifikansi *P-value* 0,492 ($\geq 0,05$) dan 0,461 ($\geq 0,05$), bisa disimpulkan bahwa kebijakan utang tak mampu memediasi antara variabel kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* terhadap kinerja keuangan. Kebijakan utang juga tidak dapat memediasi antara variabel kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* dengan kinerja keuangan sehingga hipotesis H_{7a} dan H_{7b} ditolak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan utang. Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan utang. Kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan utang. Kebijakan utang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Kebijakan utang terbukti mampu memediasi variabel kepemilikan manajerial terhadap variabel kinerja keuangan. Kebijakan utang tidak terbukti mampu memediasi variabel kepemilikan institusional yang *pressure-resistant* terhadap variabel kinerja keuangan. Kebijakan utang tidak terbukti mampu memediasi variabel kepemilikan institusional yang *pressure-sensitive* terhadap variabel kinerja keuangan.

Saran

Meski penelitian ini sudah dirancang dan dilakukan dengan baik, namun tetap terdapat keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain masih terbatasnya perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh pihak institusional yang *pressure-sensitive*, institusional yang *pressure-sensitive*, dan kepemilikan manajerial, secara bersama-sama sehingga persentase sampel

yang digunakan terbatas. Untuk penelitian berikutnya dapat mengganti maupun menambah variabel dalam penelitian. Misalnya menggunakan variabel struktur kepemilikan, seperti kepemilikan asing, kepemilikan keluarga atau kepemilikan pemerintah sebagai variabel independen. Selain itu, juga disarankan mengganti atau menambah pengukuran yang digunakan untuk variabel kinerja keuangan. Misalnya dengan menggunakan metode EVA (Economic Value Added), yang dalam perhitungannya mengikut sertakan biaya modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianingsih, A. & Yushita, A. N., 2016. Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance, Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Perbankan. *Jurnal Profita*, Volume 4, pp. 1-16.
- Artini, L. G. S. & Diantini, N. N. A., 2014. Struktur Kepemilikan Saham terhadap Kebijakan Utang Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(3), pp. 396-408.
- Bathala, C. T., Moon, K. P. & Rao, R. P., 1994. Managerial Ownership, Debt Policy, and the Impact of Institutional Holdings : An Agency Perspective. *Financial Management*, 23(3), pp. 38-50.
- Berle, A. A. & Means, G. C., 1932. *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Macmillan.
- Bhattacharya, P. S. & Graham, M., 2007. *Institutional Ownership and Firm Performance: Evidence from Finland*, Melbourne: Deakin University.
- Brickley, J. A., Lease, R. C. & Smith, C. W., 1988. Ownership Structure and Voting on Antitakeover Amendments. *Journal of Financial Economics*, Volume 20, pp. 267-291.
- Brigham, E. F. & Houston, J. F., 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. 10 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Chen, J., Chen, D. H. & He, P., 2008. Corporate Governance, Control Type, and Performance: The New Zealand Story. *Corporate Ownership and Control*, 5(2), pp. 24-35.
- Christiawan, Y. J. & Tarigan, J., 2007. Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), pp. 1-8.
- Cnn indonesia, 2019. *Cnnindonesia*. [Online] Available at: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190325100310-92-380330/direksi-kenakasad-korupsi-saham-krakatau-steel-rontok> [Accessed 10 Oktober 2019].
- David, P. & Kochhar, R., 1996. Barriers to Effective Corporate Governance by Institutional Investors: Implications for Theory and Practice. *European Management Journal*, 14(5), pp. 457-466.
- Djabid, A. W., 2009. Kebijakan Dividen dan Struktur Kepemilikan terhadap Kebijakan Utang: Sebuah Perspektif Agency Theory. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13(2), pp. 249-259.
- Haryono, S. A., Fitriany & Fatima, E., 2017. Pengaruh Struktur Modal dan Struktur Kepemilikan terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 14(2), pp. 119-141.
- Hermiyetti & Katlanis, E., 2016. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institutional, Kepemilikan Asing, dan Komite Audit terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Media Riset Akuntansi*, 6(2), pp. 25-43.
- Huang, H., Wang, Q. & Zhang, X., 2009. The Effect of CEO Ownership and Shareholder Rights on Cost of Equity Capital. *The International Journal of Business in Society*, 9(3), pp. 255-270.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2009. *Pernyataan Standar*

- Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 57: Kewajiban Diestimasi, Kewajiban Kontinjensi dan Aset Kontinjensi*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H., 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), pp. 305-360.
- Jensen, M. C. & Murphy, K. J., 1990. Performance Pay and Top-Management Incentives. *Journal of Political Economy*, 98(2), pp. 225-264.
- Kay, I. T., 1992. *Value of The Top: Solution to The Executive Compensation Crisis*. New York: Harpercollins.
- Kohardinata, C. & Herdinata, C., 2013. Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan Leverage Melalui Pendekatan Kesempatan Bertumbuh dan Risiko Perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(3), pp. 353-361.
- Kristiana, R., 2014. Kebijakan Utang sebagai Determinan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3), pp. 345-510.
- Kumaat, L. C., 2013. Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan terhadap Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(1), pp. 11-20.
- Lee, S., 2008. Ownership Structure and Financial Performance: Evidence from Panel Data of South Korea. *Corporate Ownership and Control*, 6(2), pp. 254-267.
- Lestari, 2017. Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Volume 2, pp. 293-306.
- Lin, Y. R. & Fu, X. M., 2017. Does Institutional Ownership Influence Firm Performance? Evidence from China. *International Review of Economics and Finance*, Volume 49, pp. 17-57.
- Maharani, W. P. & Utami, E. R., 2019. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Kompensasi Eksekutif yang Dimediasi oleh Kinerja Perusahaan. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), pp. 76-86.
- Myers, S. C. & Majluf, N. S., 1984. Corporate Financing and Investment Decisions when Firms Have Information that Investors do not Have. *Journal of Financial Economics*, Volume 13, pp. 187-221.
- Nurkhin, A., Wahyudin, A. & Fajriah, A. S. A., 2017. Relevansi Struktur Kepemilikan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Barang Konsumsi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), pp. 35-46.
- Panda, B. & Leepsa, N. M., 2019. Does Institutional Ownership Engagement Matter for Greater Financial Performance? Evidence from a Developing Market. *International Journal of Law and Management*, 61(2), pp. 359-383.
- Pound, J., 1988. Proxy Contests and The Efficiency of Shareholder Oversight. *Journal of Financial Economics*, Volume 20, pp. 237-265.
- Prasetyo, T., 2013. Dividen, Hutang, dan Kepemilikan Institusional di Pasar Modal Indonesia: Pengujian Teori Keagenan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), pp. 10-22.
- Puspitasari, F. & Ernawati, E., 2010. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Badan Usaha. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3(2), pp. 189-215.
- Ross, S. A., 1977. The Determination of Financial Structure: The Incentive Signalling Approach. *The Bell Journal of Economics*, 8(1), pp. 23-40.
- Rudianto, 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.

- Shleifer, A. & Vishny, R. W., 1986. Large Shareholders and Corporate Control. *Journal of Financial Economics*, 94(3), pp. 461-488.
- Sienatra, K. B., Sumiati & Andarwati, 2015. Struktur Kepemilikan sebagai Determinan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), pp. 124-132.
- Singh, G. H., 2013. Interrelationship between Capital Structure and Profitability with Special Reference to Manufacturing Industry in India. *International Journal of Accounting and Financial Management Research*, 3(3), pp. 13-22.
- Susilawati, C. D. K., Agustina, L. & Tin, S., 2012. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kebijakan Utang Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2), pp. 178-187.
- Tarjo, 2008. Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan Institusional dan Leverage terhadap Manajemen Laba, Nilai Pemegang Saham serta Cost of Equity Capital. *Jurnal dan Prosiding SNA - Simposium Nasional Akuntansi*, Volume 11.
- Velnampy, T. & Niresh, J. A., 2012. The Relationship between Capital Structure & Profitability. *Global Journal of Management and Business Research*, 12(13).
- Wiranata, Y. A. & Nugrahanti, Y. W., 2013. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 15(1), pp. 15-26.
- Yeniatie & Destriana, N., 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 12(1), pp. 1-16.
- Yulia, A. & Nurhaida, 2015. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas dan Set Peluang Investasi pada Kebijakan Utang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 10(2), pp. 69-79.

PENGARUH MODERASI NEUROTICISM TERHADAP HUBUNGAN CUSTOMER EMOTION KARENA KEGAGALAN LAYANAN DAN WORD OF MOUTH

Nurul Shalin

E-mail: nurul.salin@gmail.com

ABSTRACT

Word of mouth becomes a channel for marketers to carry out marketing strategies, in addition to being a channel for marketers, word of mouth also becomes a channel for consumers to submit complaints about the services received. The rapid development of technology makes word of mouth originally conveyed by consumers directly develop into Electronic Word of Mouth (EWOM), where through this channel consumers can submit their complaints through social media and information provided by consumers can be reached by all people in each country. This study aims to determine whether Electronic Word of Mouth is still running in conjunction with Conventional Word of Mouth (CWOM) and which has the largest contribution. Researchers used an online questionnaire survey using purposive sampling and millennial generation as respondents, so the final sample obtained was 239 questionnaires. This finding shows there is a correlation between all variables. Conventional Word of Mouth is still a channel for consumers to spread negative reviews on services and have a greater contribution than the spread of reviews using Electronic Word of Mouth.

Keywords: conventional word of mouth, online consumer behavior, electronic word of mouth, neuroticism, millennial generation

JEL Classification: M31

PENDAHULUAN

Dalam proses pemasaran produk atau jasa, pemasar berusaha melakukan yang terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Sekalipun pemasar berusaha melayani konsumen sebaik mungkin pasti ada peluang terjadinya *service failure* (kegagalan layanan) dalam dunia pemasaran. Kegagalan layanan adalah tindakan pemasar yang tidak dapat menepati janji dalam memuaskan harapan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa jasa yang didapatkan tidak sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan (Gronroos *et al.*, 1985). Hal ini, menyebabkan konsumen merasa tidak puas dan dirugikan atas pengalaman yang diterima dari jasa yang digunakan. Ketidakpuasan yang diterima ini mendorong konsumen untuk meninggalkan jasa yang ditawarkan dan berpindah kepada jasa yang lainnya. Karena saat konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu jasa, konsumen akan membentuk harapan yang besar terhadap layanan jasa tersebut. Tapi jika harapan konsumen tidak terpenuhi atas layanan jasa yang diberikan, ini akan memunculkan kekecewaan dan rasa tidak percaya konsumen terhadap pemasar.

Kegagalan layanan yang terjadi menyebabkan munculnya emosi konsumen terhadap jasa yang telah digunakan. Ada banyak faktor yang mempengaruhi munculnya emosi konsumen seperti faktor situasional maupun personal. Faktor personal kepribadian menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku kon-

sumen. Kepribadian termasuk dalam faktor personal yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan penyebaran ulasan negatif. Kepribadian yang dimiliki masing-masing konsumen akan turut andil dalam melakukan proses pembelian jasa, karena tidak ada konsumen yang akan memiliki kepribadian yang sama persis. Penting bagi pemasar untuk memahami kepribadian konsumen, karena kepribadian konsumen akan terkait terhadap pembelian suatu jasa. Setelah melakukan proses pembelian suatu jasa, konsumen akan menilai jasa yang telah mereka beli, apakah jasa tersebut telah memenuhi keinginan konsumen atau tidak.

Ketika jasa yang dibeli tidak sesuai dan tidak dapat memenuhi keinginan konsumen, maka akan muncul rasa kecewa setelah konsumen menggunakan jasa tersebut. Emosi adalah perasaan yang kuat dan relatif tidak terkendali yang terjadi ketika peristiwa lingkungan atau proses mental kita memicu perubahan fisiologis, seperti peningkatan detak jantung sehingga berpengaruh terhadap tindakan seseorang dalam berperilaku (Iyiola & Iyiola, 2011). Ketika konsumen menggunakan jasa dari salah satu perusahaan, konsumen akan menaruh ekspektasi yang tinggi terhadap jasa tersebut. Namun, ketika ekspektasi konsumen tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan, ini menyebabkan konsumen menjadi tidak puas, kecewa bahkan marah atas layanan jasa yang diterima.

Salah satu faktor dari munculnya emosi konsumen setelah pembelian jasa menurut (Creyer & Ross, 1999) a study is conducted in order to construct a reliable multi-item measure of regret and to demonstrate that different levels of outcome feedback result in different levels of regret. A second experiment tests the validity of the regret experience measure (REM) adalah faktor kepribadian masing-masing konsumen. Kepribadian menyebabkan kecenderungan untuk menolak sesuatu berdasarkan pengalaman yang sudah ada. Salah satu bentuk karakteristik kepribadian adalah *big five personality* yang menggambarkan perbedaan dalam perilaku sosial dan *neuroticism* merupakan salah satu dari karakteristik *big five personality*. *Neuroticism* merupakan golongan orang yang memiliki sifat labil, mudah marah, mudah khawatir, dan mudah cemas serta tidak konsisten terhadap keputusan yang diambil, ketika keputusan yang diambil tidak sesuai dengan yang diharapkan. Seseorang yang memiliki kepribadian

neuroticism tinggi akan lebih sulit dalam menjalani hubungan dan komitmen dengan yang lainnya sehingga orang yang seperti ini akan lebih mudah mengalami rasa marah, cemas, rasa tidak aman, sedih dan tidak bahagia daripada orang yang memiliki kepribadian *neuroticism* rendah.

Penelitian yang dikemukakan oleh (Zeelenberg & Pieters, 2007) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iskandar & Amin, 2013) dimana hasil memperlihatkan bahwa terdapat hubungan antara kepribadian *neuroticism* dengan penyesalan pasca pembelian. Pembelian yang dilakukan dan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen menyebabkan munculnya rasa penyesalan. Pada saat konsumen menyesal atas pembelian suatu jasa, konsumen akan bertindak tidak konsisten terhadap jasa yang telah dibeli dan cenderung akan menggabaikan jasa tersebut. Konsumen yang memiliki kepribadian *neuroticism* akan lebih mudah dalam mengalami penyesalan akibat pembelian jasa yang tidak dapat memenuhi keinginan konsumen.

Kekecewaan dan ketidakpuasan yang dirasakan konsumen akibat dari kegagalan layanan yang diterima mendorong konsumen untuk melakukan suatu tindakan. Menyebarakan ulasan negatif baik melalui media elektronik maupun secara langsung merupakan salah satu tindakan dari konsumen akibat emosi yang muncul yang disebabkan ketidakpuasan yang diterima. Emosi yang muncul menyebabkan konsumen menyebarakan ulasan negatif, karena emosi sangat terkait dengan ingatan. Emosi ini yang menghasilkan memori negatif tentang pengalaman buruk dan mengarah kearah ulasan negatif secara langsung ataupun melalui media elektronik yang dapat menjadi viral dan mempengaruhi kinerja perusahaan. Emosi negatif adalah dampak dari kegagalan layanan ketika keinginan dan harapan konsumen tidak terpenuhi.

Choraria (2013) frustration and irritation menemukan bahwa, emosi yang negatif menyebabkan orang mempunyai intensi untuk mengeluh yang tinggi, ini menunjukkan bahwa konsumen yang merasa tidak bahagia akan berkontribusi lebih tinggi dalam mendorong orang tersebut untuk mengeluh diikuti dengan perasaan sedih dan marah. *Theory planned behavior* yang disampaikan Ajzen dan Fishbein (1980) berpendapat bahwa seseorang yang mempunyai intensi untuk melakukan sesuatu akan mendorong seseorang

itu untuk berperilaku. WOM disini adalah salah satu tindakan dari niat konsumen untuk melakukan penyebaran ulasan negatif ketika konsumen tidak menerima layanan sesuai dengan biaya yang telah mereka keluarkan.

WOM merupakan metode yang sering digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produknya ke pasaran, namun metode WOM selain menjadi metode dalam memperkenalkan produk ke pasaran, WOM juga berkembang mengikuti teknologi yang semakin canggih dalam dunia pemasaran. WOM yang awalnya hanya menjadi chanel bagi perusahaan untuk memperkenalkan produknya ke pasaran kini berkembang menjadi chanel yang digunakan konsumen dalam menyampaikan komentar negatif mengenai jasa yang telah digunakan baik secara langsung maupun melalui media elektronik. *Word of mouth* merupakan sumber informasi yang diberikan konsumen lama kepada calon konsumen untuk membantu pengambilan keputusan terkait layanan atau produk yang akan digunakan oleh calon konsumen. Metode *word of mouth* yang awalnya hanya dilakukan konsumen secara langsung dari orang ke orang sekarang berkembang begitu cepat mengikuti internet yang semakin maju menjadikan C-WOM mengalami perubahan sebagai E-WOM. E-WOM merupakan pernyataan baik atau buruk yang diungkapkan oleh mantan pelanggan, pelanggan tetap, atau pelanggan baru mengenai sebuah produk atau perusahaan melalui media elektronik (McCrae & Costa Jr., 1997). Jadi kesimpulannya EWOM adalah perilaku dari konsumen berupa penyebaran informasi terkait suatu jasa atau produk yang digunakan dari satu orang ke orang yang lainnya secara langsung, informasi yang dapat dijadikan sebagai rekomendasi yang baru untuk individu yang menjadi penerima informasi.

Terdapat perbedaan antara C-WOM yang berkembang menjadi E-WOM menurut De Bruyn dan Lilien (2008) yaitu perbedaan dalam menyampaikan keluhan, awalnya sebelum teknologi berkembang, konsumen yang tidak puas atas layanan yang diterima akan menyampaikan rasa ketidakpuasannya secara langsung terhadap orang-orang yang dikenal tetapi sekarang karena perubahan teknologi yang sangat cepat membuat C-WOM bergeser menjadi E-WOM, dimana ketika konsumen merasa tidak puas atas layanan yang diberikan oleh pemasar, konsumen akan secara langsung menyampaikan ketidakpuasannya melalui media

elektronik.

Dalam survei yang dilakukan di India terhadap konsumen pada Agustus 2016 yang dikutip dari halaman Couponrani.com sebanyak 20% konsumen membaca ulasan yang tersedia dan menyebarkan informasi mengenai produk atau jasa yang tidak memenuhi kepuasan konsumen di media elektronik. Roper ASW (2004) menunjukkan sebesar 10% penduduk Amerika mempunyai kemampuan dan keahlian mempengaruhi pihak lain sebesar 90%. Konsumen yang merasa begitu puas terhadap suatu jasa atau produk akan memberitahu 3 atau 5 orang tentang pengalaman yang mereka miliki Heskett *et al.*, (1997), namun konsumen yang merasa tidak puas terhadap suatu jasa atau barang akan memberitahukan 10-11 orang mengenai pengalaman buruk yang mereka terima (Walker, 2001). Hal ini membuktikan bahwa konsumen akan lebih sering menceritakan pengalaman buruk mereka atas sebuah jasa atau produk ketimbang pengalaman baik yang mereka terima.

Penelitian Sari (2012) C-WOM dan E-WOM memiliki perbedaan. Pertama: C-WOM melakukan pertukaran informasi secara langsung sedangkan E-WOM melakukan pertukaran informasi melalui media elektronik. Kedua, mengakses pertukaran informasi pada C-WOM lebih terbatas dibandingkan pertukaran informasi dengan E-WOM melalui media elektronik. Hasil menunjukan E-WOM lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian daripada *word of mouth*. Penelitian Tommy dan Paramita (2014) membandingkan efektivitas C-WOM dan E-WOM dalam berkontribusi untuk seorang konsumen membeli sebuah produk kamera *DSLR*. Hasilnya ternyata E-WOM tidak mempengaruhi keputusan pembelian seseorang akan tetapi C-WOM lebih berkontribusi mendorong orang untuk membeli produk. Dari hasil ini pengaruh E-WOM berbeda dengan C-WOM menyebabkan informasi yang diberikan dan informasi yang diterima itu terbatas karena tidak adanya tatap muka sehingga ulasan negatif yang disebarkan melalui online dianggap tidak terjamin kredibilitas informasi yang diterima. Ternyata informasi yang dilakukan secara langsung menjadi dasar untuk konsumen membeli produk

Banyaknya ulasan negatif di media elektronik mengindikasikan bahwa banyak konsumen yang termotivasi untuk melampiaskan perasaan negatif,

kepedulian terhadap konsumen lain dan membantu untuk evaluasi perusahaan (Hennig-Thurau *et al.*, 2004). Berdasar hasil penelitian terdahulu penyebaran ulasan negatif pada C-WOM dan E-WOM keberlangsungannya masih belum jelas apakah penyebaran C-WOM masih terjadi atau malah E-WOM menggantikan C-WOM? Peneliti menggunakan faktor psikologi dan *theory planned behaviour* untuk menerangkan bahwa 2 jenis WOM tersebut masih berjalan beriringan.

Teori yang menjelaskan tentang tindakan konsumen dalam berperilaku akibat dari munculnya emosi negatif inilah yang mendorong orang untuk menyebarkan ulasan melalui C-WOM dan E-WOM secara bersamaan. Apabila seseorang hanya mencari tahu mengenai jasa yang akan digunakan melalui ulasan di media elektronik tanpa mengetahui siapa yang memberikan keterangan tersebut, akan menimbulkan rasa takut dalam menerima informasi yang salah atau ketidakpercayaan konsumen terhadap jasa yang akan digunakan, karena dapat menyebabkan penipuan seperti yang sering terjadi melalui media elektronik. Rasa takut akan resiko yang didapatkan apabila mereka hanya mencari informasi dari sisi E-WOM saja. Karena yang melihat informasi yang kita sebar melalui E-WOM tidak ada batasannya, sedangkan C-WOM lingkup penyebaran informasi yang diterima dan disebarkan hanya melalui orang-orang terdekat seperti keluarga, kerabat dan teman. Pencarian informasi mengenai jasa atau barang melalui orang terdekat ini menjadi pelengkap karena pertukaran informasinya jelas dan terpercaya sehingga potensi adanya penipuan ini jauh lebih sedikit daripada pertukaran informasi melalui E-WOM. Dampak dari penipuan tersebut membuat persepsi konsumen tidak dengan mudah percaya terhadap informasi yang beredar secara online.

Ketika ingin mencari informasi tidak hanya melalui E-WOM tetapi juga butuh informasi dari C-WOM lingkup orang terdekat seperti keluarga, teman dan keluarga jauh yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya tentang C-WOM dan E-WOM dengan membuktikan bahwa C-WOM dan E-WOM dapat berjalan beriringan dan tidak ada yang saling menggantikan antara EWOM dan CWOM tetapi proporsi penggunaan penyebaran informasi yang berbeda. Berdasar latar belakang yang telah peneliti terangkan sebelumnya, maka peneliti memutuskan mengukur *Customer Emotion* menjadi

anteseden penyebaran *C-WOM* dan *E-WOM* dalam konteks kegagalan layanan sebagai penyebab awal mula terjadinya penyebaran ulasan negatif secara langsung dan melalui media elektronik dengan judul kegagalan layanan dan negatif E-Wom dan C-Wom.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Kegagalan Layanan

Kegagalan layanan adalah tindakan pemasar yang tidak dapat menepati janji dalam memuaskan harapan dan kebahagiaan konsumen sehingga konsumen merasakan jasa yang didapatkan tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen (Gronroos, 1988; Parasuraman *et al.*, 1985). Bård (2007) kegagalan layanan adalah kesalahan dalam penyedia layanan. Jadi kegagalan layanan adalah kegagalan perusahaan dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada konsumen. Sehingga ekspektasi konsumen terhadap jasa yang ditawarkan tidak terpenuhi.

Customer Emotions

Emosi negatif adalah hasil dari pengalaman layanan yang tidak menguntungkan dan umumnya menghasilkan perilaku mengeluh di antara konsumen yang disebabkan rasa ketidakpuasan yang diterima konsumen tinggi (Liljander dan Strandvik, 1997; Nolen-Hoeksema, 1987). Emosi negatif adalah hasil dari kegagalan pemasar dalam memenuhi harapan konsumen (Brown & Kirmani, 1999). Perilaku ini umumnya merupakan campuran dari rasa marah, tidak bahagia, kejangkelan, kesedihan dan banyak perasaan negatif seperti itu yang bergabung untuk menciptakan respon negatif di antara individu-individu (Dallimore *et al.*, 2007; White dan Yu, 2005).

Menurut Beaudry dan Pinsonneault (2010) dan Lazarus (1991) mendefinisikan emosi sebagai kondisi kesiapan mental dengan nada fenomenologis, yang muncul sebagai respons terhadap penilaian suatu peristiwa yang dianggap penting dan relevan bagi seorang individu. Jadi emosi negatif adalah perubahan perasaan yang disebabkan rasa tidak puas yang lebih besar ketimbang rasa puas akibat dari penerimaan layanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Electronic Word of Mouth (E-WOM)

Electronic word of mouth adalah pernyataan negatif

atau positif yang diungkapkan mantan pelanggan, pelanggan baru, atau pelanggan lama terkait jasa atau produk dari pemasar melalui media elektronik (Chen dan Wu, 2012). Pernyataan negatif adalah kenyataan yang tidak dapat diterima oleh orang akibat terjadinya ketidakpuasan atau keadaan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

E-WOM mengacu pada komunikasi antar konsumen yang dilakukan melalui media elektronik terkait suatu peristiwa, produk, layanan, merek atau perusahaan (Kietzmann & Canhoto, 2013) terutama pada platform media elektronik seperti Facebook, Google+, Instagram, Twitter. Sementara itu menurut Cheung dan Lee (2012) E-WOM adalah cara yang paling relatif cepat, informal untuk berbagi informasi dan pengalaman yang berhubungan dengan konsumen yang tersebar diseluruh perilaku dari konsumen berupa pemberian informasi terkait pengalaman baik atau buruk dalam menggunakan jasa atau produk kepada konsumen lainnya melalui media elektronik. Jadi E-WOM adalah perilaku konsumen berupa penyebaran informasi terkait suatu jasa atau produk yang digunakan dari satu orang ke orang yang lainnya secara langsung, informasi yang dapat dijadikan sebagai rekomendasi yang baru untuk individu yang menjadi penerima informasi.

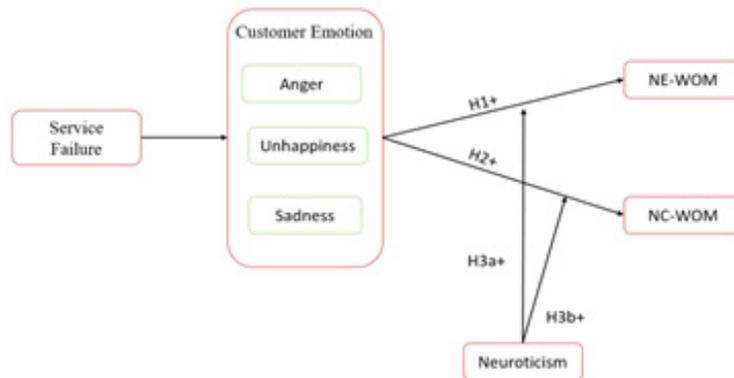
Conventional Word of Mouth (C-WOM)

WOM diartikan sebagai komunikasi informal, orang ke orang antara pemberi informasi dan yang menerima informasi, jasa, organisasi, atau layanan (Anderson, 1998; Buttle, 1996). Sedangkan menurut Gruen *et*

al., (2006) WOM adalah sebuah alat komunikasi bagi konsumen satu dengan konsumen yang lainnya dalam berbagi informasi baik maupun buruk mengenai jasa atau produk yang digunakan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012) komunikasi secara langsung adalah proses pertukaran informasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara perorangan maupun kelompok terhadap suatu jasa atau produk yang bertujuan memberikan informasi secara pribadi melalui media elektronik. Jadi WOM adalah perilaku dari konsumen berupa penyebaran informasi terkait suatu jasa yang digunakan dari konsumen satu ke konsumen yang lainnya secara langsung, informasi yang dapat dijadikan sebagai rekomendasi yang baru untuk individu yang menjadi penerima informasi.

Neuroticism

Watson (2002) mendefinisikan *neuroticism* adalah kecenderungan seseorang dalam mengalami pengaruh negatif dengan penurunan kemampuan untuk mengatasi stres secara efektif atau untuk mengatur keadaan emosi. Orang dengan *neuroticism* cenderung memiliki suasana hati yang lebih tertekan dan menderita seperti perasaan bersalah, iri, marah, dan cemas lebih sering daripada orang lain. *Neuroticism* adalah kecenderungan jangka panjang untuk berada dalam keadaan emosi negatif atau cemas (Yvette Brazier, 2018). Jadi *neuroticism* adalah perasaan negatif yang dialami oleh seseorang akibat dari perubahan suasana hati yang tertekan dan berdampak pada munculnya rasa seperti marah, sedih dan tidak bahagia.



Gambar 1
Model Penelitian

Pengaruh *Customer Emotions* terhadap negatif E-WOM

Internet yang semakin maju telah menciptakan media komunikasi *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) untuk konsumen yang memungkinkan konsumen dapat berkomunikasi dengan konsumen yang tidak pernah sama sekali dijumpai (Gruen *et al.*, 2006). Internet membuat seseorang untuk menanggapi forum diskusi, email, weblog melalui internet, yang menghasilkan jenis komunikasi E-WOM dalam bentuk teks yang memiliki kredibilitas lebih dari sumber informasi yang dibuat oleh pemasar melalui media elektronik. Komunikasi E-WOM negatif jauh lebih cepat menyebar secara online. Penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Tang (2016) this study develops and tests a theoretical model which connects service recovery encounters in restaurants (justice and emotion menguji bagaimana keadilan yang dirasakan mempengaruhi respon emosional pelanggan selama proses perbaikan kegagalan layanan dan efek dari respon terhadap rekomendasi secara langsung yang diposting di media elektronik.

Hasilnya membuktikan bahwa keadilan yang dirasakan mempengaruhi loyalitas pelanggan (E-WOM dan niat untuk membeli berulang-ulang) melalui emosi yang dihasilkan dari kegagalan dalam layanan. Penelitian yang dilakukan sebelumnya sejalan dengan hasil dikemukakan oleh Mardhiyah *et al.*, (2013) yang menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap niat komunikasi *word of mouth* negatif secara online adalah kemungkinan yang disebabkan dari perilaku mengeluh, altruisme, retaliasi, dan biaya mengeluh. Dapat disimpulkan bahwa konsumen yang tidak puas dan menyebabkan munculnya emosi konsumen atas layanan yang diterima sehingga menyebabkan konsumen melakukan keluhan, mendorong konsumen semakin aktif dalam menyebarkan ulasan negatif melalui media elektronik. Berdasar uraian penelitian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Customer emotion* berpengaruh pada negatif *Electronic Word of Mouth*

Pengaruh *Customer Emotion* terhadap negatif C-WOM

WOM diartikan sebagai pemberian informasi dari orang ke orang yang lainnya antara pemberi informasi dan yang menerima informasi, jasa, organisasi, atau

layanan (Anderson, 1998; Buttle, 1996). Penelitian Jones *et al.*, (2007) dan Oliver dan Westbrook (1993) membuktikan bahwa emosi memiliki hubungan terhadap ulasan negatif yang disebarkan konsumen secara langsung. Selain itu, Oliver (1989) melakukan penelitian dan menemukan bahwa kepuasan yang diukur sebagai respon afektif umum, berhubungan dengan negatif *word of mouth*. Penelitian memperlihatkan bahwa *word of mouth* merupakan dampak dari hasil komentar emosional konsumen terhadap suatu situasi yang tidak menguntungkan pemasar (Oliver, 1989). Berlandas penelitian tersebut emosi negatif akan meningkatkan kemungkinan terlibat dalam terjadinya negatif *word of mouth* (Jones *et al.*, 2007) research on the downstream effects of different types of switching costs is lacking. This study seeks to address this issue by proposing and testing a framework for examining the alternative routes through which different types of switching costs (i.e., procedural, social, and lost benefits. Penelitian sebelumnya didukung oleh Sánchez dan Pérez (2011) yang menunjukkan bahwa konsumen yang tidak puas karena kegagalan layanan mungkin akan berpindah kepada penyedia layanan yang lain, akan melakukan tindakan mengeluh dan menyebarkan informasi negatif dari mulut ke mulut mengenai jasa yang mereka gunakan. Jadi, konsumen yang menerima pengalaman yang buruk dari jasa yang digunakan menyebabkan munculnya emosi konsumen, sehingga menyebabkan konsumen untuk berpindah ke layanan jasa yang lainnya dan mendorong konsumen semakin aktif dalam menyebarkan ulasan negatif secara langsung. Berdasar uraian penelitian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Customer emotion* berpengaruh pada negatif *Conventional Word of mouth*

Pengaruh *Customer Emotion* terhadap C-WOM dan negatif E-WOM yang di moderasi oleh Neuroticism *Theory Personality*, ilmu psikologi yang membahas proses perkembangan psikologi seseorang, hubungan sifat dan karakteristik seseorang, menjabarkan sifat manusia dalam berperilaku dan menjelaskan berbagai perbedaan individu. Setiap rasa tidak puas yang dirasakan konsumen dari dampak kegagalan layanan, menimbulkan perilaku yang berbeda antara konsumen satu dengan konsumen yang lainnya (Ajzen & Fishbein, 1980). Penelitian yang dilakukan oleh Wang *et*

al., (2011) menunjukkan bahwa efek moderator yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan antara pengalaman kerja dan perilaku keluarga bervariasi untuk orang yang melaporkan tingkat sifat neurotisme yang berbeda, yang menangkap kecenderungan ke arah ketidakstabilan emosional. Di antara orang yang melaporkan neurotisme tinggi, stres kerja dikaitkan dengan perilaku sosial yang lebih aktif dan lebih negatif. Sebaliknya, untuk orang yang melaporkan neurotisme rendah, stres kerja terkait dengan lebih sedikit bicara dan lebih sedikit emosi negatif. Temuan menunjukkan bahwa ketika pekerjaan itu membuat stres, orang yang memiliki kepribadian lebih tinggi pada neuroticism (yaitu, kurang stabil secara emosional) dapat menunjukkan efek spillover negatif, sedangkan orang yang lebih rendah pada neuroticism (yaitu, lebih stabil secara emosional) sehingga orang yang seperti ini dapat menarik diri dari interaksi sosial. Penelitian sebelumnya sejalan dengan hasil penelitian Zeelenberg dan Pieters (2007) bahwa emosi memotivasi konsumen untuk menyangkal, menekan, menghindari dan mengatur agar pengalaman yang mereka terima sebelumnya tidak akan terjadi kembali. Penelitian (Wanny, 2016) menunjukkan bahwa stabilitas emosional memoderasi hubungan antara pengawasan yang dirasakan (PSS) dan kinerja pemulihan layanan (SRP) karyawan. Dapat disimpulkan bahwa konsumen

dengan karakter kepribadian yang mudah emosi dan khawatir akan lebih aktif dalam menyebarkan ulasan negatif mengenai pengalaman jasa yang diterima melalui media elektronik maupun secara langsung. Berdasar uraian penelitian sebelumnya, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3a: *Neuroticism* memoderasi pengaruh *Customer Emotion* terhadap *Electronic Word of Mouth*.

H3b: *Neuroticism* memoderasi pengaruh *Customer Emotion* terhadap *Conventional Word of Mouth*.

Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengalami kegagalan layanan pada jasa yang digunakan khususnya pada generasi milenial dengan rentang umur 18 sampai 38 tahun. Pengambilan sampel ini diambil secara acak tanpa ada batasan geografis dan target untuk penelitian ini sebanyak 239 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dengan skala *Likert* dengan alternatif pilihan antara 1-5 yang digunakan sebagai skala pengukuran pada jawabannya.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik demografi responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan 5 klasifikasi. Profil responden dapat terlihat pada beberapa tabel di bawah ini:

Tabel 1
Hasil penyebaran kuesioner

Keterangan	Responden
Kuesioner yang disebar	Tidak terbatas
Kuesioner yang telah diisi	239
Tingkat respon	100%
Total kuesioner yang dapat dianalisis	239

Tabel 2
Profil Responden Berdasar Usia

Usia (tahun)	Jumlah Responden	Persentase
18-25	151	62.9%
26-30	76	31.7%
31-38	12	5.0%
Total	239	100%

Tabel 3
Profil Resnonden Berdasar Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA	52	21.8%
D1/D2/D3	15	6.3%
S1	145	60.7%
S2	27	11.3%
Total	239	100%

Tabel 4
Profil Responden Berdasar Pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	85	35.6
Pegawai Swasta	65	27.2
PNS	20	8.4
Wiraswasta	23	9.6
Ibu Rumah Tangga	3	1.3
Lainnya	43	18.0
Total	239	100.0

Tabel 5
Profil Responden Berdasar Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	93	38.8%
Perempuan	146	60.8%
Total	239	100%

PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Peneliti menggunakan SPSS 15.0 untuk menguji validitas seluruh variabel dalam penelitian ini. Variabel penelitian ini terdiri dari 53 *item* pernyataan. Hasil analisis faktor memperlihatkan bahwa semua *item* pernyataan pada keseluruhan variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *factor loading* > 0,5 dan nilai KMO Bartlett's *test* > 0,5 artinya *item-item* pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi uji validitas dan dapat digunakan dalam pengujian hipotesis selanjutnya.

Hasil Uji Realiabilitas

Peneliti menggunakan SPSS 15.0 sebagai alat untuk dapat menguji reliabilitas kuesioner dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha*. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel masuk ke dalam kategori sangat reliabel, di mana nilai keseluruhan *Cronbach's Alpha* di atas 0,61, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan *item* variabel tersebut konsisten jika digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Analisis Partial Least Square

Penelitian ini menggunakan WarpPLS 6.0 dengan melihat uji *good fit model* untuk mengetahui apakah model penelitian layak atau tidak untuk diuji.

Tabel 6
Hasil Uji *Goodness of Fit Model*

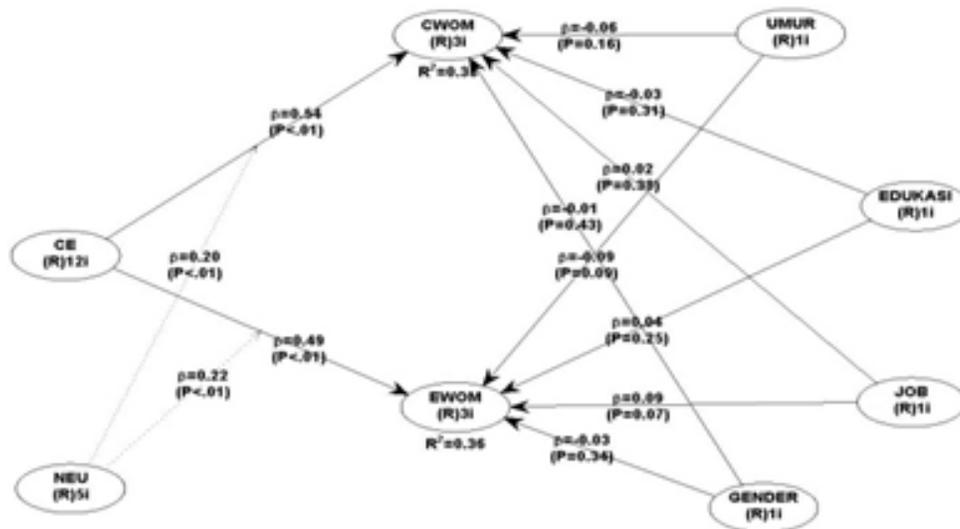
Indeks	P-Value	Kriteria	Status
APC = 0,153	P<0,004	P<0,05	Model diterima
ARS = 0,366	P<0,001	P<0,05	Model Diterima
A VIF = 1,393		P<5	Model diterima

Model *fit indices* merupakan ukuran yang sangat penting dalam pengelolaan data dengan WarpPLS karena *fit indices* menunjukkan kesesuaian model dengan data serta menunjukkan kualitas model yang diteliti. *Average R-square* (ARS) digunakan untuk menilai besarnya variabel eksogen, endogen tergantung dan moderasi. ARS dikatakan baik jika nilai ARS < 0,05. *Average Path Coefficient* (APC) digunakan untuk melihat besarnya hubungan atau keterikatan antar variabel. APC dikatakan baik jika nilai APC < 0,05. *Average Variance Inflation Factor* (AVIF) digunakan untuk melihat besarnya korelasi antar variabel endogen atau

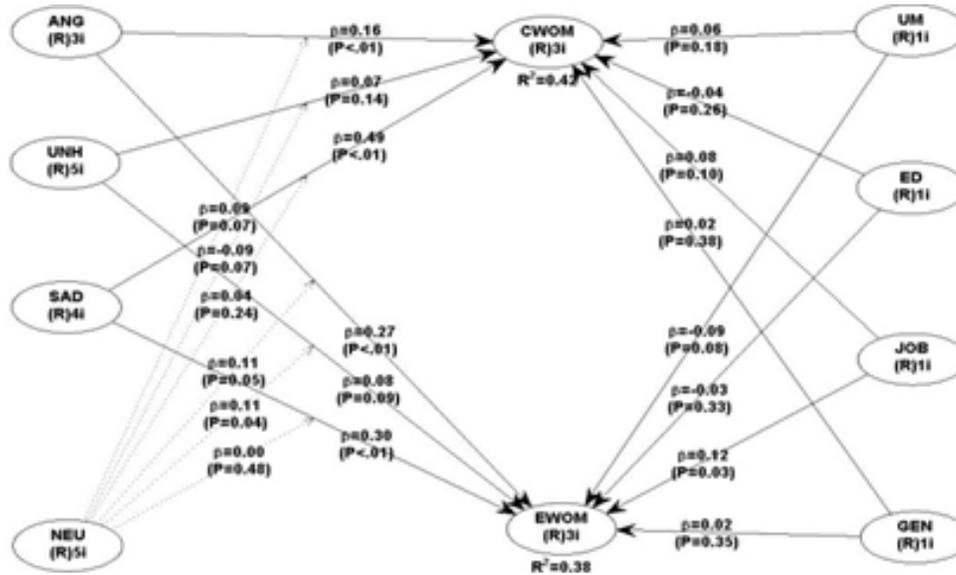
multikolinearitas. AVIF dikatakan baik jika nilai AVIF < 0,05. Interpretasi indikator *fit model* dalam penelitian ini memenuhi kriteria nilai *goodness of fit model*, sehingga model penelitian ini tergolong baik dan layak sehingga dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis diolah menggunakan WarpPLS 6.0 dengan melihat hasil pengujian pada nilai *estimate* dan p. Model penelitian ini juga melakukan pengujian moderasi. Hasil pengujian hipotesis dijelaskan pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2
Hasil Pengujian Hipotesis



Gambar 2
Hasil Pengujian Kontribusi

Hipotesis 1

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada gambar 3 menunjukkan hasil P -value $< 0,01$ yaitu berarti nilai P -value pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 dan nilai koefisien jalur bernilai positif 0,49. Dengan demikian disimpulkan bahwa *Customer emotion* terhadap *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan (Mardhiyah et al., 2013) yang menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap niat dalam menyampaikan ulasan negatif secara online melalui media elektronik adalah kemungkinan yang disebabkan dari perilaku mengeluh, altruisme, retaliasi, dan biaya yang dikeluarkan konsumen. Karena ketika konsumen merasa tidak puas atau kecewa atas layanan yang diberikan atau layanan yang diberikan tidak dapat memenuhi apa yang diinginkan dan diharapkan, maka kemungkinan konsumen akan berperilaku berupa tindakan menyampaikan ulasan buruk mengenai jasa yang telah digunakan terhadap orang-orang di media elektronik. Agar orang-orang tersebut mengetahui betapa buruknya jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Ini dilakukan konsumen yang tidak puas agar jasa tersebut tidak digunakan oleh orang yang lainnya.

Hipotesis 2

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada gambar 3 menunjukkan hasil P -value $< 0,01$ yaitu berarti nilai P -value pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 dan nilai koefisien jalur bernilai positif 0,54. Dengan demikian disimpulkan bahwa *Customer emotion* terhadap *Conventional Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Sánchez dan Pérez (2011) yang menunjukkan bahwa konsumen yang tidak puas karena kegagalan layanan mungkin akan berpindah kepada penyedia layanan yang lain, melakukan tindakan mengeluh dan menyebarkan informasi negatif secara langsung mengenai jasa yang mereka gunakan. Karena ketika konsumen menggunakan suatu jasa yang ditawarkan pemasar, kemudian jasa yang ditawarkan itu tidak mampu memenuhi harapan dari konsumennya, ini akan menyebabkan timbulnya rasa tidak puas dari konsumen. Rasa tidak puas yang timbul ini akan menyebabkan konsumen merasa dirugikan karena layanan yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau diiklan oleh pemasar. Sehingga ketika konsumen merasa dirugikan, konsumen akan melakukan tindakan berupa perilaku dalam menyebarkan berita negatif mengenai

layanan yang diberikan perusahaan. Hal inilah yang mendorong konsumen untuk menyebarkan ulasan negatif mengenai jasa tersebut kepada orang terdekat mereka seperti keluarga, kerabat jauh, teman atau rekan kerjanya agar orang-orang terdekatnya tidak akan ter-tipu dengan penawaran-penawaran yang ditawarkan jasa tersebut.

Hipotesis 3a

Pada Gambar 2 memperlihatkan *P-value* <0,01 yaitu berarti nilai *P-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 dan nilai koefisien jalur bernilai positif 0,22. Dengan demikian, *Neuroticism* memoderasi secara positif hubungan antara *Customer emotion* terhadap *Electronic Word of Mouth*.

Hal ini sesuai dengan pernyataan (Wang *et al.*, 2011) bahwa hubungan antara pengalaman kerja dan perilaku keluarga bervariasi untuk orang yang melaporkan tingkat sifat neurotisme yang berbeda, yang menangkap kecenderungan ke arah ketidakstabilan emosional. Di antara orang yang melaporkan neurotisme tinggi, stres kerja dikaitkan dengan perilaku sosial yang lebih aktif dan lebih negatif. Hal ini sesuai dengan keadaan konsumen yang merasa kecewa atau tidak puas terhadap layanan jasa yang diterima, karena ketika jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau diiklan oleh perusahaan, ini akan menimbulkan rasa kesal, kecewa, marah bahkan bisa berdampak pada stress, jika jasa yang digunakan itu penting bagi konsumen. Konsumen yang memiliki kepribadian *neuroticism* yang lebih tinggi akan menunjukkan efek *spillover* negatif dan tertarik melakukan interaksi sosial.

Hipotesis 3b

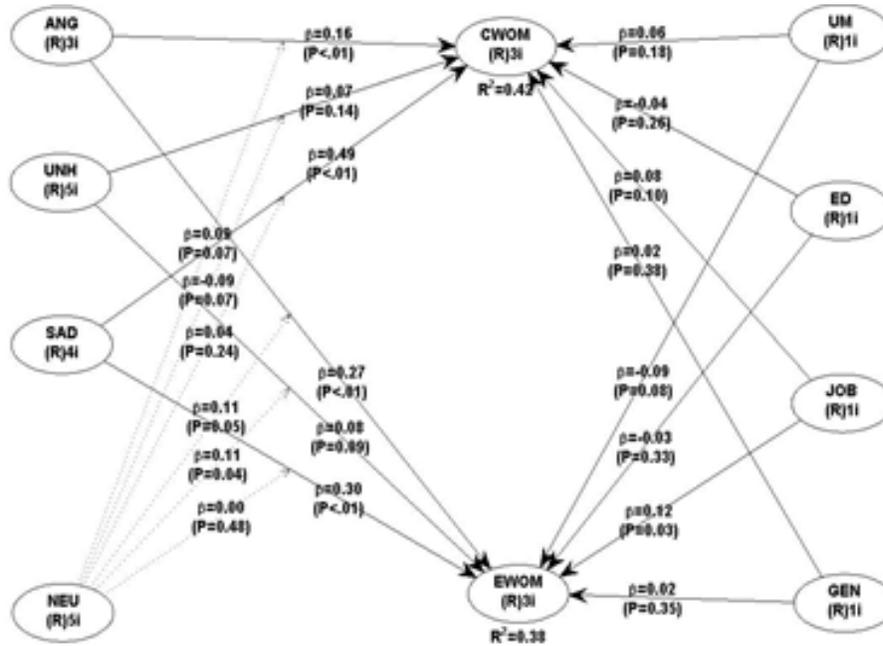
Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Gambar 3 menunjukkan hasil *P-value* <0,01 yaitu berarti nilai *P-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 dan nilai koefisien jalur bernilai positif 0,20. Dengan demikian disimpulkan bahwa *Neuroticism* memoderasi secara positif hubungan antara *Customer emotion* terhadap *Conventional Word of Mouth*.

Hal ini sesuai dengan pernyataan (Zeelenberg & Pieters, 2007) yang memperlihatkan bahwa kepribadian *neuroticism* berpengaruh terhadap cara

konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Karena saat konsumen melakukan pembelian terhadap suatu jasa, konsumen akan meletakkan ekspektasi yang tinggi pada layanan yang diberikan oleh pemasar. Tapi saat ekspektasi tidak terjadi sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen, inilah yang menyebabkan munculnya rasa kecewa dan menyesal dan telah memilih jasa tersebut. Pada saat konsumen menyesal dan kecewa atas pembelian suatu jasa, konsumen akan bertindak tidak konsisten terhadap jasa yang telah dibeli dan cenderung akan menggabaikan jasa tersebut. Penelitian yang dikemukakan oleh (Zeelenberg & Pieters, 2007) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iskandar & Amin, 2013) dimana hasil memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian *neuroticism* dengan penyesalan pasca pembelian pada mahasiswa yang sebagai responden dalam penelitian tersebut.

Pengujian analisis tambahan dilakukan karena variabel *emotion* pada pengujian hipotesis tidak menjelaskan emosi apa saja yang memiliki pengaruh paling besar terhadap penyebaran ulasan negatif baik secara langsung maupun melalui media sosial. Oleh karena itu menguji variabel *customer emotion* dalam beberapa proxy dilakukan untuk membantu menjelaskan emosi mana saja yang memiliki peran besar dalam niat melakukan penyebaran ulasan negatif. Pengujian *customer emotion* dalam beberapa proksi dilakukan untuk memperkuat hasil antarkonstruksi penelitian dan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan yang luas bagi perusahaan lama maupun perusahaan pemula mengenai emosi yang menjadi faktor konsumen melakukan penyebaran ulasan negatif.

Berdasar pengujian pada variabel *customer emotion* dalam beberapa proxy, hasil dari pengujian tersebut mencoba menjelaskan masing-masing emosi yang berbeda dan menunjukkan reaksi yang berbeda pula pada tindakan konsumen dalam menyebarkan ulasan negatif. Pada Gambar 1 menunjukkan bahwa *customer emotion* dengan proxy *anger* dan *sadness* serta proxy *anger* dan *unhappiness* yang dimoderasi *neuroticism* lebih berpengaruh terhadap niat konsumen dalam melakukan penyebaran ulasan negatif pada kedua metode NC-WOM dan NE-WOM. Namun emosi dengan proxy *unhappiness* serta *customer emotion* dengan proxy *sadness* yang dimoderasi *neuroticism* tidak memiliki pengaruh terhadap penyebaran ulasan



Gambar 3
Hasil Analisis Tambahan

negatif baik secara langsung maupun melalui media sosial. Kesimpulannya bahwa konsumen yang mudah khawatir, marah dan kecewa akibat dari kegagalan layanan akan lebih kuat mendorong konsumen untuk melakukan penyebaran ulasan negatif baik secara langsung maupun melalui media sosial ketimbang konsumen yang hanya merasa tidak bahagia atas kegagalan layanan yang diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Adapun simpulan penelitian ini 1) Emosi yang timbul akibat buruknya layanan yang diberikan oleh pemasar menunjukkan pengaruh positif terhadap NC-WOM. Emosi yang tercipta akibat dari tidak terpenuhinya kepuasan konsumen inilah yang mendorong konsumen untuk berperilaku menyebarkan ulasan negatif secara langsung; 2) Rasa tidak puas yang diterima konsumen akibat dari tidak terpenuhinya kepuasan atas jasa yang digunakan ini menunjukkan pengaruh positif terhadap EWOM. Rasa tidak puas atas apa yang diterima menjadi pendorong kuat bagi konsumen untuk menyebarkan ulasan negatif di media elektronik.

Ini dilakukan konsumen untuk menunjukkan kepada banyak orang yang menggunakan media elektronik mengenai layanan buruk yang mereka terima. Konsumen ingin memberitahukan orang-orang betapa kecewanya mereka yang sudah membayar tetapi tidak menerima layanan yang baik sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan; 3) Penelitian ini membuktikan bahwa konsumen yang tidak puas dan memiliki kepribadian neuroticism berpengaruh positif terhadap penyebaran NE-WOM dan NC-WOM. Konsumen ketika memutuskan untuk menggunakan suatu jasa, biasanya konsumen akan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap jasa tersebut. Tetapi setelah menggunakan jasa tersebut dan jasa itu tidak dapat memenuhi ekspektasi konsumen, dan kemudian konsumen ini adalah seorang yang selalu berpikiran buruk kepada hasil yang diterimanya ini mendorong konsumen semakin kuat untuk menceritakan pengalaman buruk yang konsumen terima. Konsumen akan menceritakan pengalaman itu secara langsung kepada orang-orang yang ada disekitarnya; 4) Ternyata konsumen yang memiliki kepribadian *neuroticism* memiliki pengaruh yang besar dalam penyebaran ulasan negatif melalui

media elektronik. Karena orang yang memiliki kepribadian seperti memiliki dorongan yang kuat untuk menyebarkan pengalaman buruk mereka ketika mereka menerima layanan yang tidak sesuai dengan harapan mereka. Sebab konsumen seperti ini selalu memiliki pemikiran yang negatif, mudah marah, cepat stress dan khawatir terhadap apa yang mereka terima; 5) Hasil penelitian ini menjawab kesenjangan yang terjadi bahwa CWOM terbukti masih menjadi channel yang disukai banyak konsumen untuk menyebarkan atau sekedar memberikan informasi mengenai layanan buruk yang dilakukan perusahaan sampai detik ini. Ketika konsumen menerima kegagalan layanan dari jasa yang digunakan, channel ini masih menjadi kecintaan banyak orang. Banyak konsumen yang masih menyukai menceritakan atau menjelek-jelekkkan suatu jasa secara langsung. Konsumen yang menerima kerugian seperti ini biasanya akan menceritakannya pada orang terdekat atau orang yang sering mereka temui, bahkan tidak jarang konsumen juga akan menyampaikan hal buruk kepada orang yang baru mereka temui satu atau dua kali dalam hidup mereka mengenai keburukan perusahaan tersebut. Konsumen melakukan ini untuk menunjukkan bahwa mereka kecewa atas kerugian yang mereka terima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fishbein, M. 1980. *Understanding attitudes and predicting social behavior*.
- Al, miller et. 1990. *No Title*. [https://www.appsyhology.com/IB Psych/IBcontent/Studies/Miller](https://www.appsyhology.com/IB%20Psych/IBcontent/Studies/Miller).
- Anderson, E. W. 1998. Customer Satisfaction and Word of Mouth. *Journal of Service Research*, 1(1), 5–17.
- Ashton, M. C., & Lee, K. 2007. Empirical, Theoretical, and Practical Advantages of the HEXACO Model of Personality Structure. *Personality & Social Psychology Review (Sage Publications Inc.)*, 11(2), 150–166.
- Averill, J. R. 1983. Studies on anger and aggression: Implications for theories of emotion. *American Psychologist*, Vol. 38, pp. 1145–1160.
- Bård, T. 2007. Customer complaint behaviour from the perspective of the service-dominant logic of marketing. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(6), 601–620.
- Beaudry, A., & Pinsonneault, A. 2010. The Other Side of Acceptance: Studying The Direct and Indirect Effects of Emotions on Information Technology Use. *MIS Quarterly*, 34(4), 689-A3.
- Bougie, R., Pieters, R., & Zeelenberg, M. 2003. Angry Customers don't Come Back, They Get Back: The Experience and Behavioral Implications of Anger and Dissatisfaction in Services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 377–393.
- Brown & Kirmani. 1999. The Influence of Preencounter Affect on Satisfaction with an Anxiety-Provoking Service Encounter. *Journal of Service Research*, 1(4):333-3.
- Buttle, F. 1996. SERVQUAL: Review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*, 30(1), 8.
- Chen & Wu. 2013. Electronic word-of-mout: the moderating roles of product involvement and brand image. *Diversity, Technology, and Innovation for Operational Competitiveness: Proceedings of the International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, pp. 29-47.
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. 2012. What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*, 53(1), 218–225.
- Choraria, S. 2013. Exploring the Role of Negative Emotions on Customer's Intention to Complain. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 17(3), 201–211.

- Creyer, E. H., & Ross, W. T. 1999. The Development and Use of a Regret Experience Measure to Examine the Effects of Outcome Feedback on Regret and Subsequent Choice. *Marketing Letters*, 10(4), 373–386.
- De Bruyn, A., & Lilien, G. L. 2008. A multi-stage model of word-of-mouth influence through viral marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 25(3), 151–163.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. <https://teorionline.wordpress.com/2011/10/23/imam-ghozali-2011-aplikasi-analisis-multivariate-dengan-program-spss-semarang-bp-universitas-diponegoro>.
- Gilly, M. C., & Gelb, B. D. 1982. Post-Purchase Consumer Processes and the Complaining Consumer. *Journal of Consumer Research*, 9(3), 323–328.
- Gronroos, C. 1988. *Service Quality: The Six Criteria Of Good Perceived Service*, *Review of Business*, Vol.9, No.3, pp.10-13.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, A. J. 2006. eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449–456.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E. J., & Schlesinger, L. A. 1997. (n.d.). The Service Profit Chain. New York, NY: Free Press. *The Service Profit Chain*. New York, NY: Free Press.
- Hoffman, K. D., Kelley, S. W., & Rotalsky, H. M. 2016. Retrospective: tracking service failures and employee recovery efforts. *Journal of Services Marketing*, 30(1), 7–10.
- Iskandar, L., & Amin, Z. 2013. Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau dari Big Five Personality. *Psikologi*, 40, 51–61.
- Iyiola, O., & Iyiola, O. 2011. Interpretations and Effect of Music on Consumers' Emotion. *Journal of Business Diversity*, 11(1), 56–65.
- Jones, M. A., Reynolds, K. E., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. 2007. The Positive and Negative Effects of Switching Costs on Relational Outcomes. *Journal of Service Research*, 9(4), 335–355.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. 2010. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59–68.
- Keaveney, S. M. 1995. Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59(2), 71.
- Kietzmann, J., & Canhoto, A. 2013. Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of Mouth. *Journal of Public Affairs (14723891)*, 13(2), 146–159.
- Kim, E., & Tang, R. (Liang). 2016. Rectifying Failure of Service: How Customer Perceptions of Justice Affect Their Emotional Response and Social Media Testimonial. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(8), 897–924.
- L Oliver, R. 1989. Processing of the Satisfaction Response in Consumption: A Suggested Framework and Research Propositions. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, 2, 1–16.
- L Oliver, R., & Westbrook, R. 1993. Profiles of Consumer Emotions and Satisfaction in Ownership and Usage. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 6, 12–27.
- Lazarus, R. S. 1991. Progress on a cognitive-motivational-relational theory of emotion. *American Psychologist*, 46(8), 819.
- Liljander, V. and Strandvik, T. (1997). Emotions in service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, Vol 8 No.

- Mardhiyah, D., Dharmmesta, B., & Purwanto, B. 2013. Antecedents to Intention to Engage in the Online Negative Word-of-Mouth Communication. In *Gadjah Mada International Journal of Business* (Vol. 15).
- McCrae, R. R., & Costa Jr., P. T. 1997. Personality trait structure as a human universal. *American Psychologist*, 52(5), 509.
- Nolen-Hoeksema S. 1987. Sex differences in unipolar depression: Evidence and theory. *Personality & Social Psychology Review* (Sage Publications Inc.), 101:259–28.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). In *The Journal of Marketing* (Vol. 49).
- Philip T. Kotler, & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. <https://www.pearson.com/us/higher-education/product/Kotler-Marketing-Management-14th-Edition/9780132102926.html>
- Ramadani, V., Demiri, A., & Saiti-Demiri, S. 2014. Social media channels: The factors that influence the behavioural intention of customers. *Int. J. of Business and Globalisation*, 12, 297–314.
- Richins, M. L. 1987. Media, Materialism, and Human Happiness. *Advances in Consumer Research*, 14(1), 352–356.
- Roper. 2003. *Online influentials rely on the Internet above all other media*.
- Sánchez-García, I., & Currás-Pérez, R. 2011. Effects of dissatisfaction in tourist services: The role of anger and regret. *Tourism Management*, 32(6), 1397–1406.
- Sari. 2012. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) Di Sosial Media Twitter Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Thorsten Hennig-Thurau, F., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. 2004. Electronic Word of -Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on The Internet? *Journal of Interactive Marketing* (John Wiley & Sons), 18(1), 38–52.
- Tommy, & Paramita. 2014. *Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) terhadap keputusan pembelian Kamera DSLR*.
- Tronvoll, B. 2011. Negative emotions and their effect on customer complaint behaviour. *Journal of Service Management*, 22(1), 111–134.
- Vernuccio, M., & Ceccotti, F. 2015. Strategic and organisational challenges in the integrated marketing communication paradigm shift: A holistic vision. *European Management Journal*, 33.
- Walker, L. J. 2001. The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60.
- Wang, S., Repetti, R. L., & Campos, B. 2011. Job Stress and Family Social Behavior: The Moderating Role of Neuroticism. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(4), 441–456.
- Wanny, O. 2016. Perceived supervisory support and service recovery performance. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(3), 298–316.
- Watson, D. (n.d.). journal of personality. *Journal of Personality and Social Psychology* 1467-6494
- We Are Social Hoosuite. 2019. *DIGITAL 2019 INDONESIA. 2019*.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. 2007. A Theory of Regret Regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology*, 17(1), 3–18.

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAERAH TERHADAP INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA, TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA, DAN INDEKS GINI DENGAN PERTUMBUHAN EKONOMI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DAN OPINI LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI INDONESIA

Wanda Erwina

Rudy Badrudin

E-mail: wandaerwina@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of regional financial performance on public welfare consisting of the index of human development, unemployment, and income inequality through economic growth as an intervening variable and audit opinion as a moderating variable. The study was conducted in 34 provinces in Indonesia during the 2016-2018 observation period using 102 purposive sampling methods. Hypothesis testing was using the Structural Equation Model from WarpPLS. The results showed that regional financial performance had a positive effect on economic growth, human development index, open unemployment rate, and income inequality. Audit opinions do not moderate the relationship between regional financial performance and economic growth. Economic growth has a negative effect on the human development index and the level of open unemployment, but has a positive effect on income inequality. Audit opinions cannot interfere with the relationship between regional financial performance with the human development index, open unemployment rates, and income inequality.

Keywords: regional financial performance, economic growth, audit opinion, human development index, unemployment, gini index

JEL classification: O15, O47

PENDAHULUAN

Desentralisasi Fiskal merupakan salah satu bentuk dari pelaksanaan otonomi daerah. Otonomi daerah adalah pemberian wewenang dari pemerintah pusat kepada pemda untuk mengurus urusan pemerintahannya sendiri. Otonomi daerah bertujuan untuk mengurangi kesenjangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah agar pelayanan publik di daerah dapat dijalankan secara efektif dan efisien. Akuntabilitas pemda dapat dihitung menggunakan rasio derajat desentralisasi fiskal, rasio kemandirian, rasio efisiensi, rasio efektivitas dan rasio keserasian belanja langsung. Informasi yang didapatkan dari analisis kinerja keuangan pemerintah daerah sangat berguna untuk membuat kebijakan pengelolaan keuangan daerah dan menilai apakah pemda berhasil mengelola keuangannya dengan baik sehingga berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Sebagai bentuk pertanggungjawaban dalam menjalankan kegiatan pemerintah, pemerintah daerah diharuskan menyiapkan laporan keuangan dalam bentuk realisasi APBD yang diaudit oleh BPK. Pendapat audit yang diberikan oleh BPK menunjukkan kualitas pemerintahan.

Penelitian sebelumnya mengenai KKD terhadap PE (Nurulita, Arifulsyah, & Yefni, 2018) menunjukkan bahwa RKM dan REFEEK tidak berpengaruh signifikan terhadap PE sedangkan REFI berpengaruh signifikan terhadap PE di Provinsi Riau. Penelitian (Syamsudin, Cahya, & Dewi, 2015) menunjukkan bahwa RKM berpengaruh signifikan terhadap PE sedangkan REFEEK dan REFI tidak berpengaruh terhadap PE. Penelitian (Harliyani & Haryadi, 2016) menunjukkan bahwa RDF dan RKBL berpengaruh terhadap IPM sedangkan rasio ketergantungan keuangan daerah, rasio efektifitas, dan rasio efisiensi tidak berpengaruh signifikan terhadap IPM. Berdasar penelitian sebelumnya, penelitian dilakukan di kabupaten/kota dengan perhitungan terpisah di setiap rasio dan memiliki hasil yang tidak konsisten maka peneliti ingin meneliti variabel kinerja keuangan dengan menggunakan RDF, RKM, REFEEK, REFI dan RKBL sebagai indikatornya.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori keagenan, teori desentralisasi fiskal, teori kinerja keuangan daerah, opini laporan keuangan pemerintah daerah, pertumbuhan ekonomi, indeks pembangunan manusia, tingkat pengangguran terbuka, dan indeks gini. *Agency theory* merupakan hubungan antara *principal* dengan *agent* yang melakukan kerjasama dalam membuat keputusan atau kebijakan yang menguntungkan bagi *principal* (Jensen dan Meckling, 1976). Desentralisasi Fiskal menggambarkan kemampuan pemda untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pelaksanaan desentralisasi fiskal harus memperhatikan prinsip *money should follow function* dalam pelaksanaannya, artinya terdapat anggaran pada setiap pelimpahan wewenang pemerintahan (Badrudin, 2017:41).

Kinerja adalah penggambaran dari pencapaian program dalam mewujudkan visi dan misi yang ada dalam perencanaan strategik suatu organisasi (Mahsun, 2012:25). Kinerja keuangan daerah adalah hasil evaluasi dari program yang digunakan sebagai ukuran untuk melihat kemampuan pemda dalam menjalankan otonomi daerah. Menurut UU No.15 tahun 2004, opini audit adalah pernyataan profesional yang diberikan auditor tentang kewajaran informasi yang ada dalam laporan keuangan. Pertumbuhan ekonomi merupakan proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang

yang menggambarkan pertumbuhan ekonomi dari waktu ke waktu yang bersifat dinamis, output perkapita mengaitkan aspek Produk Domestik Bruto (PDB) dan aspek jumlah penduduk, sedangkan dalam jangka panjang akan menunjukkan perubahan perekonomian dalam jangka waktu tertentu yang didorong oleh proses internal perekonomian (*self generating*) (Fadli, 2017) *which increased from year to year, is also accompanied by an increase in revenue (PAD).*

IPM merupakan tolok ukur tingkat pembangunan manusia di suatu wilayah atau daerah yang diukur dari tingkat kesehatan yang diukur dari tingkat kelahiran, pendidikan yang dilihat dari angka harapan lama sekolah, dan pendapatan yang dilihat dari kemampuan memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurut BPS, TPT merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat penawaran tenaga kerja yang tidak terserap oleh pasar kerja. Pengangguran terjadi karena lapangan pekerjaan yang tersedia tidak mampu menyerap tenaga kerja yang menganggur. Menurut BPS, Indeks Gini digunakan untuk mengukur ketimpangan pendapatan yang terjadi di suatu wilayah atau daerah yang nilainya berada antara 0 (nol) yang artinya pemerataan pendapatan sempurna hingga satu 1 yang memiliki arti ketimpangan pendapatan sempurna.

Evaluasi kinerja pemerintah daerah dapat dilihat dengan membandingkan analisis rasio kinerjanya menggunakan data laporan realisasi anggaran yang hasilnya berbeda pada setiap daerah, hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan dalam meningkatkan potensi pendapatan daerahnya. PE merupakan salah satu indikator dari keberhasilan pembangunan nasional. Tercapainya PE yang inklusif tidak terlepas dari kinerja keuangan daerah yang baik. Penelitian Arsa & Setiawina, (2015), Nurulita *et al.*, (2018), Syamsudin *et al.*, (2015), Ani & Dwirandra (2014) menunjukkan bahawa rasio KKD yang berupa RKM, REFEEK, dan REFI berpengaruh positif signifikan terhadap PE. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H1: Kinerja Keuangan Daerah berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi

IPM merupakan tolok ukur pembangunan suatu negara yang paling tepat karena memperhitungkan angka harapan hidup dan angka harapan lama sekolah. Evaluasi atas kinerja keuangan di antaranya dengan menggunakan data laporan realisasi anggaran dan

kemudian membandingkannya dengan data APBD melalui analisis rasio yang akan menggambarkan bagaimana pemda mengelola keuangan daerahnya. Semakin baik penilaian kinerja keuangan suatu daerah menandakan baiknya kinerja pemerintahan daerah sebagai *agent*. Jika kinerja *agent* semakin baik, maka pemerintahan daerah akan semakin baik pula layanan publik kepada masyarakat sebagai *principal* yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah tersebut. Penelitian sebelumnya Harliyani & Haryadi (2016), Suryaningsih *et al.*, (2015), Amalia & Purbadharmaja (2014) menunjukkan bahwa KKD berpengaruh terhadap IPM. Berdasar penjelasan tersebut maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H2: Kinerja Keuangan Daerah berpengaruh positif terhadap Indeks Pembangunan Manusia

Tingkat pengangguran terbuka merupakan salah satu tolok ukur perbaikan kualitas Pendidikan karena pengangguran terbanyak berasal dari lulusan SMK yang sejatinya disiapkan untuk langsung bekerja namun tidak terserap oleh lapangan kerja yang ada. Semakin baik penilaian kinerja keuangan suatu daerah menandakan baiknya kinerja pemerintahan daerah sebagai *agent*. Jika kinerja *agent* semakin baik, maka pemerintahan daerah akan semakin baik pula layanan publik kepada masyarakat sebagai *principal* yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah serta dapat mengurangi pengangguran. Penelitian sebelumnya Nurulita *et al.*, (2018), Ani & Dwirandra (2014) menunjukkan bahwa KKD tidak berpengaruh signifikan terhadap TPT. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H3: Kinerja Keuangan Daerah berpengaruh negatif terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka

Angka rasio kinerja keuangan daerah berbeda di setiap provinsi, hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan antardaerah dalam meningkatkan potensi pendapatan daerahnya. Indeks gini menggambarkan ketimpangan pendapatan antardaerah, semakin kecil nilai koefisien gini maka pendapatan masyarakat semakin merata. Kinerja pemerintah daerah yang baik diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi ketimpangan pendapatan sehingga indeks gini menurun. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H4: Kinerja Keuangan Daerah berpengaruh negatif terhadap Indeks Gini

PE menunjukkan peningkatan pendapatan dari waktu ke waktu. Peningkatan pendapatan masyarakat ditunjukkan dengan kenaikan alokasi belanja untuk konsumsi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier sehingga masyarakat menjadi lebih sejahtera, lebih sehat, dan lebih berpendidikan yang termasuk dalam indikator IPM. Penelitian Maulana & Bowo (2013), Adelfina & Jember (2016), dan Bhakti, Istiqomah, & Suprpto (2014) menunjukkan PE memiliki pengaruh positif terhadap IPM. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H5: Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh positif terhadap Indeks Pembangunan Manusia

TPT di suatu negara dipengaruhi oleh PE. Ketika pertumbuhan ekonomi disuatu negara mengalami kenaikan maka proses produktivitas dalam menghasilkan barang dan jasa juga mengalami kenaikan yang akan menyerap banyak tenaga kerja untuk memenuhi permintaan barang sehingga tingkat pengangguran mengalami penurunan. Penelitian yang dilakukan Zulhanafi, Aimon, & Syofyan (2013), Anggoro & Soesatyo (2015), Muslim (2014), Amin (2016), dan Noviatamara *et al.*, (2019) menemukan bahwa PE memiliki pengaruh negatif terhadap TPT di suatu wilayah. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H6: Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka

Salah satu permasalahan ekonomi yang terjadi di negara berkembang adalah ketimpangan pendapatan. Indeks gini digunakan untuk mengetahui tingkat perbedaan pendapatan di suatu wilayah atau negara. PE yang mengalami peningkatan akan meningkatkan pendapatan yang diterima oleh masyarakat sehingga tidak terjadi ketimpangan pendapatan yang sangat tinggi dan indeks gini diharapkan akan mengalami penurunan. Penelitian yang dilakukan Panca Kurniasih (2015), Arka & Yasa (2015), dan Agussalim (2016) memperoleh hasil PE berpengaruh negatif terhadap IG. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H7: Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif terhadap Indeks Gini

Menurut teori agensi akan ada benturan kepentingan antara *principal* dan *agent*. BPK adalah pihak

yang berwenang untuk memeriksa laporan pertanggungjawaban yang disusun oleh Pemda, sehingga masyarakat yakin akan kebenaran dari laporan yang ada. Pelaporan keuangan ini dilakukan agar masyarakat (*principal*) bisa melakukan pengawasan secara tidak langsung dengan cara memantau dan mengevaluasi hasil kerja pemerintahan daerah (*agent*) apakah sudah sesuai dengan yang seharusnya. Pengevaluasian hasil kerja pemerintahan daerah dapat dilakukan melalui analisis kinerja keuangan daerah oleh para pemakai laporan keuangan termasuk masyarakat. Auditor memberikan pernyataan professional mengenai kewajaran laporan keuangan yang diperiksa. Pernyataan yang diberikan auditor menjadi indicator dalam menilai kualitas LKPD. Opini tersebut dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pemerintah pusat dan masyarakat terhadap laporan LKPD yang dipublikasikan. Opini WTP didapatkan dari KKD yang baik dan merupakan gambaran dari tertibnya pengelolaan keuangan daerah oleh pemda. Menurut penelitian yang dilakukan Ani & Dwirandra (2014), Putry & Badrudin (2017), dan Syamsudin *et al.*, (2015) memperoleh hasil bahwa KKD yang terdiri dari: RKM berpengaruh positif secara signifikan terhadap PE, sedangkan REFEEK, REFI, dan pertumbuhan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap PE. Berdasar penjelasan tersebut, maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H8: Opini Laporan Keuangan Pemerintah Daerah memoderasi hubungan antara Kinerja Keuangan Daerah dan Pertumbuhan Ekonomi

IPM merupakan tolok ukur pembangunan suatu negara yang paling tepat karena memperhitungkan angka harapan hidup dan angka harapan lama sekolah. Evaluasi atas kinerja keuangan di antaranya dengan menggunakan data laporan realisasi anggaran dan kemudian membandingkannya dengan data APBD melalui analisis rasio yang akan menggambarkan bagaimana pemda mengelola keuangan daerahnya. Semakin baik penilaian kinerja keuangan suatu daerah menandakan baiknya kinerja pemerintahan daerah sebagai *agent*. Jika kinerja *agent* semakin baik, maka pemerintahan daerah akan semakin baik pula layanan publik kepada masyarakat sebagai *principal* yang diharapkan dapat menjadikan PE yang inklusif serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian sebelumnya Harliyani & Haryadi (2016), Suryaningsih *et al.*, (2015), Amalia & Pur-

badharmaja (2014) menunjukkan bahwa KKD berpengaruh terhadap IPM. Penelitian sebelumnya Arsa & Setiawina, (2015), Nurulita *et al.*, (2018), Syamsudin *et al.*, (2015), dan Ani & Dwirandra, (2014) menunjukkan bahwa rasio KKD yang berupa RKM, REFEEK, dan REFI berpengaruh positif signifikan terhadap PE. Berdasar penjelasan tersebut maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H9: Pertumbuhan Ekonomi (PE) memediasi hubungan antara Kinerja Keuangan Daerah (KKD) terhadap Indeks Pembangunan Manusia (IPM)

Tingkat pengangguran terbuka merupakan salah satu tolok ukur perbaikan kualitas Pendidikan karena pengangguran terbanyak berasal dari lulusan SMK yang sejatinya disiapkan untuk langsung bekerja namun tidak terserap oleh lapangan kerja yang ada. Hal tersebut dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi, karena ketika pertumbuhan ekonomi disuatu negara mengalami kenaikan maka proses produktivitas dalam menghasilkan barang dan jasa juga mengalami kenaikan yang akan menyerap banyak tenaga kerja untuk memenuhi permintaan barang sehingga tingkat pengangguran mengalami penurunan.

Setiap provinsi di Indonesia memiliki sumber PAD yang berbeda hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan dalam meningkatkan potensi pendapatan daerahnya. Semakin baik penilaian kinerja keuangan suatu daerah menandakan baiknya kinerja pemerintahan daerah sebagai *agent*. Jika kinerja *agent* semakin baik, maka pemerintahan daerah akan semakin baik pula layanan publik kepada masyarakat sebagai *principal* yang diharapkan dapat menjadikan PE yang inklusif serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menurunkan tingkat pengangguran. Penelitian Nurulita *et al.*, (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara REFEEK terhadap TPT melalui PE. Berdasar penjelasan tersebut maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

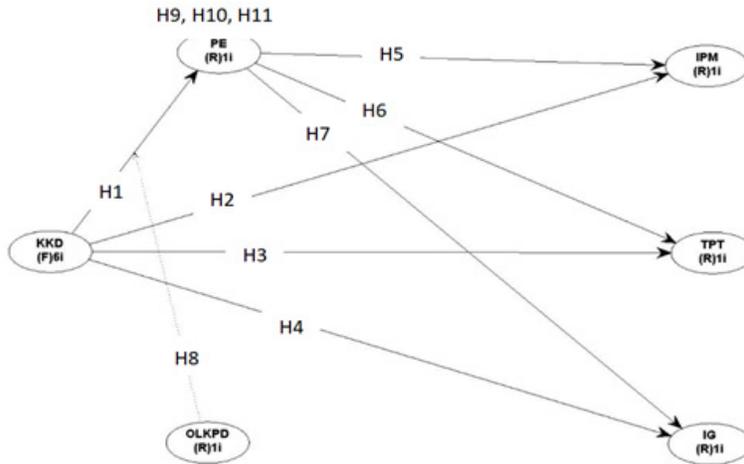
H10: Pertumbuhan Ekonomi (PE) memediasi hubungan antara Kinerja Keuangan Daerah (KKD) terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)

IG menggambarkan ketimpangan pendapatan antardaerah, semakin kecil nilai koefisien gini maka pendapatan masyarakat semakin merata. Pengevaluasian hasil kerja pemerintahan daerah dapat dilakukan melalui analisis kinerja keuangan daerah oleh para

pemakai laporan keuangan termasuk masyarakat. Auditor memberikan pernyataan professional mengenai kewajaran laporan keuangan yang diperiksa. Jika kinerja *agent* semakin baik, maka pemerintahan daerah akan semakin baik pula layanan publik kepada masyarakat sebagai *principal* yang diharapkan dapat menjadikan PE yang inklusif serta dapat meningkatkan

kesejahteraan masyarakat, menurunkan tingkat pengangguran dan mengurangi ketimpangan pendapatan antarpenduduk. Berdasar penjelasan tersebut maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H11: Pertumbuhan Ekonomi memediasi hubungan antara Kinerja Keuangan Daerah terhadap Indeks Gini



Gambar 1
Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 34 provinsi di Indonesia selama periode pengamatan 2016-2018 dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 102 sampel data. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Model dari Warp-PLS.

HASIL PENELITIAN

Model fit indices menunjukkan kualitas dan kesesuaian model dengan data yang diteliti. ARS digunakan untuk menilai besarnya variabel eksogen, endogen tergantung, dan mediasi (<0,05). Untuk melihat keterkaitan hubungan antarvariabel menggunakan APC (<0,05). AVIF digunakan untuk melihat besarnya korelasi antarvariabel (AVIF < 5). Dalam penelitian indikator fit model sudah memenuhi kriteria *goodness of fit* model sehingga model penelitian dapat digunakan untuk

melakukan uji hipotesis.

Tabel 1
Hasil Inner Model (R-square)

Variabel	R-Square
KKD	-
OLKPD	-
PE	0.02
IPM	0.38
TPT	0.18
IG	0.22

Uji hipotesis dilakukan dengan cara menguji hubungan antarvariabel. Hipotesis diterima apabila uji statistik yang dilakukan memperoleh hasil p-value kurang dari alpha. Hasil hipotesis ditunjukkan pada Tabel 3 dan Gambar 2.

Tabel 2
Goodness of Fit Model

Hasil	P-value	Kriteria	Keterangan
APC=0,275	P<0,001	IF P < 0,05	Diterima
ARS=0,201	P<0,009	IF P < 0,05	Diterima
AVIF=1,052		P < 5	Diterima

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis

Hubuungan Variabel	Koefisien Jalur	P-value	Prediksi	Temuan	Hipotesis
KKD → PE	0,13	0,08*	+	+	Diterima
KKD → IPM	0,51	<0,01**	+	+	Diterima
KKD → TPT	0,30	<0,01**	-	+	Ditolak
KKD → IG	0,23	<0,01**	-	+	Ditolak
PE → IPM	-0,15	0,06*	+	-	Ditolak
PE → TPT	-0,36	<0,01**	-	-	Diterima
PE → IG	0,38	<0,01**	-	+	Ditolak
OLKPD*KKD→ PE	0,05	0,32			Ditolak
KKD→ PE→ IPM	0,012	0,390			Ditolak
KKD→ PE→ TPT	0,01	0,247			Ditolak
KKD→ PE→ IG	0,014	0,233			Ditolak

Ket: *: sig <0,10
** sig <0,05

PEMBAHASAN

Pengujian pertama dilakukan untuk mengetahui apakah KKD berpengaruh positif terhadap PE. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,13 dan signifikansi 0,08 menunjukkan bahwa semakin baik KKD yang dihasilkan maka PE juga akan meningkat. Berdasar hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 terbukti. Hasil pengujian hipotesis 2 pada Tabel 3 menunjukkan bahwa koefisien jalur +0,61 dengan signifikansi <0,01 menunjukkan bahwa semakin baik KKD maka akan membuat kesejahteraan masyarakat meningkat. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 terbukti.

Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan koefisien jalur +0,30 dengan signifikansi <0,01 menunjukkan bahwa semakin baik KKD maka belum

tentu mengakibatkan penurunan pengangguran karena besar pengangguran setiap daerah berbeda. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 tidak terbukti. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa koefisien jalur +0,23 dengan signifikansi <0,01 menunjukkan bahwa semakin baik KKD maka belum tentu dapat mengurangi ketimpangan antardaerah. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 tidak terbukti.

Hasil pengujian hipotesis 5 memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,15 (bertanda negatif) menunjukkan semakin meningkat PE, maka IPM semakin menurun dan nilai signifikansi <0,01 artinya ketika menyusun rencana untuk pembangunan ekonomi selalu menentukan berapa presentase yang harus tercapai dalam PE agar kesejahteraan masyarakat meningkat. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 5 tidak terbukti. Hasil pengujian sesuai dengan hipotesis 6, yang

dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,36 dan probabilitas $<0,01$, artinya adanya peningkatan permintaan barang atau jasa dari masyarakat, maka diperlukan banyak tenaga kerja untuk dapat memenuhi permintaan tersebut, sehingga tingkat pengangguran mengalami penurunan. Pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 6 terbukti.

Hasil pengujian hipotesis 7 menunjukkan bahwa PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap IG yang dibuktikan dengan uji hipotesis secara keseluruhan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,38 dan signifikansi $<0,01$. Hal ini mengindikasikan semakin tinggi PE semakin tinggi pula ketimpangan pendapatan yang terjadi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 tidak terbukti. Hasil pengujian hipotesis 8 menunjukkan bahwa koefisien jalur +0,05 dengan signifikansi 0,32 menunjukkan bahwa OLKPD memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan dan tidak mampu memperkuat pengaruh antara KKD terhadap PE. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 8 tidak terbukti.

Hasil pengujian hipotesis 9 menunjukkan koefisien jalur +0,012 dengan signifikansi 0,39 menunjukkan bahwa PE memiliki pengaruh positif tetapi tidak mampu memediasi hubungan KKD terhadap IPM. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 9 tidak terbukti. Hipotesis 10, PE memediasi hubungan KKD terhadap TPT. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa koefisien jalur +0,012 dengan signifikansi 0,247 menunjukkan bahwa PE memiliki pengaruh positif tetapi tidak mampu memediasi hubungan KKD terhadap TPT. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 10 tidak terbukti. Hipotesis 11, PE memediasi hubungan KKD terhadap IG. Hasil pengujian hipotesis 11 menunjukkan bahwa koefisien jalur +0,012 dengan signifikansi 0,233. Hal ini menunjukkan bahwa PE memiliki pengaruh positif tetapi tidak mampu memediasi hubungan KKD terhadap IG. Hasil pengujian menunjukkan hipotesis 11 tidak terbukti.

Pengaruh Kinerja Keuangan Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi

KKD ditentukan dari RDF, RKM, REFEK, REFI dan RKBL. Pemda harus merencanakan dan mengelola kegiatan serta menyediakan sarana dan prasarana dalam meningkatkan PE. Rasio keserasian belanja langsung termasuk salah satu rasio yang menjadi perhatian

publik, karena masyarakat ingin mengetahui apakah pajak yang mereka dibayarkan sudah dialokasikan secara tepat atau tidak. Semakin banyak anggaran yang diberikan dalam belanja langsung, maka pemda semakin giat dalam membangun fasilitas dan infrastruktur yang menunjang keberhasilan PE. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan KKD memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap PE. Hubungan positif tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkat KKD di tiap daerah maka akan meningkatkan PE. Penelitian ini sejalan dengan Arsa & Setiawina, (2015), (Nurulita *et al.*, 2018), Syamsudin (2015), (Ani & Dwirandra, 2014) menunjukkan bahwa rasio KKD yang berupa RKM, REFEK, dan REFI berpengaruh positif signifikan terhadap PE.

Pengaruh Kinerja Keuangan Daerah terhadap Indeks Pembangunan Manusia

KKD merupakan salah gambaran pemerintah daerah dalam meningkatkan potensi daerahnya. IPM merupakan indikator yang paling tepat untuk mengukur kesejahteraan masyarakat karena dilihat melalui angka kelahiran, pendidikan, dan pendapatan. KKD yang meningkat akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat karena salah satu komponen dalam KKD adalah rasio keserasian belanja langsung yang menunjukkan seberapa besar anggaran yang dialokasikan untuk pelayanan publik sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa KKD berpengaruh positif terhadap IPM. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Harliyani & Haryadi, 2016), (Suryaning-sih *et al.*, 2015), (Amalia & Purbadharmaja, 2014) menunjukkan bahwa KKD berpengaruh terhadap IPM.

Pengaruh Kinerja Keuangan Daerah terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor pendukung dari kinerja keuangan daerah karena SDM adalah pelaksana dari seluruh kegiatan pemerintah daerah. Pengangguran merupakan salah satu masalah ekonomi makro jangka Panjang. Dengan SDM yang baik maka diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan daerah sehingga dapat mengurangi pengangguran karena ada dana yang dialokasikan untuk membangun sarana dan prasarana publik yang tentu saja hal tersebut membuka lapangan kerja yang

baru. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa probabilitas KKD berpengaruh positif signifikan terhadap TPT. Hal tersebut memandakan bahwa KKD yang baik belum tentu mengurangi tingkat pengangguran karena masih ada ketimpangan nilai KKD dan TPT antardaerah. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Nurulita *et al.*, 2018), (Ani & Dwirandra, 2014) yang menunjukkan bahwa KKD tidak berpengaruh signifikan terhadap TPT.

Pengaruh Kinerja Keuangan Daerah terhadap Indeks Gini

Angka rasio KKD masing masing daerah berbeda, hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan kemampuan antardaerah dalam meningkatkan potensi pendapatan daerahnya. Indeks gini menggambarkan ketimpangan pendapatan antardaerah, semakin kecil nilai koefisien gini maka pendapatan masyarakat semakin merata. Kinerja pemerintah daerah yang baik diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan mengurangi ketimpangan pendapatan sehingga indeks gini menurun. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa KKD berpengaruh positif signifikan terhadap IG. Hal tersebut menunjukkan KKD yang baik belum dapat mengurangi ketimpangan pendapatan yang ada melainkan justru menambah ketimpangan pendapatan.

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Indeks Pembangunan Manusia

PE merupakan proses terjadinya peningkatan pendapatan nasional riil. IPM adalah indikator untuk mengukur kualitas hidup penduduk yang dilihat melalui angka kelahiran, pendidikan, dan pendapatan. PE yang mengalami peningkatan akan berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh masyarakat agar dapat dialokasikan sebagian ke sektor kesehatan dan pendidikan untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat. Pengujian hipotesis menunjukkan PE berpengaruh negatif terhadap IPM. Hal ini menunjukkan PE masih bersifat eksklusif sehingga belum mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sesuai dengan harapan. Meskipun pendapatan yang diterima belum optimal, IPM menunjukkan progres yang cukup baik di setiap daerah.

Penelitian ini sejalan dengan (Badrudin, 2012) dan Syariyah (2016) yang menunjukkan hasil PE ber-

pengaruh negatif terhadap IPM. Sedangkan penelitian Adelfina dan Jember (2016), dan Bhakti *et al.* (2018) menunjukkan PE memiliki pengaruh positif terhadap IPM.

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka

Setiap tahun, negara akan mengalami peningkatan produktivitas baik dari segi kualitas maupun jumlah produksi. SDM merupakan salah satu faktor pendukung proses produktivitas. PE dan PT merupakan masalah ekonomi makro jangka panjang. Untuk melihat perkembangan ekonomi yang bergerak cepat atau lambat dapat dilihat dari tingkat pengangguran suatu wilayah. Pengangguran terjadi karena tidak seimbang-nya kesempatan kerja dengan pencari kerja, sehingga jumlah penyerapan tenaga kerja kecil.

Pengujian hipotesis menunjukkan hasil probabilitas PE bernilai negatif dan signifikan terhadap PT. Meningkatnya PE ditandai dengan adanya peningkatan permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang akan berpengaruh terhadap kenaikan produktivitas. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, diperlukan banyak tenaga kerja untuk memproduksi barang sehingga jumlah dan harga barang yang ada di masyarakat tetap stabil. Peningkatan produktivitas ini akan mengurangi jumlah pengangguran. Penelitian ini sejalan dengan Zulhanafi *et al.* (2013), Anggoro (2015), Muslim (2014), dan Amin (2016).

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Indeks Gini

Pembangunan yang dilakukan tidak merata menimbulkan ketimpangan dalam pendapatan yang diterima oleh masyarakat akibatnya terjadi kesenjangan sosial antar daerah di Indonesia. SDA yang berlimpah harusnya dapat memberikan kesejahteraan pada masyarakat jika pemerintah memiliki regulasi yang berpihak pada rakyat. PE yang meningkat diharapkan dapat menurunkan kesenjangan antar daerah di Indonesia. Pengujian hipotesis menunjukkan PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap IG. Mengindikasikan PE yang meningkat tidak diikuti dengan peningkatan PE di daerah lain yang menyebabkan ketimpangan semakin tinggi, hal ini terjadi karena pelaku ekonomi lebih memfokuskan untuk berinvestasi di daerah-daerah maju yang memiliki infrastruktur lengkap,

tenaga kerja yang terampil serta tersedianya peluang bisnis. Sehingga daerah-daerah yang tertinggal semakin sulit untuk maju karena daerah tersebut memiliki keterbatasan dalam hal infrastruktur, tenaga kerja terlatih dan terdidik yang tidak tersedia. Ketimpangan akan semakin lebar, jika pembangunan fasilitas dan infrastruktur tidak dilakukan. Penelitian sejalan dengan Arifianto (2013), Akhmedjonov *et al.* (2013), dan Agusalm (2016) yang menunjukkan PE memiliki pengaruh positif terhadap IG. Penelitian tidak sejalan dengan yang dilakukan Panca Kurniasih (2015) dan Wirawan dan Arka (2015) yang menunjukkan bahwa PE berpengaruh negatif terhadap IG.

Pengaruh Opini Laporan Keuangan Pemerintah Daerah terhadap hubungan Kinerja Keuangan Daerah dengan Pertumbuhan Ekonomi

Bentuk pertanggungjawaban pemda dalam mengelola APBD dinyatakan dalam bentuk LRA yang diaudit oleh BPK. Pemeriksaan dilakukan untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam penyusunan dan pengelolaan laporan keuangan (LK). Semakin baik opini yang diberikan oleh BPK menunjukkan pengelolaan APBD oleh pemda sudah dilaksanakan dengan baik. Pengujian hipotesis menunjukkan OLKPD memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap hubungan KKD dan PE, yang berarti OLKPD memiliki hubungan yang memperkuat pengaruh antara KKD pada PE. Hal tersebut menunjukkan bahwa KKD sudah baik dan mendapatkan opini audit yang WTP tetapi belum mampu meningkatkan PE.

Pertumbuhan Ekonomi memediasi hubungan Kinerja Keuangan Daerah terhadap Indeks Pembangunan Manusia

KKD merupakan salah gambaran pemerintah daerah dalam meningkatkan potensi daerahnya. IPM merupakan indikator yang paling tepat untuk mengukur kesejahteraan masyarakat karena dilihat melalui angka kelahiran, pendidikan, dan pendapatan. Pemda harus merencanakan dan mengelola kegiatan serta menyediakan sarana dan prasana dalam meningkatkan PE. Pengujian hipotesis menunjukkan PE memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap hubungan KKD dengan IPM yang berarti jika KKD meningkat akan mengakibatkan kenaikan PE tetapi belum tentu meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena masih

banyak ketimpangan yang terjadi di daerah

Pertumbuhan Ekonomi memediasi hubungan Kinerja Keuangan Daerah terhadap Indeks Pembangunan Manusia

Nilai rasio KKD pada setiap daerah berbeda karena pendapatan yang diperoleh tiap daerah juga berbeda. Pertumbuhan ekonomi merupakan kenaikan pendapatan nasional riil jangka Panjang. Untuk melihat perkembangan ekonomi yang bergerak cepat atau lambat dapat dilihat dari tingkat pengangguran suatu wilayah. Pengangguran terjadi karena tidak seimbangnya kesempatan kerja dengan pencari kerja, sehingga jumlah penyerapan tenaga kerja kecil. Pengujian hipotesis menunjukkan PE memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap hubungan KKD dengan TPT yang berarti jika KKD meningkat akan mengakibatkan kenaikan PE tetapi tidak menurunkan pengangguran.

Pertumbuhan Ekonomi memediasi hubungan Kinerja Keuangan Daerah terhadap Indeks Gini

KKD mencerminkan pencapaian kinerja tiap daerah yang berbeda. PE merupakan salah satu masalah ekonomi makro jangka panjang. Untuk melihat perkembangan PE salah satunya dapat dilihat dari ketimpangan pendapatan antarmasyarakat. Ketimpangan pendapatan terjadi karena pendapatan penduduk antar wilayah berbeda, tentu saja hal tersebut menjadikan salah satu faktor kecemburuan sosial. Pengujian hipotesis menunjukkan PE memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap hubungan KKD dengan IG yang berarti jika KKD meningkat akan mengakibatkan kenaikan PE tetapi tidak menurunkan ketimpangan pendapatan.

Analisis Tambahan

Peneliti melakukan analisis tambahan dengan menguji data tanpa ngikutsertakan Provinsi DKI Jakarta karena provinsi tersebut merupakan ibukota negara dan memiliki rasio-rasio kinerja, pertumbuhan ekonomi, indeks pembangunan manusia, tingkat pengangguran terbuka yang nilainya sangat berbeda dengan provinsi-provinsi lainnya. Setelah dilakukan pengujian menggunakan WarpPLS 6.0. Hasil pengujian peneliti disajikan dalam Tabel 4 dan Gambar 2.

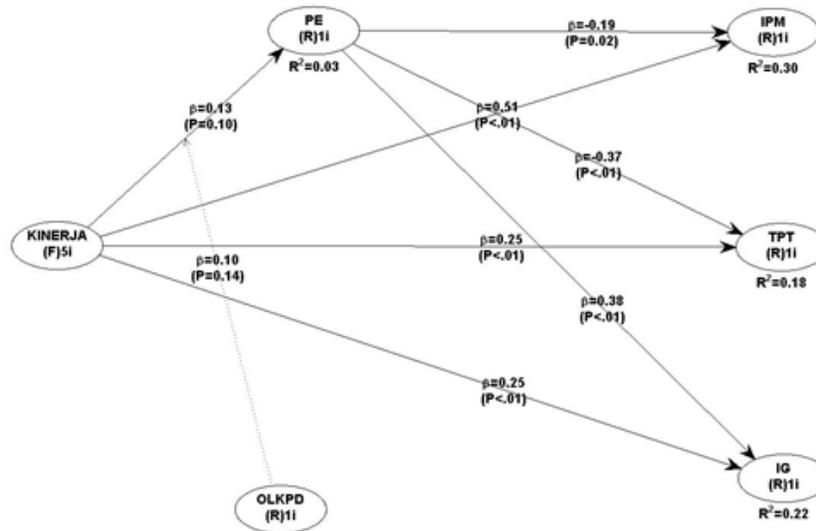
Tabel 4
Hasil Pengujian tanpa Provinsi DKI Jakarta

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	P-value	Prediksi	Temuan	Kesimpulan
KKD → PE	0,13	0,10*	+	+	Diterima
KKD → IPM	0,51	<0,01**	+	+	Diterima
KKD → TPT	0,25	<0,01**	-	+	Ditolak
KKD → IG	0,25	<0,01**	-	+	Ditolak
PE → IPM	-0,19	0,02**	+	-	Ditolak
PE → TPT	-0,37	<0,01**	-	-	Diterima
PE → IG	0,38	<0,01**	-	+	Ditolak
OLKPD*KKD → PE	0,05	0,32			Ditolak
KKD → PE → IPM	-0,024	0,367			Ditolak
KKD → PE → TPT	-0,047	0,254			Ditolak
KKD → PE → IG	0,047	0,252			Ditolak

Ket: *: sig <0,10
 **: sig <0,05

Berdasar hasil pengujian pada Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan daerah yang baik dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan indeks pembangunan manusia. Pertum-

buhan ekonomi belum dapat meningkatkan indeks pembangunan manusia secara keseluruhan namun dapat mengurangi tingkat pengangguran.



Gambar 2
Hasil Pengujian tanpa Provinsi DKI Jakarta

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar pembahasan diatas mengenai hubungan KKD terhadap IPM, TPT, dan IG dengan PE sebagai intervening dan OLKPD sebagai moderating, maka dapat disimpulkan 1) KKD berpengaruh positif dan signifikan terhadap PE. Semakin baik KKD yang dihasilkan setiap provinsi maka dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.; 2) KKD berpengaruh positif dan signifikan terhadap IPM. KKD yang dicapai setiap provinsi semakin baik maka akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang di ukur menggunakan IPM; 3) KKD berpengaruh positif dan signifikan terhadap TPT. Kenaikan kinerja keuangan tidak membuat pengangguran menurun karena kinerja yang baik belum tentu dapat meningkatkan lapangan kerja yang tersedia sehingga tidak mampu menampung angkatan kerja yang ada; 4) KKD berpengaruh positif dan signifikan terhadap IG. KKD yang dihasilkan tiap Provinsi di Indonesia berbeda-beda, olah karena itu masih ada ketimpangan pendapatan antar daerah yang hal tersebut dapat menyebabkan kecemburuan social; 5) PE berpengaruh negatif dan signifikan terhadap IPM. Meskipun PE belum optimal karena ada perbedaan yang cukup signifikan antar daerah, tetapi IPM menunjukkan progress yang cukup baik di setiap daerah; 6) PE berpengaruh negatif dan signifikan terhadap TPT. Peningkatan produktivitas menyebabkan permintaan jumlah tenaga kerja meningkat sehingga pengangguran menjadi menurun; 7) PE berpengaruh positif dan signifikan terhadap IG. Pelaku ekonomi lebih memfokuskan untuk berinvestasi di daerah-daerah maju yang memiliki infrastruktur lengkap. Akibatnya Ketimpangan akan semakin lebar, jika pembangunan fasilitas dan infrastruktur tidak dilakukan secara merata; 8) OLKPD tidak memoderasi hubungan KKD terhadap PE. Hal ini menunjukkan bahwa KKD yang baik akan menghasilkan opini audit yang WTP tetapi belum mampu meningkatkan PE; 8) PE tidak memediasi hubungan antara KKD terhadap IPM. Hal ini menunjukkan PE di setiap provinsi berbeda karena angka KKD juga berbeda sehingga IPM belum merata walaupun memiliki *progress* yang meningkat dari tahun ke tahun, 9) PE tidak memediasi hubungan antara KKD terhadap TPT. Hal ini menunjukkan kinerja antar daerah berbeda sehingga pelaku ekonomi

lebih memfokuskan untuk berinvestasi di daerah yang memiliki infrastruktur lengkap. Sehingga tingkat pengangguran di daerah yang sedang melakukan pembangunan infrastruktur lebih rendah daripada daerah yang tidak sedang melakukan pembangunan; 10) PE tidak memediasi hubungan antara KKD terhadap IG. Hal ini menunjukkan kinerja antar daerah berbeda sehingga pelaku ekonomi lebih memfokuskan untuk berinvestasi di daerah yang memiliki infrastruktur lengkap. Akibatnya Ketimpangan akan semakin lebar, jika pembangunan fasilitas dan infrastruktur tidak dilakukan secara merata. Penelitian tidak mengambil populasi pemerintah kabupaten/kota. Hal ini dikarenakan data indeks gini untuk pemerintah kabupaten dan kota tidak tersedia di web bps.go.id. penelitian tidak menggunakan data terkini yaitu tahun 2019, karena Laporan Realisasi Anggaran belum dipublikasikan di situs DJPK dan opini audit belum di publikasikan oleh BPK.

Saran

Berdasar simpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini maka saran yang disampaikan; 1) Bagi Pemerintah Daerah, berdasar hasil perhitungan KKD dan hasil opini audit yang diterima, pemerintah daerah perlu memperhatikan pengelolaan keuangan daerah agar alokasinya lebih banyak untuk pelayanan publik sehingga dapat mengurangi ketimpangan pendapatan antardaerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat; 2) Bagi Penelitian Selanjutnya, bagi peneliti selanjutnya disarankan mengukur kinerja keuangan daerah menggunakan beberapa rasio lainnya. Peneliti selanjutnya dapat melakukan pengembangan model penelitian dengan menambahkan beberapa variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelfina, & Jember, I. M. 2016. Pengaruh pertumbuhan ekonomi, kemiskinan, dan belanja daerah terhadap indeks pembangunan manusia di kabupaten kota provinsi bali periode 2005 – 2013. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 5(10), 1011–1025.

- Amalia, F. R., & Purbadharmaja, I. B. P. 2014. Pengaruh kemandirian keuangan daerah dan keserasian alokasi belanja terhadap indeks pembangunan manusia. *E-Jurnal EP Unud*, 3, 257–264.
- Amin, M. B. 2016. *Pengaruh upah minimum, pertumbuhan ekonomi, dan inflasi terhadap pengangguran terbuka di Jawa Timur tahun 2005-2013*.
- Anggoro, M. H., & Soesatyo, Y. 2015. Pengaruh pertumbuhan ekonomi dan pertumbuhan angkatan kerja terhadap tingkat pengangguran di kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 3 Nomor 3, 1–13. Retrieved from <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/12553/16292>
- Ani, N. L. N. P., & Dwirandra, A. A. N. B. 2014. Pengaruh kinerja keuangan daerah pada pertumbuhan ekonomi, pengangguran, dan kemiskinan kabupaten dan kota. *E-Jurnal Akuntansi*, 6(3), 481–497.
- Arsa, I. K., & Setiawina, N. D. 2015. Pengaruh kinerja keuangan pada alokasi belanja modal dan pertumbuhan ekonomi pemerintah kabupaten/kota se-provinsi Bali tahun 2006 s.d. 2013. *Buletin Studi Ekonomi*, 20(2), 104–112.
- Bhakti, N. A., Istiqomah, & Suprpto. 2014. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi indeks pembangunan manusia di Indonesia periode 2008-2012. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 18(4), 452–469. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2014.v18.i4.2162>
- Fadli, F. 2017. Adakah pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap pendapatan asli daerah. *jurnal ilmu ekonomi dan pembangunan*, 16(2). <https://doi.org/10.20961/jiep.v16i2.2312>
- Harliyani, E., & Haryadi, H. 2016. Pengaruh kinerja keuangan pemerintah daerah terhadap indeks pembangunan manusia di provinsi Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 129–140.
- Maulana, R., & Bowo, P. A. 2013. Pengaruh modal sosial terhadap kemiskinan rumah tangga. *JEJAK Journal of Economics and Policy*, 6(2), 103–213. <https://doi.org/10.15294/jejak.v7i1.3596>
- Muslim, M. R. 2014. Konsep pembelajaran ekonomi berbasis ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 15(2), 171–181. <https://doi.org/10.31538/ijse.v1i1.68>
- Noviatamara, A., Ardina, T., & Amalia, N. 2019. Analisis pengaruh pertumbuhan ekonomi dan tingkat pengangguran terbuka Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(1), 53–60. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i1.1341>
- Nurulita, S., Arifulsyah, H., & Yefni, Y. 2018. Analisis pengaruh kinerja keuangan daerah terhadap pertumbuhan ekonomi dan dampaknya terhadap tingkat pengangguran di provinsi Riau. *Jurnal Benefita*, 3(3), 336. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i3.3350>
- Putry, N. A. C., & Badrudin, R. 2017. *Pengaruh kinerja keuangan daerah terhadap opini audit dan kesejahteraan masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 12(JRMB), 25–34. <https://doi.org/10.1109/36.135827>
- Suryaningsih, N. N., Utama, M. S., & Yasa, I. N. M. 2015. Dampak kinerja keuangan daerah terhadap kesejahteraan masyarakat Kabupaten / Kota Di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 08, 537–554.
- Syamsudin, Cahya, B. T., & Dewi, S. N. 2015. Pengaruh kinerja keuangan terhadap pertumbuhan ekonomi, pengangguran dan kemiskinan. *DAYA SAING Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 17(1), 15–27.
- Zulhanafi, Aimon, H., & Syofyan, E. 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas dan tingkat pengangguran Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi*, 2(03), 85–109.

PENGARUH RETENSI PEMEGANG SAHAM, LOCK UP PERIOD, REPUTASI UNDERWRITER, REPUTASI DEWAN DIREKSI, DAN OVERSUBSCRIPTION TERHADAP INITIAL RETURN (Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang IPO dan Go Public di BEI Tahun 2011-2018)

Andita Sulistyowati

E-mail: anditaditadita30@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of shareholder retention, lock up period, underwriter reputation, board reputation, oversubscription on initial return. The number of sample used in this research were 123 companies during IPO period of 2011 until the end of 2018. Secondary data were obtained from prospectus published when the companies issued Initial Public Offering. E-views Version 10 is used as the analysis tool. The results of the study show that sharehoder retention has no effect on initial return, lock up period has a negative and significant effect on initial return, underwriter reputation has a negative and significant effect on initial return, board reputation has no effect on initial return and oversubscription has a positive effect on initial return.

Keywords: shareholder retention, lock up period, underwriter reputation, board reputation, oversubscription, initial return

JEL classification: H54, G14

PENDAHULUAN

Menurut Hartono (2014) *initial return* adalah keuntungan pertama yang diterima investor dari harga

saham yang pertama ketika harga saham pada saat IPO lebih rendah daripada penutupan harga saham di hari pertama ketika *listing* di bursa. Ukuran pengembalian awal didasarkan pada pengembalian harian dari harga saham pada penutupan hari pertama pasar sekunder dengan harga saham pada IPO dan dibagi harga saham pada IPO.

Selama beberapa dekade terakhir, fenomena *underpricing* dan *overpricing* pada saham menjadi karakter utama dari penawaran saham yang terjadi ketika perusahaan melakukan IPO. Menurut Leong and Sundarasan (2015) *underpricing* merupakan *initial return* yang bersifat positif, sedangkan *overpricing* merupakan *initial return* yang bersifat negatif. Namun, menurut Nuryasinta and Haryanto (2017) *underpricing* mampu memberikan efek merugikan untuk perusahaan yang menerbitkan saham karena perusahaan tidak mampu memaksimalkan dengan baik dana yang diperoleh. Sebaliknya, *overpricing* akan memberikan efek yang merugikan bagi investor, karena investor tidak mampu menerima *initial return* dari saham yang dibeli.

Underpricing merupakan keadaan dimana investor mendapatkan laba abnormal dari pembelian saham di pasar perdana dimana perusahaan harus menanggung sejumlah kerugian atau biaya dari keadaan *underpricing* tersebut. Hal ini ditandai dengan adanya harga jual saham yang lebih rendah dari harga *equilibrium* (Mezhoud and Boubaker 2011). Hal ini terjadi karena adanya sentimen investor yang lebih tinggi

pada harga penawaran saham di pasar perdana ketika perusahaan memulai IPO (Funaoka and Nishimura 2019).

Menurut Nuryasinta and Haryanto (2017) fenomena *underpricing* dan *overpricing* tersebut terjadi karena adanya asimetri informasi. Beberapa pertimbangan harus diambil oleh seorang investor ketika akan menginvestasikan sumber dananya di pasar modal. Namun karena adanya informasi yang beredar di publik cukup tidak relevan disebabkan adanya asimetri informasi tersebut, investor perlu mencari dan memilah informasi yang sangat diperlukan untuk digunakan dalam pembuatan keputusan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Pengaruh Retensi Pemegang Saham terhadap Initial Return

Menurut Li, Zheng, dan Melancon (2005) tingkat retensi yang lebih tinggi oleh pemilik sebelum IPO membatasi jumlah saham yang tersedia untuk perdagangan, tetapi itu tidak selalu mengarah pada likuiditas yang lebih rendah. Ritter (1998) berpendapat bahwa ketika perusahaan dinilai lebih tinggi, mereka dapat mengeluarkan lebih sedikit saham untuk memenuhi kebutuhan modal mereka. Sementara hasil dari *underpricing* di perusahaan, membuat perusahaan menerbitkan lebih banyak saham untuk meningkatkan jumlah modal tertentu. Sebagai hasil dari bagaimana saham dinilai, penilaian yang lebih tinggi menyebabkan retensi yang lebih tinggi, dan penilaian yang lebih rendah akan menghasilkan retensi yang lebih rendah.

Menurut Albada *et al.* (2018) retensi pemegang saham juga dianggap oleh investor sebagai sinyal yang baik untuk mencerminkan kualitas perusahaan penerbit karena orang dalam perusahaan penerbit memiliki pengetahuan yang jauh lebih jelas tentang arus kas masa depan perusahaan mereka daripada investor luar. (Leong dan Sundarasan 2015) menyatakan bahwa ada peran antara pensinyalan dalam penilaian penawaran umum perdana saham biasa dan juga mengungkapkan bahwa retensi kepemilikan mengirimkan sinyal kepada investor pada nilai perusahaan, dengan demikian mengurangi asimetri informasi antara emiten dan investor. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁: Retensi Pemegang Saham memiliki pengaruh

positif terhadap *initial return*

Pengaruh Lock Up Period Terhadap Initial Return

Menurut Albada *et al.* (2018) *lock up period* membebaskan biaya yang sangat besar pada orang dalam (*insider*). Ini dikarenakan *insider* memegang portofolio yang tidak terdiversifikasi dimana sebagian besar terdapat *issue* yang ada pada perusahaan mereka. Semakin lama periode tersebut, akan menjadi semakin tinggi harganya.

Brav dan Gompers (2003) berpendapat bahwa ketentuan *lock up* harus memiliki pengaruh tertentu pada pengembalian awal karena ketentuan tersebut mencerminkan kualitas, komitmen, masalah *moral hazard*, dan/atau ketidakpastian atas investasi tertentu. Hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan dengan *lock up period* yang lebih lama (lebih dari 180 hari) memiliki ketidakpastian yang lebih besar dalam nilai-nilai mereka dan juga lebih rendah harganya. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₂: *Lock Up Period* memiliki pengaruh positif terhadap *initial return*

Pengaruh Reputasi Underwriter terhadap Initial Return

Zhang dan Zhang (2017) menyatakan dalam teorinya mengenai asimetri informasi, memandang bahwa penjamin emisi berperan sebagai agen sertifikasi dan pusat dari informasi. Semakin baik reputasi *underwriter* mampu menghambat *initial return* yang tinggi. Ini dikarenakan *underwriter* yang memiliki reputasi yang baik mampu mempertahankan kualitasnya.

Carter, Dark, dan Singh (1998) menemukan bahwa IPO yang dikelola oleh *underwriter* dengan prestise tinggi cenderung memiliki *initial return* yang lebih kecil dan pengembalian jangka panjang yang negatif dari pada IPO yang ditangani oleh *underwriter* reputasi rendah. Hal tersebut dikarenakan *underwriter* yang berkualitas tinggi mencoba memasarkan saham IPO yang akan mengalami pengembalian yang disesuaikan dengan pasar jangka panjang yang paling negatif. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₃: Reputasi *Underwriter* memiliki pengaruh negatif terhadap *initial return*

Pengaruh Reputasi Dewan Direksi terhadap Initial Return

Dewan direksi adalah salah satu dari mekanisme tata kelola internal perusahaan yang dimaksudkan untuk memastikan bahwa kepentingan pemegang saham dan manajer selaras (Hung 1998). Dewan direksi, yang mewakili salah satu mekanisme ini, memastikan bahwa informasi yang dikomunikasikan sebelum masalah dapat dipercaya. Dewan yang terstruktur dengan baik kemudian dapat memiliki efek sertifikasi pada nilai perusahaan, mirip dengan efek sertifikasi *underwriter*, auditor, atau pemodal ventura. Dengan kata lain, dewan direksi berkualitas tinggi dapat menyampaikan nilai intrinsik perusahaan (menyatakan nilai perusahaan) lebih kredibel kepada investor yang potensial, sehingga mengurangi asimetri informasi yang dihadapi perusahaan penerbit, sehingga menghasilkan harga yang lebih rendah dalam IPO perusahaan-perusahaan ini.

Menurut Albada *et al.* (2018) reputasi dewan direksi yang ditunjukkan dengan komisararis independen, mampu menyampaikan bagaimana kualitas perusahaan penerbit saham, yang mengarah pada pengurangan harga di bawah harga IPO karena calon investor percaya bahwa reputasi dewan yang bergengsi, karena mereka dianggap mengetahui tentang masa depan perusahaan yang akan menerbitkan saham IPO, sehingga mampu mengurangi *initial return* perusahaan karena adanya transparansi yang tinggi dari pihak perusahaan. Ber-

dasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₄: Reputasi Dewan Direksi memiliki pengaruh negatif terhadap *initial return*

Pengaruh Oversubscription terhadap Initial Return

Perusahaan IPO yang *oversubscription* yaitu ketika calon investor merasa bahwa perusahaan memiliki prospek di masa depan dalam memaksimalkan kekayaan pemegang saham dalam hal kenaikan harga saham di pasar sekunder atau potensi dividen di masa depan. Ini adalah alasan yang mungkin terjadi hubungan positif antara *oversubscription* dan *initial return* ketika IPO (Leong dan Sundarasan, 2015). Menurut Sugianto dan Inggrit Wijaya (2016) bank investasi yang telah menangani IPO setelah menerbitkan IPO dapat *oversubscribe* atau mendapatkan terlalu banyak permintaan, karena tidak ada seorang pun di selain penjamin emisi yang benar-benar tahu seberapa akuratnya yang mampu mewakili kepentingan investor. *Oversubscription* harus mencerminkan selera investor dalam IPO dengan membandingkan jumlah saham yang mereka inginkan dengan jumlah saham yang sebenarnya tersedia. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₅: *Oversubscription* memiliki pengaruh positif terhadap *initial return*

Tabel 1
Variabel Penelitian

Variable	Measurement
<i>Initial Return</i>	$IR_i =$
Retensi Pemegang Saham	$Shareholder Retention = \frac{\text{modal saham yang ditahan oleh pemilik}}{\text{modal dasar}}$
<i>Lock Up Period</i>	$Lock up Period = \ln (LP_i)$
Reputasi <i>Underwriter</i>	Metode pemeringkat menjadi 10 kategori (9-0).
Reputasi Dewan Direksi	seluruh jumlah keseluruhan jabatan direktur yang dipegang oleh direktur non-eksekutif Independen atau yang disebut komisararis independen dan direktur independen.
<i>Oversubscription</i>	$Oversubscription = \frac{\text{permintaan saham}}{\text{penawaran saham}}$
Umur Perusahaan	Umur perusahaan diukur dengan lamanya perusahaan berdiri dan bertahan.
Kepemilikan Institusional	$INST = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$

Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel dengan pertimbangan beberapa kriteria seperti berikut 1) Publikasi laporan keuangan dan prospektus seluruh industri yang *go public* di Pasar Modal Indonesia selama tahun 2011-2018; 2) Publikasi data lengkap sesuai dengan pengukuran variabel; dan 3) Perusahaan mengalami *oversubscribe* ketika IPO. Peneliti menggunakan data yang berasal dari *annual report* dan prospektus seluruh industri yang IPO selama tahun 2011-2018 yang diperoleh melalui situs Pasar Modal

Indonesia.

HASIL PENELITIAN

Berdarkan hasil pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 123 perusahaan yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Data statistik deskriptif terlihat pada Tabel 3.

Tabel 2
Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah <i>Sampling</i>
1.	Perusahaan yang <i>go public</i> di Pasar Modal Indonesia selama tahun 2011-2018.	231
2.	Perusahaan tidak melampirkan <i>annual report</i> dan atau prospektus di Bursa Efek Indonesia	(37)
3.	Data tidak tersedia dalam <i>annual report</i> dan prospektus	(28)
4.	Perusahaan tidak <i>oversubscribe</i> .	(43)
Jumlah sampel yang diobservasi		123

Sumber: data diolah, 2020

Table 3
Deskripsi Variabel

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std.Deviasi
IR	123	-0.400	0.700	0.193	0.244
RPS	123	0.096	0.803	0.642	0.164
LUP	123	4.449	6.985	5.517	0.426
RU	123	0.000	9.000	3.252	3.223
RDD	123	1.000	5.000	1.967	0.799
OVR	123	1.150	500.000	17.379	57.782
UP	123	2.000	100.000	27.626	17.686
INST	123	0.049	0.999	0.691	0.202

Sumber: data diolah, 2020

Tujuan uji multikolinearitas untuk mendeteksi hubungan antar berbagai variabel independen. Regresi yang baik adalah regresi yang bebas multikolinearitas. Peneliti menggunakan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dalam rangka mendeteksi uji ini. Ketentuan uji ini adalah nilai VIF < 10, yaitu tidak bebas multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 4:

Berdasar hasil Tabel 4 terbukti bahwa tidak ada satu variabel dimana nilai VIF lebih dari 10 yang

menandakan bahwa tidak ada multikolinearitas. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang signifikan antar variabel independen.

Tujuan uji heterokedastisitas untuk mendeteksi adanya inkonsistensi varian suatu residual untuk semua observasi. *White's heteroscedasticity-consistent variance and standard error* digunakan untuk mengoreksi heterokedastisitas dalam rangka memperoleh hasil yang *robust*. Ghozali and Ratmono (2013) menjelaskan

bahwa hasil uji *white's heteroscedasticity-consistent variance and standard error* merupakan satu kesatuan dengan hasil uji hipotesis. Oleh karena itu, hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui melalui hasil uji hipotesis dengan menggunakan *Hubber-White-Hinkley (HCl)*.

Tabel 4
Pengujian Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keputusan
RPS	1.057	Bebas Multikolinearitas
LUP	1.092	Bebas Multikolinearitas
RU	1.068	Bebas Multikolinearitas
RDD	1.078	Bebas Multikolinearitas
OVR	1.023	Bebas Multikolinearitas
UP	1.060	Bebas Multikolinearitas
INST	1.097	Bebas Multikolinearitas

Sumber: data diolah, 2020

Tujuan uji autokorelasi untuk mendeteksi pengaruh residual periode sekarang dan periode sebelumnya. Pengujian ini menggunakan uji DW. Nilai DW terletak antara $dU < DW < 4-dU$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi yang digunakan. Jadi nilainya adalah $1.7910 < 1.892 < 2.209$.

Tabel 6
Uji Autokorelasi

Durbin Watson	Keputusan
1.892	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data diolah, 2020

Peneliti ini mengajukan lima hipotesis, yaitu retensi pemegang saham, *lock up period*, reputasi *underwriter*, reputasi dewan direksi, dan *oversubscription* terhadap *initial return*. Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear melalui alat analisis *evIEWS* versi 10. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 7.

Berdasar Tabel 7 maka disusun persamaan ekonometrik:

$$IR = 0.835 - 0.104RPS - 0.102LUP - 0.027RU - 0.011RDD + 0.001OVR + 0.000UP + 0.093INST$$

Tabel 7 membuktikan bahwa F-hitung memiliki nilai 4.4018, signifikansi F-hitung adalah $0.0002 < 0.050$. Hasil ini membuktikan bahwa model ekonometrik ini telah memiliki kesesuaian model (*goodness of fit*). Selain itu, tabel di atas membuktikan bahwa 0,1694 adalah nilai R^2 yang artinya adalah RPS, LUP, RU, RDD, OVR, UP, dan INST dapat menjelaskan variasi variabel *initial return* sebesar 16,94%, dan sisanya oleh variabel lainnya.

Tabel 5
Uji Heterokedastisitas

Independen	Koefisien	Std Error	t-statistik	Probabilitas
(Constanta)	0.022	0.704	0.032	0.972
RPS	-0.929	0.630	-1.476	0.144
LUP	0.026	0.169	0.152	0.879
RU	-0.003	0.026	-0.152	0.880
RDD	0.035	0.128	0.274	0.784
OVR	0.002	0.004	0.376	0.708
UP	-0.0001	0.003	-0.197	0.844
INST	0.749	0.435	1.719	0.090

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 7
Pengujian Hipotesis

Independen	Koefisien	t-statistik	Sign.
(Constanta)	0.835	2.835	0.0054
RPS	-0.104	-0.824	0.4118
LUP	-0.102	-2.062	0.0415
RU	-0.027	-4.179	0.0001
RDD	-0.011	-0.444	0.6578
OVR	0.001	3.198	0.0018
UP	0.000	0.349	0.7274
INST	0.093	0.896	0.3722

PEMBAHASAN

Retensi Pemegang Saham dan *Initial Return*

Hasil dari uji hipotesis pertama terbukti bahwa retensi pemegang saham tidak memiliki pengaruh terhadap *initial return*. Artinya tinggi atau rendahnya retensi pemegang saham tidak memiliki pengaruh terhadap *initial return* perusahaan. Penilaian tinggi atau rendahnya *initial return* tidak tergantung kepada retensi jika tidak diimbangi dengan volume perdagangan yang tinggi dan juga meningkatnya respon pasar. Tingkat retensi yang tinggi seharusnya mampu diimbangi dengan permintaan pasar yang tinggi pula. Hal ini dikarenakan tingkat retensi perusahaan yang tinggi tidak selalu mengarahkan kepada likuiditas yang tinggi.

Lock Up Period dan *Initial Return*

Hasil dari uji hipotesis kedua terbukti bahwa *lock up period* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *initial return*. Hal ini dikarenakan banyak perusahaan di Indonesia yang memberikan kontrak *lock up* lebih dari 6 bulan kepada investor untuk tidak memperjual belikan saham yang mereka miliki yang mereka beli di pasar primer. Peraturan mengenai kontrak *lock up* tersebut tertuang dalam POJK Nomor 25/POJK.04/2017 pasal 2 ayat 1 dimana jangka waktu *lock up* yang diperbolehkan hanya 6 bulan. Semakin panjang jangka waktu kontrak *lock up* yang diberlakukan perusahaan, semakin tinggi pula risiko yang akan investor terima terkait *initial return*.

Reputasi *Underwriter* dan *Initial Return*

Hasil dari uji hipotesis ketiga terbukti bahwa reputasi

underwriter memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *initial return*. Hal ini dikarenakan semakin tinggi reputasi *underwriter* maka akan meminimalisir tingkat oportunistik yang dilakukan oleh perusahaan. Sementara itu, perusahaan berkualitas rendah akan memilih penjamin emisi dengan reputasi buruk untuk mendapatkan kualifikasi *listing*.

Reputasi Dewan Direksi dan *Initial Return*

Hasil dari uji hipotesis keempat terbukti bahwa reputasi dewan direksi tidak memiliki pengaruh terhadap *initial return*. Artinya baik atau tidaknya reputasi dewan direksi dalam perusahaan, hal tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap *initial return* perusahaan. Dewan direksi yang diukur dengan jumlah komisaris independen dan direktur independen memang selalu dikaitkan dengan mekanisme tata kelola internal perusahaan. Namun pengawasan dari dewan direksi tidak lebih dari pengawasan internal perusahaan. Beberapa perusahaan di Indonesia juga masih memiliki jumlah dewan direksi yang sangat sedikit pra IPO. Hal ini membuktikan bahwa reputasi dari dewan direksi dinilai cukup lemah untuk menjadi sinyal bagi investor agar mengurangi adanya asimetri informasi. Keberadaan jumlah dewan direksi yang cukup sedikit dinilai belum mampu efektif disebabkan jumlah dari dewan direksi yang belum mampu memaksimalkan fungsinya dalam pengawasan tata kelola perusahaan.

Oversubscription dan *Initial Return*

Hasil uji hipotesis kelima menunjukkan bahwa *oversubscription* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *initial return*. Permintaan yang semakin tinggi

dari investor menunjukkan bahwa investor memiliki sentimen dan optimistik yang tinggi terhadap saham perusahaan yang IPO. Semakin tinggi permintaannya maka akan semakin tinggi pula *initial return* perusahaan karena volume perdagangan didominasi oleh tingkat permintaan yang naik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Peneliti mengestimasi efek retensi pemegang saham, *lock up period*, reputasi *underwriter*, reputasi dewan direksi, *oversubscription* terhadap *initial return*. Sampelnya adalah seluruh perusahaan yang *go public* selama tahun 2011-2018 pada Pasar Modal. Peneliti menguraikan beberapa keterbatasan seperti berikut sebagai bahan informasi penting, yaitu 1) Penelitian ini hanya menggunakan variabel retensi pemegang saham, *lock up period*, reputasi *underwriter*, reputasi dewan direksi, *oversubscription*, dan hanya menggunakan 2 variabel kontrol yaitu kepemilikan institusional dan umur perusahaan; 3) Peneliti hanya menggunakan data *annual report* pada periode 2011-2018; dan 4) Peneliti menggunakan variabel kontrol kepemilikan institusional dan umur perusahaan dimana variabel kontrol diadopsi dari penelitian di Malaysia, dimana hasilnya belum diuji di Indonesia sehingga hasil dari pengujian variabel kontrol tidak memiliki pengaruh yang konsisten terhadap variabel dependen.

Saran

Saran sesuai dengan uraian keterbatasan, yaitu 1) Penelitian lanjutan dapat menggunakan variabel trading behavior dan reputasi KAP, atau sentimen investor sebagai variabel independen dan mampu menggunakan variabel kontrol yang lain; 2) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan periode penelitian terbaru, yaitu tahun 2019, bahkan periode yang lebih lama daripada tahun 2011 sehingga dapat merepresentasikan isu *initial return* saat ini; dan 3) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan variabel kontrol, sebaiknya menggunakan variabel kontrol yang secara konsisten sudah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Albada, Ali, Othman Yong, Mohd Ezani Mat Hassan, and Ruzita Abdul-Rahim. 2018. "Retention Ratio, Lock-up Period and Prestige Signals and Their Relationship with Initial Public Offering (IPO) Initial Return: Malaysian Evidence." *Asian Academy of Management Journal of Accounting and Finance* 14(2):1-23.
- Brav, Alon and Paul A. Gompers. 2003. "The Role of Lockups in Initial Public Offerings." *Review of Financial Studies* 16(1):1-29.
- Carter, Richard B., Frederick H. Dark, and Ajai K. Singh. 1998. "Underwriter Reputation, Initial Returns, and the Long-Run Performance of IPO Stocks." *Journal of Finance* 53(1):285-311.
- Funaoka, Kenta and Yusaku Nishimura. 2019. "Private Information, Investor Sentiment, and IPO Pricing: Which Institutional Investors Are Better Informed?" (2017):1722-36.
- Ghozali, Imam and Dwi Ratmono. 2013. "Analisis Multivariat Dan Ekonometrika: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan EVIEWS 8." *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hartono, Jogyanto. 2014. "Jogyanto 2014 Teori Portofolio Dan Analisis Investasi Edisi Kesembilan.Pdf."
- Hung, Humphry. 1998. "A Typology of the Theories of the Roles of Governing Boards." *Journal of Scholarly Research and Theory Papers* 6(2):101-11.
- Leong, Mike Siew Wei and Sheela Devi Sundarasan. 2015. "Ipo Initial Returns and Volatility: A Study in an Emerging Market." *International Journal of Business and Finance Research* 9(3):71-82.
- Li, Mingsheng, Steven Xiaofan Zheng, and Melissa V. Melancon. 2005. "Underpricing, Share Retention, and the IPO Aftermarket Liquidity."

International Journal of Managerial Finance
1(2):76–94.

- Mezhoud, Mediha and Adel Boubaker. 2011. “Determinants of the Components of IPO Initial Returns: Paris Stock Exchange.” *International Journal of Accounting and Financial Reporting* 1(1):190.
- Nuryasinta, Amalia and Mulyo Haryanto. 2017. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Initial Return Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Melakukan Initial Public Offering (IPO) Di BEI Periode 2010-2015.” *Diponegoro Journal Of Management* 6:1–11.
- Sugianto, Ferry and Liliana Inggrit Wijaya. 2016. “Factors from Underwriter That Influence Initial Return of the Companies Doing Initial Public Offerings in Indonesia Stock Exchange in the Period of 2004-2011.” *Advances in Economics and Business* 4(12):641–50.
- Zhang, Qiuyue and Xueyong Zhang. 2017. “Underwriter Reputation and Post-IPO Price Performance : New Evidence from IPO Fraud of Chinese Listed Firms Underwriter Reputation and Post-IPO Price Performance : New Evidence from IPO Fraud of Chinese Listed Firms.”

PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN AKUNTANSI, AUDITING, TEKNOLOGI INFORMASI DAN SOFTSKILL MAHASISWA TERHADAP MINAT MENJADI AUDITOR EKSTERNAL DENGAN JASA AUDIT E-COMMERCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Asrawaty

E-mail: asrawatyusman2@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the impact of accounting comprehension level, auditing, information technology, and softskill owned by students towards the interest of being external auditor with the perception of e-commerce auditing service as the moderation variabel. The subjects of this research are 84 students of STIE YKPN and Universitas Islam Indonesia. This research employs purposive sampling method as data collecting technique. PLS Structural Equation Model from WarpPLS was used to examine the hypothesis. The results show that accounting comprehension level, auditing, information technology have no impact on the interest of being external auditor while softskill owned by the students does affect their interest of being external auditor. The perception of auditing service does not moderate the level of accounting comprehension, auditing, and students' softskill towards the interest of being external auditor, while the perception of e-commerce auditing service moderates the comprehension level of information technology towards the interest of being external auditor.

Keywords: level of accounting comprehension, auditing, information technology, softskill, perception, auditing service, e-commerce, interest, external auditor

JEL classification: M42

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) membuktikan bahwa teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam mendukung bisnis. Perkembangan *e-commerce* membuat para auditor harus mengikuti dan memahami mengenai bisnis yang mengandalkan internet. Sebab salah satu kode etik akuntan profesional terkait kompetensi dan kehati-hatian profesional yaitu menyadari perlunya memelihara kompetensi profesional terhadap perkembangan bisnis yang relevan dan perkembangan teknis profesi sehingga dalam lingkungan profesional dapat melaksanakan pekerjaan akuntan secara kompeten (IAI, 2016). Auditor harus menjaga pengetahuan dan keahlian profesional pada tingkat yang dibutuhkan termasuk mengenai audit *e-commerce*

Saat ini keahlian yang dibutuhkan sebagai akuntan tidak hanya akuntansi manual melainkan sistem operasi digital, teknologi jaringan, pemrograman komputer, teknik otentikasi dan teknik keamanan (*firewall*). Karena keahlian ini, dimasa depan tuntutan akuntan dan auditor bukan lagi pemegang buku tetapi menjadi ahli komputer dalam rangka menyediakan jasa audit *e-commerce* (Hall, 2016).

Prinsip kelima kode etik akuntan mengenai kompetensi dan kehati-hatian profesional calon auditor sebaiknya sudah dipersiapkan sebelum terjun ke dunia kerja karena mahasiswa adalah sumber daya

manusia yang paling dekat dengan dunia kerja yang disiapkan untuk menghadapi perkembangan bisnis dan teknologi (IAPI, 2019). Selain tingkat pemahaman akuntansi, *auditing* dan teknologi informasi, masih ada satu *skill* yang harus dikuasai yaitu *softskill*, karena *softskill* juga mempunyai peran penting dalam dunia kerja. *Softskill* merupakan keterampilan dan kecakapan hidup, baik untuk sendiri, berkelompok, atau bermasyarakat, serta dengan sang pencipta. *Softskill* lebih terhubung dengan sesama manusia sebagai makhluk sosial namun kemajuan teknologi akan mengurangi interaksi sesama manusia karena banyaknya hal yang sudah berjalan secara otomatis seperti pesan otomatis yang sudah didesain. *Softskill* tidak dapat terlihat secara langsung seperti *hardskill*, butuh waktu untuk memahami bahwa seseorang memiliki *softskill* yang baik.

Menurut David Krech dan Richard S. Krutch dalam (Jalaluddin, 2007) persepsi dipengaruhi oleh faktor fungsional dan faktor struktural. Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain yang bersifat personal, seperti proses belajar, cakrawala dan pengetahuannya, latar belakang budaya, pendidikan yang semuanya diwarnai oleh nilai kepribadiannya. Sedangkan secara struktural persepsi berasal dari luar diri atau lingkungan. Persepsi bersifat personal terkait dengan *softskill* sedangkan persepsi bersifat struktural terkait dengan *hardskill* (tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, dan teknologi informasi).

Fokus penelitian ini untuk mengetahui pengaruh tingkat pemahaman akuntansi, tingkat pemahaman *auditing* dan tingkat pemahaman teknologi informasi terhadap minat menjadi auditor eksternal, sehingga dapat dijadikan bahan perbaikan kurikulum dimasa depan, dalam penelitian ini penulis menjadikan persepsi jasa audit *e-commerce* sebagai variabel moderasi agar menyesuaikan dengan lingkungan saat ini. Diharapkan hasil penelitian memberikan masukan agar kurikulum lebih *up to date*, lebih relevan untuk kebutuhan pasar. Mahasiswa sebagai sumber daya yang akan terjun ke dunia kerja sebaiknya diarahkan persepsinya mengenai jasa audit *e-commerce* .

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Intelegensi

Teori intelegensi dalam sudut pandang psikologi adalah seluruh pengalaman manusia melalui alat-alat indera yang melahirkan pengetahuan, perasaan jiwa dan tanggapan manusia (Locke, 1997). Ilmu psikologi adalah ilmu tentang penginderaan (persepsi) (Barkeley, 2003). Menurut (Wundt, 2017), psikologi adalah pengalaman-pengalaman yang timbul pada diri manusia seperti pikiran, *feeling*, dan kehendak yang kemudian dipelajari sebagai ilmu Psikologi sebagai sebuah cabang ilmu pengetahuan yang didalamnya mempelajari mengenai kejiwaan, sikap, mental, serta perilaku seseorang serta hubungannya dengan lingkungan sosialnya. Adapun inteligensi sendiri berasal dari bahasa Inggris, yaitu *intelligence* dan juga dari bahasa Latin yaitu *innlectus / intelligentia / inteligere*, yang maknanya memahami, menyatukan satu dengan yang lainnya atau menghubungkannya. Salah satu faktor yang mempengaruhi intelegensi seseorang berbeda adalah minat (Purwanto, 2006)

Teori Empirisme

Menurut teori empirisme perkembangan individu sejak lahir hingga dewasa dipengaruhi dan ditentukan oleh pengalaman-pengalaman yang diperoleh manusia. Teori empirisme yang dipelopori oleh Locke ini memandang bahwa pengalaman adalah termasuk pergaulan dan pendidikan, teori empirisme lebih optimistik terhadap pendidikan sebagai faktor penting untuk menemukan perkembangan manusia. Penjelasan teori ini adalah memandang manusia sebagai kertas putih yang belum memiliki warna dan tulisan, manusia menjadi apa nantinya bergantung pada apa yang akan dituliskan (Wundt, 2017).

Teori Locus of Control

Rotter sebagai ahli teori pembelajaran sosial pada tahun 1996 mengemukakan konsep tentang *locus of control*. *Locus of control* adalah bagaimana seseorang memandang bahwa dirinya memiliki kemampuan atau tidak memiliki kemampuan mengendalikan suatu peristiwa yang terjadi. Ada dua konstruk dari *Locus of control* yaitu *locus of control* internal dan eksternal. *Locus of control* internal yaitu ketika seseorang meyakini bahwa apa yang terjadi selalu berada dalam kendalinya, merasa berperan dan bertanggung jawab setiap mengambil keputusan, kemudian *locus of control* eksternal adalah apabila seseorang meyakini ada sesuatu diluar

dirinya yang mempengaruhi hidupnya (Kreitner, 2005). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah konsep yang di yakini individu mengenai peristiwa yang terjadi dalam hidupnya, berada di luar kendalinya atau di dalam kendalinya dianggap penyebab kegagalan ataupun keberhasilan dalam melakukan berbagai aktivitas di hidupnya disebut *locus of control*.

Minat

Minat adalah motif atau dorongan yang mengarahkan manusia untuk berinteraksi dengan dunia di luar dirinya (Purwanto, 2006). Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih terlihat apabila objek tersebut berkaitan dengan kebutuhan dan keinginannya dalam pencapaian tujuan seseorang yang bersangkutan (Sardiman, 1990). Minat adalah suatu keinginan yang dapat berkembang apabila ada motivasi (Tampubolon, 1991). Minat berpengaruh dalam mencapai sesuatu yang lebih baik berupa prestasi, kenaikan jabatan, dan peningkatan jenjang karir (Djaali, 2008). Orang yang tidak memiliki minat tidak dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik terhadap suatu pekerjaan. “Momen dan kecenderungan yang memiliki satu arah secara intensif kepada suatu obyek yang dianggap penting merupakan minat” (Kartini, 1996).

Minat sebagai kekuatan pendorong penyebab seseorang memberi perhatian lebih pada suatu objek, aktivitas, bahkan seseorang (Zuchdi, 2004). Menurut (Slameto, 2003) Minat adalah cenderungnya seseorang untuk mengenang dan memperhatikan berbagai kegiatan secara statis yang dapat digambarkan atau dijelaskan melalui suatu pernyataan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, atau dimanifestasikan melalui partisipasi dalam satu aktivitas. Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan mahasiswa yang memiliki minat yang kemudian termotivasi akan merasa bahagia dalam melakukan berbagai aktivitas atau antusias terhadap sesuatu hal atau aktivitas yang akan meningkatkan prestasinya.

Auditor Eksternal

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menerjemahkan audit sebagai proses pemeriksaan pada pembukuan keuangan yang dilakukan pada waktu tertentu atau pengujian dan penilaian kewajaran laporan keuangan suatu perusahaan. Prosedur pemeriksaan yang dilakukan harus sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan,

dengan cara memperoleh dan melakukan evaluasi terhadap suatu bukti (Puradiredja, 2008).

Auditor adalah seseorang yang melakukan pemeriksaan pada suatu laporan, untuk memastikan perusahaan bebas dari kesalahan penyajian pada laporan keuangannya, dengan kata lain perusahaan sudah memberikan informasi laporan keuangan secara tepat dan tidak menyimpang dari ketentuan yang berlaku. Sebutan lain auditor eksternal adalah seorang Akuntan Publik, dan seorang auditor eksternal bekerja pada suatu Kantor Akuntan Publik (KAP) Kantor akuntan publik bukanlah sebuah perusahaan melainkan sebuah organisasi yang bergerak dibidang jasa, sehingga perusahaan diberikan jasa auditor eksternal untuk pemeriksaan laporan keuangan (Tanzil, 2014). Ketentuan dari Institut Akuntan Publik Indonesia (IAPI) merupakan standar dalam melakukan pemeriksaan yang dilakukan auditor eksternal.

Tingkat Pemahaman Akuntansi

American Accounting Association mendefinisikan akuntansi sebagai “suatu proses pengidentifikasikan, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi, untuk memungkinkan adanya penelitian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut” (Lutfi, 2007). Pemahaman akuntansi merupakan suatu kemampuan seorang untuk mengenal dan memahami tentang akuntansi (Melandy, 2006). Pengukuran Pemahaman akuntansi dapat dilihat dari nilai mata kuliah yang akuntansi secara umum. Menurut (Suwardjono, 1992) Perolehan nilai peserta didik memiliki fungsi ganda, sebagai alat evaluasi keberhasilan mata kuliah itu sendiri dan mengukur kesuksesan peserta didik dalam memahami mata kuliah.

Tingkat Pemahaman Auditing

Pengetahuan audit dapat diartikan sebagai tingkat pemahaman *auditing* baik secara teoritis, konseptual maupun prosedur terhadap sebuah pekerjaan. Cara auditor menyelesaikan suatu pekerjaan dipengaruhi perbedaan auditor dalam pengetahuan dan pemahaman. “Pengetahuan yang dimiliki seorang auditor mendukung auditor dalam menyelesaikan suatu pekerjaan secara efektif” (Stanner, 1983). Pemahaman audit ini oleh nilai mata kuliah pengauditan 1, pengauditan 2, praktikum audit berbantuan komputer, pengauditan internal dan pengauditan sektor publik. Mata kuliah

tersebut merupakan mata kuliah yang didalamnya terdapat unsur-unsur yang menggambarkan audit secara mendasar.

Tingkat Pemahaman Teknologi dan Informasi

Teknologi informasi adalah fasilitas baik perangkat keras maupun perangkat lunak dalam proses mendukung dan meningkatkan kualitas informasi bagi masyarakat secara akurat, cepat dan berkualitas. Tujuan teknologi informasi adalah untuk membuka dan mengembangkan kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi aktivitas manusia dan mengatasi suatu masalah. “Pekerjaan yang terkait dengan informasi dan tugas dalam pemrosesan informasi yang dibantu oleh seperangkat alat disebut teknologi informasi” (Keen, 1996). Pemahaman teknologi dan informasi ini diukur dari nilai mata kuliah aplikasi komputer, sistem informasi akuntansi, sistem informasi manajemen, *enterprise resource planning* accounting, *enterprise resource planning* fundamental, dan komputerisasi akuntansi.

SoftSkill

Dalam berbagai referensi ditemukan beragam definisi tentang *softskills*. Menurut (LaFrance, 2016) misalnya, *softskills* didefinisikan sebagai “*personal and interpersonal behaviour that develop and maximize human performance (e.g. confidence, flexibility, honesty, and integrity)*” *softskill* adalah perilaku pribadi dan kemampuan berkomunikasi dengan orang lain yang mengembangkan dan memaksimalkan kinerja seseorang terkait kepercayaan diri, fleksibilitas, kejujuran dan integritas diri”. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *softskills* merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur dirinya dan keterampilan dalam berhubungan dengan orang lain dengan berkomunikasi atau membantu dalam menyelesaikan masalah. Karena itu, *softskill* dianggap pelengkap *hardskill* yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.

Jasa Audit e-commerce

Menurut (Arens, 2008), ada dua jasa yang diberikan oleh staf profesional yaitu jasa penjaminan (*assurance*) dan *non assurance*. Jasa penjaminan (*assurance*) merupakan jasa yang mampu meningkatkan kualitas informasi bagi para *decision maker* yang bersifat independen disebut jasa *assurance*. Dalam rangka pen-

ingkatan kepercayaan dan kecocokan informasi yang digunakan sebagai landasan sebuah *business decision* membutuhkan jasa *assurance*. Nilai yang dimiliki jasa *assurance* terletak pada penyedia *assurance* karena independen dan bersifat objektif terhadap informasi yang diujinya. Jasa *assurance* lainnya berfokus pada peningkatan mutu informasi bagi pengambil keputusan. Contoh dari aktivitas jasa *assurance* lainnya yaitu pengendalian atas dan risiko, yang berhubungan dengan investasi, *mystery shopping*, penilaian risiko kecurangan dan tindakan ilegal, kepatuhan dan kebijakan pada prosedur perdagangan, penilaian risiko, pengumpulan dan penyimpanan digital, audit lingkungan, dan sebagainya. Jasa *non assurance* berada di luar lingkup jasa *assurance* disediakan oleh kantor akuntan publik. Jasa akuntansi dan pembukuan, jasa pajak dan jasa konsultasi manajemen adalah tiga contoh spesifik jasa *non assurance*.

Audit *e-commerce* berarti melakukan kegiatan audit dalam rangka memberikan jaminan kepada *stakeholders* mengenai tingkat keamanan. Jaminan keamanan yaitu hanya orang yang berhak untuk bertransaksi secara online yang dapat mengakses data dan memastikan sistem transaksi *e-commerce* dapat diandalkan dan dipercaya (Achdiat, 2000).

Istilah dan prosedur audit *e-commerce* di Indonesia belum dibakukan oleh Ikatan akuntan Indonesia. Meskipun demikian, audit *e-commerce* hampir mirip dengan audit laporan keuangan pada akuntan publik, bedanya tujuan akuntan publik adalah memberikan pendapat atas laporan atau informasi keuangan suatu entitas, dan menemukan adanya *fraud*, sedangkan tujuan audit *e-commerce* khusus untuk memeriksa kemungkinan adanya *fraud*, terutama terhadap perusahaan *e-commerce* (Octavia, 2010). Ringkasan perbedaan audit *e-commerce* dan audit atas laporan keuangan disajikan pada Table 1 berikut ini:

Pengaruh Tingkat Pemahaman Akuntansi Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Tingkat pemahaman akuntansi diukur dengan nilai-nilai mata kuliah akuntansi. “Perolehan nilai peserta didik memiliki fungsi ganda, sebagai alat evaluasi keberhasilan mata kuliah itu sendiri dan mengukur keberhasilan peserta didik dalam mempelajari mata kuliah” (Suwardjono, 1992). Tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa yang tinggi dianggap mampu

Tabel 1
Perbedaan Audit *E-Commerce* dan Audit Atas Laporan Keuangan

	<i>Financial Audit</i>	<i>E-Commerce Audit</i>
Tujuan Audit	Mengetahui laporan keuangan perusahaan klien telah sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum.	Memberikan <i>assurance</i> kepada pihak-pihak yang berkepentingan akan tingkat keamanan yaitu bahwa seluruh data yang dikirim via <i>Internet</i> hanya dapat diakses oleh orang-orang yang berhak untuk bertransaksi secara <i>on-line</i> pada suatu perusahaan <i>e-commerce</i> dan bahwa sistem transaksi <i>e-commerce</i> tersebut berjalan dengan baik
Tim Audit	Tim audit bisa siapa saja yang ada di KAP	Tim audit dipilih auditor yang sudah pernah melaksanakan bantuan tenaga ahli untuk kasus yang serupa atau hampir sama
Persyaratan Tim Audit	Auditor harus menguasai masalah akuntansi dan <i>auditing</i>	Auditor harus menguasai akuntansi, <i>auditing</i> , sistem pengendalian informasi dan teknologi
Bukti Audit atas laporan keuangan	Bukti fisik, faktur, retur dan bukti lainnya	Bukti audit semuanya telah ada dalam bentuk <i>hardisk</i> komputer

mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih profesi menjadi auditor eksternal. Definisi istilah dalam kode etik IAPI (ikatan akuntan publik Indonesia) yang berlaku per 1 Juli 2019 “kegiatan professional yaitu keahlian akuntansi atau keahlian lainnya terkait lainnya yang dikerjakan oleh setiap akuntan publik atau CPA termasuk akuntansi, audit, perpajakan, konsultasi manajemen, dan manajemen keuangan” (IAPI, 2019). Apabila mahasiswa memiliki tingkat pemahaman akuntansi yang tinggi maka memiliki minat menjadi auditor eksternal. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₁: Tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh Tingkat Pemahaman *Auditing* Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Berdasar acuan pembelajaran perkuliahan, mata kuliah *auditing* memang berisi tentang materi lingkungan pengauditan, metodologi pengujian audit dan perencanaan audit. Pengauditan dan profesi akuntan publik, tanggung jawab auditor dan audit laporan keuangan, serta etika profesional dibahas dalam lingkungan audit. Penetapan risiko pengendalian dan pengujian pengendalian, perancangan pengujian substantive dan risiko deteksi, sampling nonstatistik dan penggunaan

sampling statistik dan pengujian substantif dibahas dalam metodologi pengujian audit artinya semua materi yang diajarkan dalam *auditing* dipersiapkan untuk auditor eksternal. Materi mengenai tujuan, bukti audit, dan kertas kerja, perencanaan audit dan penerimaan penugasan, risiko, strategi audit dan materialitas, serta pemahaman struktur pengendalian intern termasuk dalam pembahasan perencanaan audit. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₂: Tingkat pemahaman *auditing* mahasiswa berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh Tingkat Pemahaman Teknologi Informasi Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Teknologi informasi membantu proses akuntansi dalam perusahaan atau organisasi. “Alasan utama penggunaan IT dalam akuntansi adalah efisiensi, penghematan biaya dan waktu, peningkatan efektifitas, mencapai hasil output laporan keuangan lebih akurat” (Khalem, 2010). Semakin tinggi tingkat pemahaman teknologi informasi semakin tinggi minat menjadi auditor eksternal. Mengingat saat ini bisnis dan teknologi sudah saling mendukung maka auditor diharapkan lebih *familiar* dengan teknologi informasi. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₃: Tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh *Softskill* Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Penelitian yang dilakukan oleh Harvard University, Carnegie Foundation, dan Stanford Research Center, Amerika Serikat menyatakan bahwa “*softskill* bertanggung jawab sebesar 85% bagi kesuksesan karir seseorang, sementara hanya 15% disematkan kepada *hardskill*”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *softskill* sangat berperan penting dalam mewujudkan sumber daya manusia yang terdidik dan berkualitas. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₄: *Softskill* mahasiswa berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh Jasa Audit *E-Commerce* Memoderasi Minat Menjadi Auditor Eksternal

Kemunculan *e-commerce* berdampak terhadap pelaksanaan audit perusahaan *e-commerce*, pendekatan audit *e-commerce* mencakup peningkatan kepercayaan dengan *control* yang baik di dalam sistem, rincian transaksi dimasukkan secara *online* sehingga dapat melakukan pengendalian baik di dalam maupun disekitar sistem informasi dalam rangka memastikan integritas dan kerahasiaan data untuk mengurangi risiko pelanggaran keamanan, mengakses keefektivitasan keseluruhan lingkungan pengendalian, dan otorisasi oleh pihak-pihak yang berkompeten dalam setiap proses permintaan harus memahamai efektifitas teknologi enkripsi (Islahuzzaman, 2012). Jasa audit *e-commerce* merupakan salah satu dari tiga kelompok perusahaan yang sangat berkembang saat ini, oleh karena itu ketika mahasiswa mengetahui bahkan lebih siap menghadapi jasa audit *e-commerce* diharapkan dimasa yang akan datang mahasiswa memiliki minat yang tinggi menjadi auditor eksternal agar eksistensinya dalam pekerjaan sebagai auditor eksternal dapat terwujud. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₅: Jasa audit *e-commerce* berpengaruh terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh Tingkat Pemahaman Akuntansi Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal Dengan Persepsi Jasa Audit *E-Commerce* Sebagai Variabel Moderasi

Variabel Moderasi

Kemunculan *e-commerce* berdampak terhadap pelaksanaan audit perusahaan *e-commerce*, pendekatan audit *e-commerce* mencakup peningkatan kepercayaan dengan *control* yang baik di dalam sistem, rincian transaksi dimasukkan secara *online* sehingga dapat melakukan pengendalian baik di dalam maupun disekitar sistem informasi dalam rangka memastikan integritas dan kerahasiaan data untuk mengurangi risiko pelanggaran keamanan, mengakses keefektivitasan keseluruhan lingkungan pengendalian, dan otorisasi oleh pihak-pihak yang berkompeten dalam setiap proses permintaan harus memahamai efektifitas teknologi enkripsi (Islahuzzaman, 2012). Persepsi jasa audit *e-commerce* memoderasi pengaruh tingkat pemahaman akuntansi terhadap minat menjadi auditor eksternal artinya apabila mahasiswa memiliki persepsi jasa audit *e-commerce* yang baik karena telah mengetahui bahwa bisnis online akan berkembang pesat maka mahasiswa tidak lagi berfokus terhadap akuntansi yang bersifat manual dan teknikal melainkan pada logika akuntansi, yang kemudian mempengaruhi minat menjadi auditor eksternal. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H₆: Jasa audit *e-commerce* memoderasi pengaruh tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh Tingkat Pemahaman *Auditing* Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal Dengan Persepsi Jasa Audit *E-Commerce* Sebagai Variabel Moderasi

Dimasa yang akan datang perusahaan *e-commerce* akan berkembang pesat tentunya harus diikuti oleh perkembangan pengetahuan mengenai jasa audit *e-commerce*, auditor eksternal harus bertahan dan terus menyesuaikan dengan perubahan lingkungan yang ada. Sesuai dengan kode etik profesi IAPI (ikatan akuntan publik Indonesia) akuntan publik berkewajiban untuk memelihara pengetahuan dan keahlian professional pada tingkat yang dipersyaratkan untuk memberikan keyakinan bahwa para klien atau para pemberi kerja akan menerima jasa professional yang kompeten hal ini terkait dengan prinsip kompetensi professional dan sikap cermat kehati-hatian menetapkan berbagai” (IAPI, 2019). Apabila persepsi jasa audit *e-commerce* mahasiswa baik, maka mahasiswa memiliki minat yang

tinggi untuk menjadi auditor eksternal untuk mempertahankan eksistensinya sebagai auditor kelak. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H7: Jasa audit *e-commerce* memoderasi pengaruh tingkat pemahaman *auditing* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh Tingkat Pemahaman Teknologi Informasi Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal Dengan Persepsi Jasa Audit *E-Commerce* Sebagai Variabel Moderasi

Pathak dan Lind (2010) menjelaskan bahwa teknologi informasi dan keahlian komunikasi secara positif terkait dengan keahlian dalam penilaian audit *e-commerce*. Mereka juga menemukan bahwa keahlian manajemen perubahan sistem dan keahlian audit teknologi informasi memediasi hubungan ini. Sehingga dalam penelitian ini, mata kuliah yang berkaitan teknologi informasi serta keahlian komunikasi dari *softskill* dijadikan variabel independen. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H8: Jasa audit *e-commerce* memoderasi pengaruh tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal

Pengaruh *Softskill* Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal Dengan Persepsi Jasa Audit *E-Commerce* Sebagai Variabel Moderasi

Tidak hanya pemahaman akuntansi, *auditing* dan teknologi informasi yang harus dimiliki auditor eksternal. “*Softskill* juga memiliki peran yang penting, dengan memiliki *softskills*, setiap orang dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar, memahami kondisi dan situasi sehingga bertindak sesuai norma masyarakat” (Milus, 2005). Dalam perkembangan bisnis *e-commerce* memberikan kemungkinan untuk manusia akan lebih banyak berinteraksi dengan laptop, komputer, dan barang elektronik lainnya. Namun *softskill* akan mempengaruhi sikap dari auditor eksternal dalam penugasannya. Bagaimana berkomunikasi ketika melakukan rapat dalam melakukan perencanaan audit, bagaimana berkomunikasi apabila anggota tim melakukan kesalahan, bagaimana menghadapi dan memecahkan masalah, hal itu merupakan *softskill* yang harus dimiliki calon auditor eksternal sehingga apabila mahasiswa memiliki persepsi jasa audit *e-commerce* yang baik maka minat menjadi auditor eksternal tetap

tinggi meskipun komunikasi yang dilakukan antar anggota tim lebih minim. Berdasar penjelasan tersebut, disusun hipotesis sebagai berikut:

H9: Jasa audit *e-commerce* memoderasi pengaruh *Softskill* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal

Lokasi penelitian dilaksanakan pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN dan Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta Jurusan Akuntansi. Kedua kampus tersebut telah terakreditasi A dan memiliki mata kuliah ERP (*Enterprise Resource Planning*) dimana mata kuliah ERP merupakan bentuk perkembangan akuntansi masa kini yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja dan tidak semua universitas miliki. Ruang lingkup penelitian mahasiswa jurusan akuntansi STIE YKPN dan Universitas Islam Indonesia minimal telah menempuh semester 4, pada semester ini mahasiswa telah menempuh mata kuliah yang peneliti anggap cukup memadai, didalamnya terdapat unsur-unsur yang menggambarkan akuntansi, *auditing*, dan keahlian teknologi informasi.

Skala Likert dari skor 1 sampai dengan 4 digunakan sebagai pengukuran, nilai A sampai dengan C+ dengan grade A, B+, B, C+. Pada semester 5, mata kuliah yang telah ditempuh menggambarkan akuntansi *auditing* dan teknologi informasi secara umum namun dilakukan penyesuaian dengan mata kuliah akuntansi di STIE YKPN dan Universitas Islam Indonesia.

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penentuan sampel secara sengaja karena ada pertimbangan tertentu. Kriteria dalam pengambilan sampel adalah 1) Menempuh semester 4 dan 2) Angkatan tahun 2016 sampai 2017.

Peneliti menggunakan data kuantitatif dan sumber data adalah data primer. “Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” (Sugiyono, 2013). Data yang diperoleh secara langsung dengan cara menyebarkan link kuesioner kepada responden yang menjadi sampel untuk mengetahui tanggapan tentang penelitian yang akan diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban yang ditanggapi secara langsung oleh mahasiswa mengenai mata kuliah akuntansi, *auditing* dan teknologi informasi dan *softskill*, persepsi audit *e-commerce* dan minat menjadi auditor eksternal.

Data primer digunakan dan diperoleh dari kuesioner mahasiswa STIE YKPN dan Universitas Islam Indonesia yang memenuhi kriteria terkait dengan variabel penelitian ini. Adapun data primer tersebut meliputi 1) Nilai mata kuliah akuntansi, *auditing*, dan teknologi informasi; 2) Kuesioner tentang persepsi jasa audit *e-commerce*; dan 3) Kuesioner tentang minat menjadi auditor eksternal.

Jenis variabel didasarkan atas kajian teoritis dan empiris sebagai acuan kerangka berpikir yang terdiri dari tiga jenis variabel. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam *Partial Least Square (PLS)* disebut sebagai variabel eksogen (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini variabel eksogen yang digunakan adalah 1) Tingkat pemahaman akuntansi pada mata kuliah, i) Akuntansi Keuangan Menengah; ii) Akuntansi Keuangan Lanjutan 1; iii) Manajemen Keuangan 1; iv) Akuntansi Manajemen; v) Akuntansi Biaya; dan vi) Teori Akuntansi; 2) Tingkat pemahaman *auditing* mahasiswa pada mata kuliah i) Pengauditan 1; ii) Pengauditan 2; iii) Pengauditan Berbantuan Komputer; iv) Pengauditan Internal; dan v) Pengauditan Sektor Publik; 3) Tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa pada mata kuliah i) Aplikasi Komputer; ii) Sistem Informasi Akuntansi; iii) Sistem Informasi Manajemen; iv) *Enterprise Resource Planning (ERP)*; v) Komputerisasi Akuntansi; dan 4) *Softskill* memiliki indikator yang diadaptasi dari penelitian (Robles, 2012) meliputi *communication skill*, kemampuan berpikir kritis dan *problem solving*; *team works*; tingginya rasa ingin tahu dan mampu memajemen informasi; beretika, bermoral, dan profesional; dan memiliki kemampuan *leadership*.

Variabel terikat dan dipengaruhi oleh variabel lainnya disebut variabel dependen (Ghozali, 2005). Variabel dependen yang digunakan oleh peneliti adalah minat menjadi auditor eksternal, peneliti menggunakan kuesioner modifikasi untuk menyesuaikan responden yaitu mahasiswa dimana responden pada peneliti sebelumnya menggunakan auditor. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat menjadi auditor eksternal yang memiliki indikator yang diadaptasi dari penelitian (Muhamadinah dan Effendi), yaitu menyukai pekerjaan audit; motivasi menjadi auditor; lingkungan auditor; berdasar jurusan; faktor keluarga; rasa profesional; dan kesempatan melakukan

kegiatan sosial.

Variabel yang mampu menguatkan atau melemahkan pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu variabel moderasi. Peneliti menggunakan jasa audit *e-commerce* sebagai variabel moderasi karena sepanjang pengetahuan peneliti, belum ada penelitian yang menjadikan jasa audit *e-commerce* sebagai variabel independen, dependen bahkan moderasi. Peneliti menjadikan variabel moderasi karena peneliti menganggap apabila mahasiswa memiliki jasa audit *e-commerce* yang baik akan mempengaruhi minat mahasiswa menjadi auditor eksternal agar tetap eksis dalam industri jasa audit. Dalam penelitian ini variabel moderasi yang digunakan adalah jasa audit *e-commerce* memiliki indikator yang diadaptasi dari penelitian (Octavia, 2010) yang meliputi pengetahuan sistem operasi; logika pemrograman; pengetahuan teknologi jaringan; pengetahuan keamanan atau enkripsi; peluang baru dalam karir auditor; dan prospek kerja auditor.

Metode analisis data penelitian yang akan digunakan yaitu metode analisis data dengan menggunakan software WarpPLS. “PLS adalah metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mengasumsikan data harus dengan pengukuran skala tertentu, yang berarti jumlah sampel dapat kecil (dibawah 100 sampel)” (Ghozali, 2006). “PLS (*Partial Least Square*) adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural.

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan realibilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi)” (Abdillah, 2009). “analisis *Partial Least Squares (PLS)* adalah teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data” (Abdillah, 2009). Tujuan Penggunaan CB-SEM untuk menguji teori atau mengkonfirmasi teori (orientasi parameter) sedangkan PLS-SEM untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi)” (Latan, 2014). Perbedaan asumsi statistic “PLS-SEM pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, tidak mensyaratkan berbagai

asumsi non-parametrik dan parameter ketetapan model prediksi dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (R-Square) dan Q² *predictive relevance*” (Latan, 2014)

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji adakah pengaruh tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, teknologi informasi, dan *softskill* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan persepsi jasa audit *e-commerce* sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN dan Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari hasil penyebaran kuesioner dengan google form. Pemilihan sample menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu yaitu mahasiswa akuntansi yang telah menempuh lebih dari semester 4. Tujuan statistik deskriptif yaitu untuk mengidentifikasi pola data, merangkum dan menyajikan informasi data penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa (TPAK), tingkat pemahaman *auditing* mahasiswa (TPAU), tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa (TPTI), *softskill* mahasiswa (SSMS) sebagai variabel independe, variabel dependen yaitu minat menjadi auditor eksternal (MMAE) dan variabel persepsi jasa audit *e-commerce* (PEJA) sebagai variabel moderasi.

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (dalam hal ini kuesioner) melakukan fungsi ukurnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *component loading*, dimana *component loading* di atas 0,5 dianggap valid. Beberapa indikator yang digunakan ada yang valid dan tidak valid, *component*

loading di atas 0,5 dianggap valid dan *component loading* di bawah 0,5 dianggap tidak valid. Variabel independen (tingkat pemahaman akuntansi, tingkat pemahaman *auditing*, tingkat pemahaman teknologi informasi, *softskill* mahasiswa) terdapat 28 dari 32 indikator yang valid. Sedangkan variabel dependen (minat menjadi auditor eksternal) terdapat 12 dari 15 indikator yang valid dan variabel moderasi (persepsi jasa audit *e-commerce*) terdapat 14 dari 15 indikator yang valid.

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Suatu pernyataan yang baik adalah pernyataan yang jelas mudah dipahami dan memiliki interpretasi yang sama meskipun disampaikan kepada responden yang berbeda dan waktu yang berlainan. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60.

Inner model dalam penelitian ini akan menggunakan *Goodness of Fit*. R² adalah nilai yang digunakan untuk menilai *inner* model untuk setiap variabel endogen. Hasil R² dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,36 atau 36%, artinya minat menjadi auditor eksternal dipengaruhi oleh tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, teknologi informasi, dan *softskill* mahasiswa dengan persepsi jasa audit *e-commerce* sebagai variabel moderasi mampu dijelaskan sebesar 36% dan 64% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

Kesesuaian model juga dapat dijelaskan melihat perhitungan *Average R-Square* (ARS) dan *Average Path Coefisien* (APC) yang digunakan untuk melihat keterkaitan antarvariabel serta *Average Variance Inflation Faktor* (A VIF) yang menunjukkan korelasi atau multikolinearitas antarvariabel independen. Hasil perhitungan ditunjukkan pada Tabel 2.

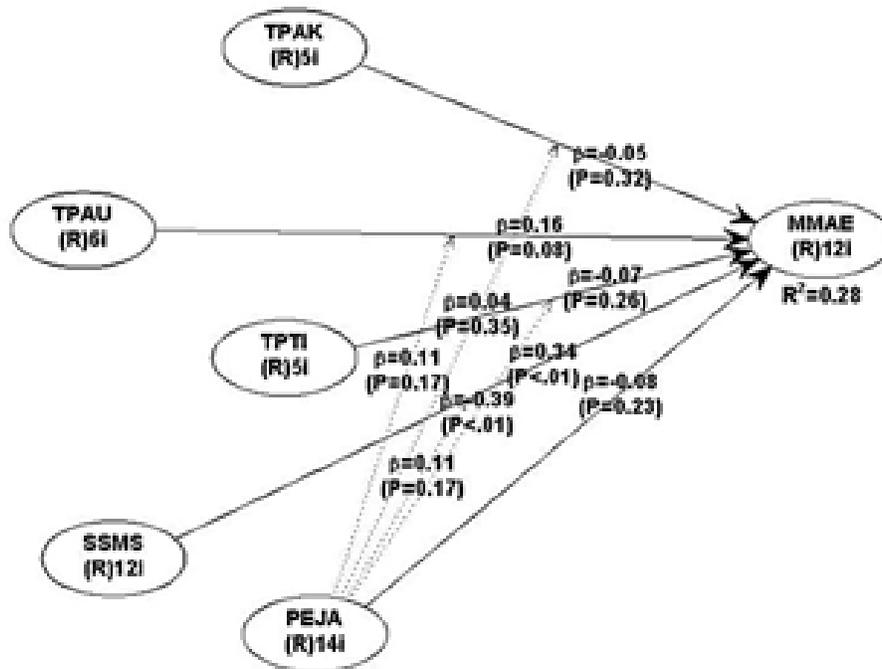
Tabel 2
Nilai Goodness of Fit Model

Hasil	P-Value	Kriteria	Keterangan
ARS=0,276	0.003	P= \leq 0,05	Terpenuhi
APC=0,150	0.044	P= \leq 0.05	Terpenuhi
A VIF=1,858		AVIF<5	Ideal

Berdasar Tabel 2, maka dapat dikatakan interpretasi indikator model fit karena semua kriteria terpenuhi dan ideal. Nilai ARS adalah $<0,001$ ($<0,005$), menunjukkan variabel independen yang digunakan peneliti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. APC terpenuhi menunjukkan adanya hubungan sebab akibat baik secara langsung maupun tidak langsung. Nilai AVIF $<0,05$ atau bahkan idealnya $<3,3$ menunjukkan tidak ada multikolinearitas dalam penelitian ini.

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan cara menguji pengaruh variabel eksogen dan

endogen. Variabel eksogen penelitian ini adalah tingkat pemahaman akuntansi (TPAK), tingkat pemahaman *auditing* (TPAU), tingkat pemahaman teknologi informasi (TPTI), dan *softskill* mahasiswa (SSMS). Variabel endogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat menjadi auditor eksternal (MMAE) dan variabel moderasi penelitian ini adalah persepsi jasa audit *e-commerce* (PEJA). Tingkat signifikansi koefisien jalur yang digunakan adalah *P-Value* $<0,05$. Pengujian hipotesis dapat dilihat dalam analisis menggunakan PLS sebagai berikut:



Gambar 1
Hasil Uji Hipotesis

Keterangan:

- TPAK: Tingkat Pemahaman Akuntansi
- TPAU: Tingkat Pemahaman *Auditing*
- TPTI: Tingkat Pemahaman Teknologi Informasi
- SSMS: *Softskill* Mahasiswa
- MMAE: Minat Menjadi Auditor Eksternal
- PEJA: Jasa Audit *e-commerce*

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Prediksi	Koefisien Jalur	P-Value	Hasil Hipotesis
TPAK=>MMAE (H ₁)	-	-0,05	0,32	Ditolak
TPAU=>MMAE (H ₂)	+	0,16	0,08	Ditolak
TPTI=>MMAE (H ₃)	-	-0,07	0,26	Ditolak
SSMS=>MMAE (H ₄)	+	0,34	<0,01	Diterima
PEJA=>MMAE (H ₅)	-	-0,08	0,23	Ditolak
TPAK*PEJA-MMAE (H ₆)	+	0,04	0,35	Ditolak
TPAU*PEJA-MMAE (H ₇)	+	0,11	0,17	Ditolak
TPTI*PEJA-MMAE (H ₈)	-	-0,39	<0,01	Diterima
SSMS*PEJA-MMAE (H ₉)	+	0,11	0,17	Ditolak

PEMBAHASAN

Pengaruh Tingkat pemahaman Akuntansi terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hipotesis pertama peneliti menyatakan bahwa tingkat pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hasil pengujian H₁ menunjukkan bahwa TPAK tidak berpengaruh terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan nilai *P-Value* 0,32 ($\geq 0,05$) dengan koefisien jalurnya -0,05. Hasil tersebut tidak sesuai dengan H₁ yang menduga bahwa tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hal ini berarti tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hasil tersebut menunjukkan indikator jenis mata kuliah akuntansi tidak mampu meningkatkan minat menjadi auditor eksternal. Koefisien jalur bernilai negatif menunjukkan arah negatif yang berarti jika tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa mengalami peningkatan, minat menjadi auditor eksternal justru mengalami penurunan. Hasil penelitian ini menunjukkan meski tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa mencerminkan ketidakmampuan indikator mata kuliah akuntansi meningkatkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal namun tidak mempengaruhi secara signifikan minat mahasiswa untuk menjadi auditor eksternal.

(Sovia, 2007) mendukung hasil penelitian ini, yaitu jurusan akuntansi diminati karena faktor lapangan kerja yang tersedia untuk mahasiswa akuntansi sangat

luas. Artinya, tidak hanya menjadi auditor eksternal, mahasiswa akuntansi juga berminat pada pekerjaan yang lain yaitu konsultan pajak, perencana keuangan, auditor internal, analisis keuangan, akuntan pendidik dan wirausaha.

Pengaruh Tingkat pemahaman *Auditing* terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil pengujian H₂ menunjukkan bahwa tingkat pemahaman *auditing* berpengaruh positif terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan nilai *P-Value* 0,08 ($\geq 0,05$) dengan koefisien jalurnya 0,16. Hasil tersebut tidak sesuai dengan H₂ yang menduga bahwa tingkat pemahaman *auditing* berpengaruh signifikan positif terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hal ini berarti mata kuliah *auditing* tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi auditor eksternal. Koefisien jalur bernilai 0,16 menunjukkan arah positif artinya ketika tingkat pemahaman *auditing* meningkat maka minat menjadi auditor eksternal juga meningkat. Oleh karena itu, jika mahasiswa memiliki pemahaman *auditing* yang tinggi, maka hal tersebut merupakan hal yang baik yang berdampak pada minat menjadi auditor eksternal.

Meskipun hasil ini sesuai dengan dugaan peneliti namun tingkat pemahaman *auditing* mahasiswa tidak signifikan mempengaruhi minat menjadi auditor eksternal. Hasil penelitian, (Iftinan, 2016) menyimpulkan bahwa penghargaan finansial, pelatihan profesional, lingkungan kerja, nilai-nilai sosial, dan pengakuan profesional memiliki pengaruh yang posi-

tif terhadap pemilihan karir menjadi auditor di KAP. Artinya, meskipun tingkat pemahaman *auditing* tinggi tetapi banyak faktor lain yang mempengaruhi untuk bekerja sebagai auditor eksternal.

Pengaruh Tingkat pemahaman Teknologi Informasi terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil pengujian variabel tingkat pemahaman teknologi informasi menunjukkan arah negatif terhadap minat menjadi auditor eksternal dapat dilihat dari nilai *P-Value* 0,26 ($\geq 0,05$) dan koefisien jalur -0,07. Hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis peneliti yang mengatakan tingkat pemahaman teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hal ini menunjukkan meskipun indikator mata kuliah teknologi informasi tidak mampu meningkatkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal namun hasilnya tidak signifikan.

Hasil uji hipotesis berhubungan negatif dan tidak signifikan, karena dalam penelitian yang dilakukan (Lind, 2010) hasilnya teknologi informasi secara positif terkait dengan keahlian dalam penilaian audit *e-commerce*. Meskipun demikian untuk mahasiswa yang memahami teknologi informasi mereka cenderung minat pada spesialisasi dalam pengembangan database dan administrasi, keamanan sistem informasi, administrasi dan manajemen jaringan, dan multimedia serta pengembangan web yang mahasiswa dapatkan dari luar kampus.

Pengaruh *Softskill* Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil pengujian H_4 menunjukkan bahwa *softskill* mahasiswa berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan nilai *P-Value* $< 0,01$ ($\leq 0,05$) dan koefisien jalur bernilai 0,34 menunjukkan arah positif sehingga H_4 diterima. Berdasar hasil pengujian dapat diartikan bahwa bahwa variabel *softskill* mahasiswa memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi auditor eksternal. Hal ini berarti mahasiswa memiliki *softskill* yang baik, terampil berkomunikasi, berpikir kritis, memecahkan masalah, mampu bekerja secara tim, beretika, bermoral dan profesional serta memiliki kemampuan *leadership* dapat mempengaruhi minat mahasiswa menjadi auditor eksternal.

(Lind, 2010) menyatakan bahwa keahlian

komunikasi berpengaruh positif terhadap keahlian sehingga hasilnya mendukung penelitian ini. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Robles, 2012) terdapat 10 faktor kompetensi *softskill* mahasiswa yang dibutuhkan tenaga kerja yaitu keterampilan kepemimpinan, komunikasi, *problem solving*, empati, komitmen, profesional kerja, berjiwa wirausaha, dan kemampuan bekerja secara tim.

Pengaruh Jasa Audit *E-commerce* terhadap Minat menjadi Auditor Eksternal

Hasil uji hipotesis H_5 menunjukkan bahwa jasa audit *e-commerce* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan nilai *P-Value* 0,23 ($\geq 0,05$) dan koefisien jalur bernilai -0,08 menunjukkan arah negatif sehingga H_5 ditolak. Berdasar hasil pengujian dapat diartikan bahwa bahwa variabel jasa audit *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi auditor eksternal. Hal ini berarti mahasiswa yang memahami sistem operasi, pemrograman, keamanan enkripsi, prospek kerja serta peluang baru dalam karir tidak mampu meningkatkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal.

(Octavia, 2013) terdapat pengaruh positif antara keahlian auditor eksternal terhadap audit *e-commerce* artinya apabila seorang auditor sudah memiliki keahlian dalam bidang pengetahuan sistem operasi, pemrograman komputer, teknik keamanan, dan teknologi jaringan akan dapat melaksanakan audit *e-commerce* dengan baik, oleh karena itu penelitian ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan artinya jasa audit *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi auditor eksternal.

Jasa Audit *E-Commerce* memoderasi Pengaruh Tingkat Pemahaman Akuntansi terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil uji hipotesis H_6 menunjukkan bahwa jasa audit *e-commerce* tidak memoderasi pengaruh tingkat pemahaman akuntansi terhadap minat menjadi auditor eksternal dilihat dari nilai *P-Value* 0,35 ($\geq 0,05$) dan koefisien jalur sebesar 0,04. Hal ini berarti tidak terdapat interaksi antara tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa dan jasa audit *e-commerce* terhadap minat menjadi auditor eksternal dan hubungan antara tingkat pemahaman akuntansi terhadap minat menjadi auditor

eksternal searah. Artinya, saat jasa audit *e-commerce* mahasiswa baik, ketika tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa tinggi akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal. Hasil yang tidak signifikan pada uji hipotesis H_6 kemungkinan disebabkan mata kuliah akuntansi yang digunakan sebagai indikator dari tingkat pemahaman akuntansi dan jasa audit *e-commerce* mahasiswa belum mampu meningkatkan minat mahasiswa.

Hasil uji hipotesis jasa audit *e-commerce* tidak memoderasi pengaruh tingkat pemahaman akuntansi terhadap minat menjadi auditor eksternal searah. Sementara, penelitian Muhammadinah dan Effendi hasilnya persepsi dan minat mahasiswa akuntansi mempunyai hubungan yang kuat antara persepsi mahasiswa terhadap profesi akuntan publik.

Jasa Audit *E-Commerce* memoderasi Pengaruh Tingkat Pemahaman *Auditing* terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil uji hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa jasa audit *e-commerce* tidak mampu memoderasi pengaruh tingkat pemahaman *auditing* terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan nilai *P-Value* 0,17 ($\geq 0,05$), dan koefisien jalur sebesar 0,11. Hal ini berarti tidak terdapat interaksi antara tingkat pemahaman *auditing* dan jasa audit *e-commerce* terhadap minat menjadi auditor eksternal menjadi searah. Saat jasa audit *e-commerce* mahasiswa baik ketika tingkat pemahaman *auditing* mahasiswa tinggi akan meningkatkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal. Hasil yang tidak signifikan pada uji hipotesis keenam kemungkinan disebabkan mata kuliah *auditing* yang digunakan sebagai indikator dari tingkat pemahaman *auditing* dan jasa audit *e-commerce* mahasiswa belum mampu meningkatkan minat mahasiswa.

Mata kuliah *auditing* yang diberikan di kampus belum mampu sepenuhnya dalam memahami jasa audit *e-commerce* sehingga mahasiswa belum mampu membangun persepsinya mengenai audit *e-commerce* pada mata kuliah yang mereka tempuh. Hasil uji hipotesis tidak signifikan namun pada penelitian (Octavia, 2013) terdapat pengaruh positif antara keahlian auditor eksternal terhadap audit *e-commerce*. Kemungkinan karena pada penelitian Jayanti menggunakan responden auditor yang sudah berpengalaman kerja di kantor akuntan publik.

Jasa Audit *E-Commerce* memoderasi Pengaruh Tingkat Pemahaman Teknologi Informasi terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil uji hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa jasa audit *e-commerce* mampu memoderasi pengaruh tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal dengan nilai signifikansi *P-Value* $\leq 0,01$ ($\leq 0,05$) sehingga H_8 diterima. Koefisien jalur dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai sebesar -0,39, hasil bernilai negatif menunjukkan jasa audit *e-commerce* membuat hubungan tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal terbalik. Ketika tingkat pemahaman teknologi informasi meningkat, minat menjadi auditor eksternal akan mengalami penurunan.

Minat menjadi auditor eksternal dan jasa audit *e-commerce* memiliki hubungan negatif artinya semakin baik jasa audit *e-commerce* maka minat mahasiswa menjadi auditor eksternal menurun. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Miscio, 2014) bahwa semakin muda usia semakin mahir dalam menggunakan komputer, karena mahasiswa adalah generasi muda yang paling dekat dengan dunia kerja yang lebih luas yang diharapkan mampu dengan sangat baik menggunakan komputer sebagai teknologi informasi. Sehingga jasa audit *e-commerce* yang baik mampu meningkatkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal karena ketika mahasiswa memiliki kemampuan teknologi informasi yang baik dan pemahaman jasa audit *e-commerce* yang baik maka akan tetap bertahan dalam profesi auditor eksternal.

Jasa Audit *E-Commerce* memoderasi Pengaruh *Softskill* Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Auditor Eksternal

Hasil uji hipotesis kesembilan menunjukkan bahwa jasa audit *e-commerce* tidak memoderasi pengaruh *softskill* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal dilihat dari nilai *P-Value* 0,17 ($\geq 0,05$) dan koefisien jalur sebesar 0,11. Hal ini berarti tidak terdapat interaksi antara *softskill* mahasiswa dan jasa audit *e-commerce* terhadap minat mahasiswa menjadi auditor eksternal dan hubungan antara *softskill* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal terbalik. Saat jasa audit *e-commerce* baik, jika *softskill* mahasiswa baik akan meningkatkan minat mahasiswa

menjadi auditor eksternal. Menurut Gibson *et al.* (2011), *work design* (Gibson, 2011) dimasa yang akan datang pekerjaan manusia harus dekat dengan keluarga sehingga pekerjaan akan didesain sedemikian rupa agar lebih fleksibel. Artinya, saat jasa audit *e-commerce* baik, jika *softskill* mahasiswa baik menurunkan minat mahasiswa menjadi auditor eksternal karena mereka akan lebih memilih pekerjaan yang lebih fleksibel seperti menciptakan platform bisnis sendiri karena jiwa kewirausahaan yang tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah persepsi jasa audit *e-commerce* dapat dijadikan variabel moderasi antar tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, teknologi informasi serta *softskill* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal. Tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, teknologi informasi mahasiswa akuntansi dan jasa audit *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hal ini berarti mata kuliah akuntansi, *auditing*, teknologi informasi yang dijadikan indikator dalam penelitian ini yaitu akuntansi keuangan menengah, akuntansi keuangan lanjutan, manajemen keuangan, akuntansi manajemen, akuntansi biaya, teori akuntansi, pengauditan 1, pengauditan 2, pengauditan berbantuan komputer, pengauditan internal, pengauditan sektor publik, aplikasi komputer, sistem informasi akuntansi, sistem informasi manajemen, *enterprise resource planning*, dan komputerisasi akuntansi tidak dapat mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi menjadi auditor eksternal. Hasilnya tidak signifikan artinya tidak mempengaruhi minat menjadi auditor eksternal, mahasiswa akuntansi lebih memiliki minat pada pekerjaan yang lain seperti analisis keuangan, perencanaan keuangan, akuntan pendidik, auditor internal, auditor pajak, pekerjaan atau profesi yang bahkan diluar akuntansi sendiri dan sebagainya.

Softskill mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hal ini diartikan bahwa ketika *softskill* yang dimiliki mahasiswa akuntansi baik maka mahasiswa akuntansi memiliki minat yang tinggi untuk menjadi auditor eksternal. Artinya, untuk menjadi auditor eksternal

membutuhkan keterampilan berkomunikasi, keterampilan berpikir kritis dan memecahkan masalah, kerja tim, keterampilan belajar seumur hidup dan manajemen informasi, etika, moral, dan profesionalisme serta keterampilan kepemimpinan. Persepsi jasa audit *e-commerce* tidak memoderasi pengaruh tingkat pemahaman akuntansi, *auditing* dan *softskill* mahasiswa terhadap minat menjadi auditor eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi jasa audit *e-commerce* tidak mampu memberikan efek negatif maupun positif terhadap tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, dan *softskill* mahasiswa akuntansi dalam meningkatkan minat menjadi auditor eksternal. Persepsi jasa audit *e-commerce* mampu memoderasi pengaruh tingkat pemahaman teknologi informasi mahasiswa akuntansi terhadap minat menjadi auditor eksternal. Artinya, apabila mahasiswa akuntansi memiliki persepsi jasa audit *e-commerce* yang baik dan memberikan arah positif terhadap tingkat pemahaman teknologi informasi maka akan meningkatkan minat mahasiswa akuntansi menjadi auditor eksternal karena sudah memahami eksistensi auditor eksternal akan bertahan apabila pengetahuan mengenai teknologi informasi ditingkatkan.

Saran

Mahasiswa yang mengisi kuesioner masih kurang banyak sehingga dianggap kurang mampu memberikan interpretasi yang baik dalam menilai tingkat pemahaman akuntansi, *auditing*, teknologi informasi, *softskill* mahasiswa, persepsi jasa audit *e-commerce* dan minat menjadi auditor eksternal. Pengukuran skala likert perlu diperluas karena grade nilai yang dimiliki mahasiswa lebih beragam sehingga pilihan nilainya lebih jelas atau tepat. Responden memiliki kemungkinan bias dalam memahami pertanyaan kuesioner baik dari segi pertanyaan peneliti maupun keadaan di luar peneliti seperti pada waktu pengisian kuesioner mahasiswa kurang konsentrasi. Peneliti selanjutnya dapat lebih banyak memperoleh responden, sebaiknya dengan bertemu langsung kepada responden meskipun membutuhkan waktu yang lebih lama, tetapi pengisian akan lebih jelas. Pengukuran skala likert bisa dilakukan dengan skala 6 agar grade nilai langsung tepat sasaran jika masih menggunakan grade nilai mata kuliah. Peneliti selanjutnya mampu membaca situasi responden untuk

melakukan pengisian kuesioner sehingga meminimalisir bias respon. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan responden mahasiswa program profesi akuntan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain yang memungkinkan mempengaruhi minat menjadi auditor eksternal, variabel lain seperti nilai-nilai sosial dan pengakuan professional.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. 2009. *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square)*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Achdiat, I. 2000. The Accountants Role's in E-Commerce. *Universitas Indonesia*.
- Arens, A. R. 2008. Auditing and assurance services. In H. Wibowo, *Auditing dan Jasa Assurance*. Jakarta: Erlangga.
- Barkeley, G. 2003. *Concise Routledge Encyclopedia of Philosophy*. London and New York: Routledge.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, J. L. 2011. *Organizations, Behavior, Structure Processes*. New York: McGraw-Hill.
- Halim, A. 2007. *Auditing dan Sistem Informasi (isu-isu dampak Teknologi Infomrasi)*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.
- Hall, J. A. 2016. *Accounting Information System*. Boston: change Learning.
- IAI. 2016. *Kode Etik Akuntan Profesional*. Jakarta: IAPI. 2019. *Kode Etik Profesi Akuntan Publik*. Jakarta: Ikatan Akuntan Publik Indonesia.
- Iftinan, F. F. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Menjadi Auditor di KAP. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Indonesia, I. A. 2019. *Kode Etik Profesi Akuntan Publik*. Jakarta: IAPI.
- Islahuzzaman. 2012. *Istilah-istilah Akuntansi dan Auditing*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jalaluddin, R. 2007. *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kartini, K. d. 1996. *Pemimpin dan Kepimpinan*. Bandung: Rajawali.
- Keen, H. d. 1996. Information Technology: Tomorrow's Advantage Today. *Hammond: Mcgraw-Hill College*.
- Khalem. 2010. *Teknologi Informasi Dan Perkembangan Sistem Akuntansi*. Retrieved 08 27, 2019, from wordpress: <https://khalem.wordpress.com/2010/11/07/teknologi-informasi-dan-perkembangan-sistem-akuntansi/>
- Kreitner, R. K. 2005. *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba.
- LaFrance, A. E. 2016. Helping Students Cultivate Soft Skills. 4.
- Latan, I. G. 2014. *partial least squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smart PLS3*.
- Lind, J. P. 2010. E-Commerce Audit Judgment Expertise: Does Expertise in System Change Management anda Information Technology Auditing Mediate E-Commerce Audit Judgment Expertise. *Odette School of Business, University of Windsor, Canada*.

- Locke, J. 1997. *Esensi Kepemimpinan. Empat Kunci Untuk Memimpin dengan Keberhasilan*. Jakarta: Mitra Utama.
- Lutfi, A. A. 2007. Pengaruh kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual terhadap tingkat pemahaman akuntansi. *jurnal ekonomi dan bisnis Fakultas Ekonomi Islam Sultan Agung*.
- Melandy, R. D. 2006. Pengetahuan Kecerdasan Emosional Terhadap Pemahaman Akuntansi Kepercayaan Diri sebagai Variabel Pemoderasi. *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- Milus, P. K. 2005. Soft Skills are Smart Skills. *kaipa group*.
- Miscio, C. 2014. Influence of Age, Komputer Self-Efficacy, and Educational Level On Komputer Training Outcome. *Concordia University*.
- Octavia, J. 2010. The Influence of Expertise External Auditor on E-Commerce Audit to Five Accountant Public Firm, at Bandung Regional. *perpustakaan UNIKOM*.
- Octavia, J. 2013. Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit E-Commerce. *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Octavia, J. 2013. Pengaruh Keahlian Auditor Eksternal Terhadap Audit E-Commerce . *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Puradiredja, M. D. 2008. *Auditing*. Jakarta: Salemba.
- Purwanto, M. N. 2006. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahayu, E. S. 2010. *AUDITING, Konsep Dasar dan Pedoman Pemeriksaan Akuntan Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robles, M. M. 2012. Executive Perceptions of the top of softskill needed in today's work places. *Business Communication Quarterly*.
- Sardiman. 1990. *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sovia. 2007. jurusan akuntansi diminati karena faktor lapangan kerja yang tersedia untuk mahasiswa akuntansi sangat luas. *Jurnal Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Stanner, B. D. 1983. The assessment and modification of concept Interrelationship. *Experimental Education*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suardjono. 1992. *Gagasan pengembangan profesi dan pendidikan akuntansi di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Tampubolon. 1991. *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca*. Bandung: Angkasa.
- Tanzil, D. J. 2014. Lebih Dekat Dengan Profesi Auditor Eksternal.
- Wundt, W. 2017. *Principles of Physiological Psychology*. Retrieved April 22, 2019, from psyline.id: <https://psyline.id/profil-psikolog-wilhelm-maximilian-wundt-bapak-psikologi-modern-dunia/>
- Zuchdi, A. L. 2004. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi*. Yogyakarta: UNY.

INDEKS SUBYEK JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN

A

audit opinion 109
auditing 129, 130, 131, 133, 134, 135, 136, 137, 138,
139, 140, 141, 142, 143, 144
auditing service 129

B

board reputation 121

C

computer self-efficacy 69, 70, 72, 77
conventional word of mouth 93, 98, 99, 102, 103

D

debt policy 79, 90
digital payment 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76

E

e-commerce 129, 130, 132, 134, 135, 136, 137, 138,
140, 141, 142, 143, 144
economic growth 109
electronic word of mouth 93, 96, 98, 99, 102, 103,
105, 106, 107
external auditor 129, 144

F

financial performance 79, 91, 109

G

gini index 109, 129

H

human development index 109

I

information technology 105, 129, 143

initial return 121, 122, 123, 125, 126, 127, 128
institutional ownership 79, 90, 91
interest

L

level of accounting comprehension 129
lock up period 121, 122, 123, 125, 126, 127

M

managerial ownership 79, 90
millennial generation 93

N

neuroticism 93, 94, 97, 98, 99, 103, 101, 107

O

online consumer behavior 93
oversubscription 121, 122, 123, 125, 126, 127

P

perception 77, 106, 129, 141

R

regional financial performance 109

S

shareholder retention 121, 123
softskill 129, 130, 132, 134, 135, 136, 137, 138, 140,
141, 142

U

underwriter reputation 121, 127, 128
unemployment 109
utaut model 69, 77

INDEKS PENGARANG JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN

A

Andita Sulistyowati 121
Anindya Putri Cahyogumilang 69
Asrawaty 129

N

Niken Dewi Mandarsari 79
Nurul Shalin 93

R

Rudy Badrudin 109

W

Wanda Erwina 109

PEDOMAN PENULISAN JURNAL AKUNTANSI DAN MANAJEMEN

Ketentuan Umum

1. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris sesuai dengan format yang ditentukan.
2. Penulis mengirim tiga eksemplar naskah dan satu *compact disk* (CD) yang berisikan naskah tersebut kepada redaksi. Satu eksemplar dilengkapi dengan nama dan alamat sedang dua lainnya tanpa nama dan alamat yang akan dikirim kepada mitra bestari. Naskah dapat dikirim juga melalui *e-mail*.
3. Naskah yang dikirim belum pernah diterbitkan di media lain yang dibuktikan dengan pernyataan tertulis yang ditandatangani oleh semua penulis bahwa naskah tersebut belum pernah dipublikasikan. Pernyataan tersebut dilampirkan pada naskah.
4. Naskah dan CD dikirim kepada *Editorial Secretary*
Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)
Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1332 □ Fax. (0274) 486155
e-mail: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id

Standar Penulisan

1. Naskah diketik menggunakan program *Microsoft Word* pada ukuran kertas A4 berat 80 gram, jarak 2 spasi, jenis huruf Times New Roman berukuran 12 *point*, margin kiri 4 cm, serta margin atas, kanan, dan bawah masing-masing 3 cm.
2. Setiap halaman diberi nomor secara berurutan. Gambar dan tabel dikelompokkan bersama pada lembar terpisah di bagian akhir naskah.
3. Angka dan huruf pada gambar, tabel, atau histogram menggunakan jenis huruf Times New Roman berukuran 10 *point*.
4. Naskah ditulis maksimum sebanyak 15 halaman termasuk gambar dan tabel.

Urutan Penulisan Naskah

1. Naskah hasil penelitian terdiri atas Judul, Nama Penulis, Alamat Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Materi dan Metode, Hasil, Pembahasan, Ucapan Terima Kasih, dan Daftar Pustaka.
2. Naskah kajian pustaka terdiri atas Judul, Nama Penulis, Alamat Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Masalah dan Pembahasan, Ucapan Terima Kasih, dan Daftar Pustaka.
3. Judul ditulis singkat, spesifik, dan informatif yang menggambarkan isi naskah maksimal 15 kata. Untuk kajian pustaka, di belakang judul harap ditulis Suatu Kajian Pustaka. Judul ditulis dengan huruf kapital dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 14 *point*, jarak satu spasi, dan terletak di tengah-tengah tanpa titik.
4. Nama Penulis ditulis lengkap tanpa gelar akademis disertai alamat institusi penulis yang dilengkapi dengan nomor kode pos, nomor telepon, fax, dan *e-mail*.

5. Abstrak ditulis dalam satu paragraf tidak lebih dari 200 kata menggunakan bahasa Inggris. Abstrak mengandung uraian secara singkat tentang tujuan, materi, metode, hasil utama, dan simpulan yang ditulis dalam satu spasi.
6. Kata Kunci (*Keywords*) ditulis miring, maksimal 5 (lima) kata, satu spasi setelah abstrak.
7. Pendahuluan berisi latar belakang, tujuan, dan pustaka yang mendukung. Dalam mengutip pendapat orang lain dipakai sistem nama penulis dan tahun. Contoh: Badrudin (2006); Subagyo dkk. (2004).
8. Materi dan Metode ditulis lengkap.
9. Hasil menyajikan uraian hasil penelitian sendiri. Deskripsi hasil penelitian disajikan secara jelas.
10. Pembahasan memuat diskusi hasil penelitian sendiri yang dikaitkan dengan tujuan penelitian (pengujian hipotesis). Diskusi diakhiri dengan simpulan dan pemberian saran jika dipandang perlu.
11. Pembahasan (*review/kajian pustaka*) memuat bahasan ringkas mencakup masalah yang dikaji.
12. Ucapan Terima Kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang membantu sehingga penelitian dapat dilangsungkan, misalnya pemberi gagasan dan penyandang dana.
13. Ilustrasi:
 - a. Judul tabel, grafik, histogram, sketsa, dan gambar (foto) diberi nomor urut. Judul singkat tetapi jelas beserta satuan-satuan yang dipakai. Judul ilustrasi ditulis dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 10 point, masuk satu tab (5 ketukan) dari pinggir kiri, awal kata menggunakan huruf kapital, dengan jarak 1 spasi
 - b. Keterangan tabel ditulis di sebelah kiri bawah menggunakan huruf Times New Roman berukuran 10 point jarak satu spasi.
 - c. Penulisan angka desimal dalam tabel untuk bahasa Indonesia dipisahkan dengan koma (,) dan untuk bahasa Inggris digunakan titik (.).
 - d. Gambar/Grafik dibuat dalam program Excel.
 - e. Nama Latin, Yunani, atau Daerah dicetak miring sedang istilah asing diberi tanda petik.
 - f. Satuan pengukuran menggunakan Sistem Internasional (SI).
14. Daftar Pustaka
 - a. Hanya memuat referensi yang diacu dalam naskah dan ditulis secara alfabetik berdasarkan huruf awal dari nama penulis pertama. Jika dalam bentuk buku, dicantumkan nama semua penulis, tahun, judul buku, edisi, penerbit, dan tempat. Jika dalam bentuk jurnal, dicantumkan nama penulis, tahun, judul tulisan, nama jurnal, volume, nomor publikasi, dan halaman. Jika mengambil artikel dalam buku, cantumkan nama penulis, tahun, judul tulisan, editor, judul buku, penerbit, dan tempat.
 - b. Diharapkan dirujuk referensi 10 tahun terakhir dengan proporsi pustaka primer (jurnal) minimal 80%.
 - c. Hendaknya diacu cara penulisan kepastakaan seperti yang dipakai pada JAM/JEB berikut ini:

Jurnal

Yetton, Philip W., Kim D. Johnston, and Jane F. Craig. Summer 1994. "Computer-Aided Architects: A Case Study of IT and Strategic Change." *Sloan Management Review*: 57-67.

Buku

Paliwoda, Stan. 2004. *The Essence of International Marketing*. UK: Prentice-Hall, Ince.

Prosiding

Pujaningsih, R.I., Sutrisno, C.L., dan Sumarsih, S. 2006. Kajian kualitas produk kakao yang diamoniasi dengan aras urea yang berbeda. Di dalam: *Pengembangan Teknologi Inovatif untuk Mendukung Pembangunan Peternakan Berkelanjutan. Prosiding Seminar Nasional* dalam Rangka HUT ke-40 (Lustrum VIII) Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman; Purwokerto, 11 Pebruari 2006. Fakutas Peternakan UNSOED, Purwokerto. Halaman 54-60.

Artikel dalam Buku

Leitzmann, C., Ploeger, A.M., and Huth, K. 1979. The Influence of Lignin on Lipid Metabolism of The Rat. In: G.E. Inglett & S.I.Falkehag. Eds. *Dietary Fibers Chemistry and Nutrition*. Academic Press. INC., New York.

Skripsi/Tesis/Disertasi

Assih, P. 2004. Pengaruh Kesempatan Investasi terhadap Hubungan antara Faktor Faktor Motivasional dan Tingkat Manajemen Laba. *Disertasi*. Sekolah Pascasarjana S-3 UGM. Yogyakarta.

Internet

Hargreaves, J. 2005. Manure Gases Can Be Dangerous. Department of Primary Industries and Fisheries, Queensland Government. <http://www.dpi.gld.gov.au/pigs/9760.html>. Diakses 15 September 2005.

Dokumen

[BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. 2006. Sleman Dalam Angka Tahun 2005.

Mekanisme Seleksi Naskah

1. Naskah harus mengikuti format/gaya penulisan yang telah ditetapkan.
2. Naskah yang tidak sesuai dengan format akan dikembalikan ke penulis untuk diperbaiki.
3. Naskah yang sesuai dengan format diteruskan ke *Editorial Board Members* untuk ditelaah diterima atau ditolak.
4. Naskah yang diterima atau naskah yang formatnya sudah diperbaiki selanjutnya dicarikan penelaah (MITRA BESTARI) tentang kelayakan terbit.
5. Naskah yang sudah diperiksa (ditelaah oleh MITRA BESTARI) dikembalikan ke *Editorial Board Members* dengan empat kemungkinan (dapat diterima tanpa revisi, dapat diterima dengan revisi kecil (*minor revision*), dapat diterima dengan revisi *mayor* (perlu direview lagi setelah revisi), dan tidak diterima/ditolak).
6. Apabila ditolak, *Editorial Board Members* membuat keputusan diterima atau tidak seandainya terjadi ketidaksesuaian di antara MITRA BESTARI.
7. Keputusan penolakan *Editorial Board Members* dikirimkan kepada penulis.
8. Naskah yang mengalami perbaikan dikirim kembali ke penulis untuk perbaikan.
9. Naskah yang sudah diperbaiki oleh penulis diserahkan oleh *Editorial Board Members* ke *Managing Editors*.
10. Contoh cetak naskah sebelum terbit dikirimkan ke penulis untuk mendapatkan persetujuan.
11. Naskah siap dicetak dan cetak lepas (*off print*) dikirim ke penulis.